

## LA CITTÀ

# Julius Van de Laar: «Fate come Obama, siate veri»

## Lezione americana all'HDemia Santa Giulia per il guru della comunicazione social

### Il personaggio

**Cecilia Bertolazzi**

c.bertolazzi@giornaledibrescia.it

■ «Find the right message and be authentic». Ovvero: individua il nocciolo di quel che vuoi comunicare e sii autentico. Come Obama.

Parola di Julius Van de Laar, recentemente indicato da Capital Magazine come uno tra i «40 talenti emergenti» under 40 della politica tedesca.

**Chi è e cosa ha fatto.** Il suo curriculum occuperebbe l'intero spazio di questo articolo. Per

capirne il calibro basti pensare che nel 2012 arriva ad essere direttore regionale per la campagna del presidente Obama nello stato dell'Ohio («America goes where Ohio goes»).

**Le strategie.** Elemento di volta per individuare il target e per acquisire supporters, ha saputo combinare strategie di campagna tradizionali con le ultime tecniche di new media e big data firmando così i successi elettorali più innovativi della storia: quello del 2008 e quello della riconferma di Obama del 2012.

Due casi che sono diventati emblematici perché frutto di un processo che ha cambiato



**Protagonisti.** Paolo Zanzottera e Julius Van de Laar

in maniera irreversibile il modo di fare politica.

**Da Berlino a Brescia.** È su questo che ieri si è focalizzato l'intervento dello spin doctor di Obama. Van de Laar, volato da Berlino a Brescia e accompagnato dal bresciano data scientist Paolo Zanzottera, è stato protagonista di due appuntamenti di altissimo profilo, guidati dal giornalista Carlo Muzzi.

Il primo in un'aula magna sold out, all'HDemia Santa Giulia dove il tedesco ha snocciolato la sua lezione americana in una mezz'ora filata dal titolo «La Politica dei Mi piace».

«Nel 2008 in quanti conoscevano il nome Barack Obama?» chiede retoricamente Julius. Da qui il processo culminato con l'elezione del primo presidente afroamericano della storia degli Usa. Un excursus che non ha mancato di toccare anche l'ultima, recente campagna elettorale americana che ha visto l'affermazione di Donald Trump.

**Web democracy.** Finito l'intervento, nel suo impeccabile completo blu, si è presentato alla platea di imprenditori, politici e rappresentanti del mondo produttivo nella sede Aib. Qui lo speech è stato

«Webmocracy. Nuovi paradigmi per l'imprenditoria contemporanea». Nell'incontro del primo pomeriggio, sostenuto oltre che dall'Accademia Santa Giulia, anche dalla Provincia, Van de Laar attualmente impegnato nella campagna di alcuni politici tedeschi in vista delle elezioni federali di settembre, non è stato l'unico a prendere la parola.

**Reale e virtuale.** Il data scientist Paolo Zanzottera ha offerto una lezione sulle prospettive

**«Il segreto? Combinare metodi tradizionali con le tecniche di new media e big data»**

del marketing futuro. «Non esiste più la distinzione tra mondo reale e virtuale: esistono le persone che si muovono in rete e nel mondo reale abbattendo la distanza tra profilo e

persona». Dalla premessa si è sviluppata la sua tesi che ha proposto casi reali a cominciare dai... casoncelli bresciani per arrivare al supermarket del futuro: Amazongo, che aprirà a Seattle entro l'anno. «Innovare nel 2017 - ha concluso Zanzottera - significa digitalizzare il modello di business e consolidarlo mescolando la comunicazione e il marketing online e offline». //

**Guarda la fotogallery**  
giornaledibrescia.it/  
brescia-e-hinterland