

Incontriamoci a “Città Nuova”, la nostra città



PUBBLICITÀ: RISORSA O INGANNO?

Mio nonno, da buon genovese, diceva sempre: «La pubblicità è l'anima del commercio». Ho scoperto di recente che questa frase non era di mio nonno ma di Henry Ford. Ed ho scoperto anche il suo contrario: «La pubblicità è il commercio dell'anima», come scriveva Marcello Marchesi.

Un dato: 5 per cento. È la percentuale dei ricavi della pubblicità su *Città Nuova*. Ciò significa che, grosso modo, il 95 per cento delle spese per la pubblicazione della rivista viene pagato dai nostri fedeli abbonati. Siamo soddisfatti di non dipendere, come tante altre riviste, dagli inserzionisti, perché vogliamo essere una voce libera. Non a caso il contenuto della pubblicità su *Città Nuova* viene letto e vagliato dai nostri lettori come fosse un articolo. E viene contestato quando non corrisponde, secondo i lettori, al vero.

Per raccogliere questa pubblicità, s'è ora costituita una rete di collaboratori. Si tratta di cinque agenti, dal Nord al Sud della Penisola. Uno di loro si esprime così: «Sono convinta che quello che vado a proporre è uno scambio tra una somma di denaro (che sta acquistando sempre più valore) e la possibilità di veicolare un prodotto su un mezzo, *Città Nuova* rivista e sito, portatore di valori talmente alti che non hanno prezzo. Una pubblicità sulla rivista o sul web è così un valore aggiunto per l'azienda inserzionista, è un biglietto da visita, garantisce serietà. E poi ascolto il mio interlocutore. Mi interesso ai suoi prodotti ma anche ai suoi progetti, e cerco i collegamenti con i valori che permeano *Città Nuova*. Non chiudo mai la porta, offro tutte le alternative possibili (modulazione di spazi, di prezzi), perché un “no” non è mai per sempre. E neanche un “sì” è per sempre, perché un cliente acquisito va curato, va risentito dopo la pubblicazione della pubblicità per capire se c'è qualcosa che possiamo migliorare». E un altro agente, da decenni impegnato nella vendita di pubblicità, aggiunge: «Ho partecipato a diversi seminari di formazione alla vendita. Qual era ogni volta la mia sorpresa? Che in questo ambiente dove contano solo i profitti veniva insegnata quell'“arte di amare”, familiare ai nostri lettori, perché elaborata da Chiara Lubich».

Anche voi, cari lettori, potete collaborare alla raccolta pubblicitaria, semplicemente indicandoci enti, imprese, istituzioni interessate alla pubblicità sul sito e sulla rivista. Contattateci su: rete@cittanuova.it

Marta Chierico