

INTERNET FESTIVAL DI PISA 2017: DALL'AQUILA GIACOMO TAFFO CHIAMATO A SVELARE IL SEGRETO DEL MARKETING

5 Ottobre 2017



L'AQUILA - Ironia, capacità comunicative innate, coraggio nel rompere completamente i classici schemi e oltre 50 mila follower sui social; sono questi gli elementi che hanno portato il giovane imprenditore aquilano nel settore funerario, Giacomo Taffo, ad essere chiamato tra i protagonisti dell'Internet Festival 2017 di Pisa.

Al centro della manifestazione, che si concluderà l'8 settembre, i grandi trend che stanno guidando l'innovazione in questi anni, tra questi spicca la storia del giovane aquilano, che "quasi senza volerlo" è diventato tra i più twittati dei social, con la pagina ufficiale dell'impresa funebre di cui è titolare, seguita da oltre 50 mila utenti.

"Per me sarà un vero onore salire sul palco insieme a 'Casa Surace' - spiega ad *AbruzzoWeb* Taffo - stavano cercando esempi concreti di come un'azienda possa auto-pubblicizzarsi, facendolo in modo funzionale e senza poter mettere scuse di alcun tipo. Hanno scelto me e sarò fiero di portare L'Aquila con me a Pisa".

A volere fortemente la sua presenza, il presidente del festival, un ulteriore motivo di soddisfazione per il giovane aquilano, fiero di poter, in qualche modo, rappresentare L'Aquila a un evento a livello nazionale. "Il fatto che io sia stato invitato perché richiesto personalmente dal presidente, per me è un motivo d'orgoglio veramente molto grande - aggiunge - sono quello che di marketing a livello teorico, probabilmente ne sa di meno di tutti, non ho studiato comunicazione e non mi servo di agenzie pubblicitarie o esperti del settore, sono un amatore ed è questo che li ha colpiti, credo".

"Vogliono capire il segreto della mia ricetta, ma il segreto è che non esiste nessun segreto - scherza - solo fantasia e passione per il proprio lavoro. Tra le prime pubblicità ricordo sicuramente quella che ho dedicato al ventesimo anno della trilogia di *Ritorno al futuro* con l'immagine di un carro somigliante alla macchina del tempo del film e la scritta: 'non sarà la DeLorean, ma nel futuro ti ci porta lo stesso'".

Inizialmente la gente ha risposto in maniera molto differente, ma indubbiamente le immagini e l'ironia, hanno avuto un impatto notevole sugli utenti social, fino ad arrivare a oltre 50 mila follower. "Piano piano la gente ha capito che non c'era nulla di male a fare dell'ironia in questo modo e su temi a volte anche molto sentiti", come la campagna antifumo a cui aderì Taffo.