

AUTOSILOVia Castelnuovo Università
APERTO 24 ORE
Abbonamenti personalizzati
Vendita posti auto

CORRIERE DI COMO

QUOTIDIANO DI INFORMAZIONE DELLA CITTÀ E DELLA PROVINCIA

In edicola con il

CORRIERE DELLA SERA

SPT S.p.A.
 Viale Aldo Moro, 23 - COMO
 Tel. 031.2744511
 info.sptspa.net
 www.sptspa.net


Edizione con il Corriere della Sera - non vendibile separatamente Euro (02)
 In caso di mancato uscita del Corriere della Sera Euro (1,50)
 * Corriere di Como da solo (con diretta messa sul tavolo)
 POSTE ITALIANE SPA - SPECIAZIONE IN A/D L. 20020 COMO L. 4004
 A/R 1 COMMA 1000 COMO

DOMENICA 23 MAGGIO 2010 - ANNO XIV N. 122

www.corrieredicomo.it

EURO 0,50*

**L'iniziativa****Sito comasco propone sponsor fai da te**

Vetrina e possibili contatti per aspiranti testimonial

di **Marcello Dubini** a pagina 9IL TEMPO
DI OGGI

A pagina 15

**Assaggi di mondo in piazza Cavour****Domenica di mercatini per tutti i gusti**

Enogastronomia francese ai giardini a lago

a **pagina 9** in cronaca

I testimonial cercano gli sponsor sulla piazza virtuale made in Como

Online le proposte di chi mette a disposizione abiti, auto e moto per la pubblicità

(m.d.) Iaia abita a Torno, due volte alla settimana si tuffa nella piscina Sinigaglia e offre il suo costume alle aziende che vogliono fare pubblicità; in cambio chiede metà del prezzo del biglietto di ingresso. Max, invece, vive a Cucciago ed è un appassionato di moto; gira spesso in pista ed è pronto a farsi sponsorizzare. Il canturino King Leonida macina 100 chilometri al giorno per lavoro e spera che qualcuno gli offra un'auto piena di pubblicità (la benzina, però, la metterebbe lui).

Sono soltanto alcune delle proposte per raggranellare un po' di soldi che compaiono su www.ideesenzasoldi.com, piazza vir-

tuale dove tentare di far incontrare domanda e offerta, online dall'inizio di maggio e creata dall'agenzia "I Am Comunicazione" di Como.

Sul sito compare anche chi vorrebbe far indossare al proprio cagnolino, che spesso gironzola per il centro città, magliette e cappottini sponsorizzati, chi fa molti viaggi ed è disponibile a girare il mondo facendosi fotografare con magliette sponsorizzate in cambio di finanziamenti, chi punta a farsi pagare il giornaliero sciando con marchi in bella vista sulla giacca a vento. Insomma, le idee non mancano.

«L'obiettivo della nostra iniziativa - dice la

trentenne Francesca Astesani, uno dei tre soci dell'agenzia Iariana - è mettere in contatto gente comune, con uno stile di vita dinamico, e aziende che desiderano comunicare in maniera originale e a costi ridotti. Vogliamo dare ai giovani la possibilità di rendere profittevole le loro abitudini, mettendole a disposizione di imprese o commercianti che hanno bisogno di veicolare i propri prodotti in luoghi e momenti particolari, con spese contenute».

Gli esempi possono essere molteplici. «Supponiamo che in città apra una nuova palestra e che voglia farsi conoscere tra i ragazzi - spiega la creativa

Iariana - Un giovane che ama ballare potrebbe farsi pagare l'ingresso della discoteca dal titolare della palestra, indossando in cambio, per l'intera serata, la maglietta con il logo dell'attività. O pensiamo a chi tutti i giorni utilizza l'auto per andare a lavorare o a studiare: potrebbe farsi pagare la benzina accettando di dare spazio sulla sua macchina ai marchi delle imprese disposte a finanziarlo».

La procedura da seguire è semplice. Gli aspiranti testimonial hanno due strade da seguire. Possono inserire un annuncio sul sito proponendo una loro idea di comunicazione e aspettare di essere contat-



Una ragazza che va spesso in piscina è disposta ad applicare sul costume il logo delle aziende

tati da un'azienda disposta a finanziare il progetto in cambio di visibilità. Oppure possono creare un proprio profilo, segnalando stile di vita, abitudini e passioni, e attendere che le imprese si facciano avanti con una proposta.

Gli imprenditori alla ricerca di testimonial originali e a basso costo posso-

no a loro volta inserire un annuncio con le caratteristiche ricercate, oltre che verificare se sulla bacheca virtuale esiste già un candidato compatibile con le loro esigenze. Ogni inserzionista è associato a un codice, in modo che la sua privacy sia tutelata. In caso di interesse reciproco, sarà l'agenzia a mettere in

contatto azienda e testimonial. Le inserzioni sono gratuite, sia per i giovani sia per le imprese. Il guadagno per l'agenzia deriverà dalla vendita degli spazi pubblicitari previsti sul sito, spazi che sono per ora ancora vuoti.

«L'idea - afferma Francesca Astesani - ci è venuta quando abbiamo letto la storia di una coppia che voleva sposarsi con una cerimonia in grande stile, ma non aveva abbastanza soldi e voleva farsi sponsorizzare. Il sito l'abbiamo creato per muovere un po' le acque, fare una proposta innovativa. Al momento, però, non si sono ancora concretizzate intese tra aziende e aspiranti testimonial. Siamo presenti anche su Facebook e abbiamo ricevuto inserzioni non soltanto dal Comasco, ma pure dalle province di Lecco, Milano e Roma. Noi siamo soddisfatti e speriamo che il nostro sito si faccia sempre più conoscere. Soprattutto per i giovani, è un'occasione a costo zero per guadagnare un po' di soldi in questo momento di crisi».