

Newspaper Game

LA SCUOLA IN PRIMA PAGINA



GENERAZIONE 2.0 ADVOCATE, AMBASSADOR DALLA MODA ALLA CUCINA CON UN CLICK

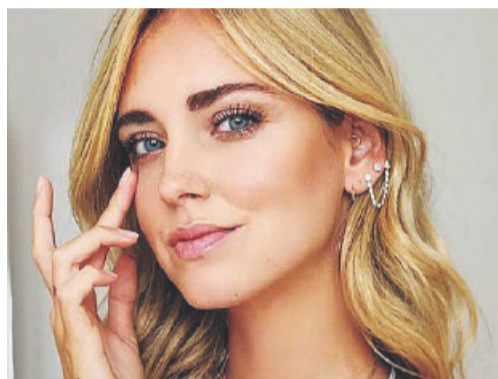
TARANTO IMPRESE PIÙ DIGITALI GRAZIE ALLA CAMERA DI COMMERCIO

Influencer marketing CCAA Taranto

Il mondo dei social network più aziende 2.0

Ormai è chiaro a tutti: da Ferragni a Maci, da Bazan a De Lellis, da Di Vaio a Fantini, l'influencer marketing dilaga ovunque. Influenzare, generare un passaparola al fine di incidere in maniera significativa sulla visibilità di un marchio, coinvolgere, guidare all'acquisto. Il passaparola è da sempre il miglior strumento di marketing. Tra la pubblicità di un determinato prodotto e il parere di una persona che conosciamo, tendiamo a fidarci di più del giudizio di quest'ultima. Il motivo di tale scelta è dato proprio dal fatto che conosciamo la persona che ci ha dato il consiglio, mentre l'azienda che ha rea-

lizzato lo spot o ha creato quel prodotto, no. Ma, nell'epoca in cui viviamo come si sviluppa tale tendenza? Numerosi brand decidono di investire in forme pubblicitarie alternative facendo sponsorizzare un prodotto da personaggi famosi, esperti del settore, blogger, youtuber e altri personaggi della rete che hanno fatto di questo una vera e propria professione. Feed, tweet, like, post e tag attirano follower, diffondono l'immagine del brand e incrementano le vendite dei prodotti sponsorizzati. I prescelti? Personaggi nostrani da un elevato numero di interazioni social. Il risultato finale? Denaro



per le imprese, maggiori contatti per gli influencer, soddisfazione per il cliente.

**Barletta Enza
Franchini Vincenzo
Pertoso Federica**

È un dato di fatto: la tecnologia domina la nostra quotidianità e chi non si aggiorna rimane inevitabilmente indietro. La Camera di Commercio di Taranto ha avviato, perciò, una serie di iniziative con lo scopo di facilitare il passaggio delle piccole e medie imprese al digitale. Innanzitutto è stata offerta alle aziende la possibilità di assumere dei giovani tirocinanti esperti nei nuovi media. Inoltre è stato creato un blog (www.noi-camera.com) che favorisce l'apertura ai social e offre informazioni sull'angolazione del mercato. Infine le aziende tarantine, attraverso il Punto di Impresa Digitale, possono rivolgersi all'ente camerale per continuare a crescere digitalmente. Secondo il presidente Luigi Sportelli si tratta di un impegno eccezionale per «abbattere il gap di com-



pettività del nostro territorio e assicurare alle imprese tarantine di operare nelle condizioni più avanzate».

**De Vito Vittoria, Maglie Luca
Castrovilli Aurora, Vinci Gianmarco
Fornaro Gemma, Frulloni Martina**

DIGITAL MARKETING IL COMMERCIO ON LINE

Dall'esperienza personale alla vendita sul web ci vuole un attimo

Il digital marketing, quotidianità del consumatore moderno. Si tratta della vendita promozionale online attraverso apparecchiature elettroniche. Impossibile sottrarsi a questa nuova modalità anche se si è un piccolo imprenditore.

È il caso di Giuseppe e Nicole Blandamura, titolari del "Nagavintage", negozio d'abbigliamento fisico ed online.

"Il nostro progetto inizia nel 2017 - raccontano i fratelli - dopo ricerca e studio di stili e tecniche sartoriali. Siamo rimasti colpiti dalla fattura di questo stile. Il vintage offre ottima qualità a prezzi convenienti".

Dallo showroom alla vendita on line, il passo è stato immediato: "Ho scoperto nel 2007 il digital marketing, attraverso l'uso personale dei social network e delle piattaforme online, riuscendo così a raggiungere una più vasta clientela".

Al mondo 2.0 della pubblicità per aziende di tutti i settori si è convertito anche Giacomo Bufano, di "Bufano Brico Casa".

"Navigando su internet - aggiunge Bufano - sono venuto a conoscenza di siti di vendita online. Ho cercato imprese del nostro settore che vendessero già sul web ed ho pensato anche io di far parte di questo mondo".

I vantaggi sono stati svariati. È stato ad esempio possibile raggiungere una clientela molto più ampia e variegata, esaudendo ogni richiesta considerata l'ampia gamma di settori trattati. "Un altro vantaggio - prosegue l'imprenditore - è la pubblicità, perché su internet è a costo 0 o comunque a prezzi molto più convenienti rispetto alle controparti tradizionali".

Ma c'è anche il rovescio della medaglia: "Per rendere vantaggiosi i nostri prodotti, ci facciamo carico delle spese di spedizione e di eventuali disagi durante il trasporto".

Bufano Pietro, Epifani Cosimo, Solito Sabina, Traetta Silvia

DIGITAL O CULTURAL? Inchiostro di puglia da nicchia a pop

■ Se il digital marketing è l'uso mirato del web per sviluppare la rete commerciale, il cultural marketing può influenzare le scelte culturali degli utenti a cui si rivolge?

Lo abbiamo chiesto a Michele Galgano tra gli ideatori di Inchiostro di Puglia, progetto nato come evento letterario nel 2013 e poi diventato qualcosa di più.

Michele ci ha raccontato che prima è nato il blog, una sorta di mappa narrativa della Puglia, che voleva parlare di lettura ad una delle Regioni che legge meno in una Nazione che legge pochissimo.

Poi col tempo il progetto ha subito una "svolta pop" dei contenuti, fino a diventare "Inchiostro di Puglia" come lo conosciamo oggi e cioè un canale popolarissimo che (tra FB, Instagram e ora anche YouTube) conta più di 450.000 iscritti e che raggiunge milioni di persone ogni mese.

L'approdo su Instagram ha avvicinato sempre più giovani alle iniziative di Inchiostro di Puglia, tra le quali "la notte della lettura", evento nato dal basso e grazie al quale, in giro per la Puglia e non, si è voluto e si vuole far innamorare la gente della lettura. Possiamo considerare Inchiostro di Puglia come un avamposto della cultura che, nell'epoca di Internet, riesce a superare i confini locali e a difendere la libertà del sapere.

Agenti Francesco, Miale Leonardo Pio Modio Matteo

MARKETING TERRITORIALE OBIETTIVO POSSIBILE?

Città produttiva Made in Taranto

Era il 2008 quando Gianluca Lomastro ha guardato fuori dalla finestra e ha immaginato una Taranto migliore, una Taranto produttiva.

Oggi, a distanza di anni, quel sogno è diventato realtà e abbiamo chiesto al dott. Lomastro se è stato difficile iniziare l'avventura di Made in Taranto e quale futuro immagina per i giovani.

L'ideatore e fondatore di MIT ci ha mostrato, attraverso le sue parole, che un processo di crescita del territorio è possibile, servono impegno e determinazione.

Quell'impegno e determinazione che sono serviti a lui nel lasciare la comodità del posto fisso e credere nel cambiamento.

Questo coraggio il dott. Lomastro lo auspica per i giovani tarantini, esortandoli a lasciare la loro "comfort zone" e a dotarsi di umiltà e voglia di imparare.

Tra i progetti futuri dell'ideatore di Made in Taranto c'è quello di fondare una scuola fatta da

imprenditori per imprenditori. Siamo certi sarà un altro successo e punto di riferimento per quanti vogliono fare impresa nel territorio.

**Iorio Salvatore
Lippolis Davide**



DIRIGENTE SCOLASTICO:
Maria Rosaria Donadei
DOCENTI:
Elena Alfieri
Veronica Crescenza
Carmela Fanelli
Rita Maringola
Barbara Sciuotto
REDAZIONE:
Classe III AFM - SIA
Classe IV AFM - SIA
Classe V AFM SEZ. B
Classe V SIA
Classe V INFO
Classe V ELE



EDICOLA AMICA:
Sebastio Damiano
via Dante Ang.
Piazza Pio XII

Alta qualità a basso costo

Vita DENTAL CENTRO DENTISTICO

Numero Verde Gratuito
800 721 760

info@vitadental.it
www.vitadental.it

I nostri centri:

TARANTO
piaz.le Bestat 26

FRAGAGNANO
Via Verdi 2

Convenzione con:

**meta salute
UniSalute**

Implantologia - Chirurgia orale - Protesi fissa
Protesi mobile e combinata - Conservativa
Endodonzia - Ortodonzia
Protesi fissa a carico immediato