

L'INIZIATIVA PROMOSSA SU INTERNET

L'ultima dei no global: paga e sarai espropriato

IL TARIFFARIO

STEFANO FILIPPI
 Offerta base: esproprio tradizione con volantaggio, striscione e megafonia sul campo con un centinaio di manifestanti, costo fino a 5.000 euro in merce più 20 per cento spese di produzione. Offerta deluxe: esproprio con processione della statua di San Precarato, almeno due striscioni coreografati e oltre 200 manifestanti, costo oltre 5.000 euro più 25 per cento spese di produzione. Offerta elite: esproprio con processione e statua, soluzioni più creative e presenza di almeno un leader no global, costo oltre 10.000 euro in merce più 30 per cento spese di produzione. Prevedevi personalizzati e consulenze assistuntive, scrivere a info@espropriproletari.com.

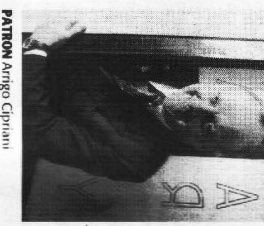
<p>OFFERTA BASE esproprio tradizionale con volantaggio, megafonia sul campo e 100 manifestanti</p> <p>Costo _____</p> <p>Simile euro + 20% di spese di produzione</p> <p>OFFERTA DE LUXE processione delle statue, due striscioni coreografati di San Precarato con almeno 200 manifestanti</p> <p>Costo _____</p> <p>Simile euro + 25% di spese di produzione</p> <p>OFFERTA ELITE è assicurata la presenza di almeno un leader no global</p> <p>Costo _____</p> <p>Offerta elite</p>
--

I disobbedienti a negozianti e ipermercato: «Subire un saccheggio è il miglior sistema per farsi pubblicità»

zione di valore per le imprese», spiega il *cyber no global* Andrea Natella, uno degli ideatori. «I tremonti parlerebbe di una visione creativa e virtuosa», dice Luca Casarini, leader dei Disobbedienti veneti.



LEADER Luca Casarini



PATRON Arrigo Cipriani

Il principio è semplice: «Fortere il mercato per entusiasmare il mercato, per dirla con lo slogan della rivista. Senza alleggerire troppo il negozio, l'esproprio proletario gli procura una pubblicità enorme: articoli su tutta la stampa, immagini in ogni telegiornale per giorni e giorni. «Una paginata di pubblicità su Repubblica Casarini - qui ne bastano molti meno per avere lo stesso effetto». Nel mondo della comunicazione, «si sfrutta il bisogno di novità del me-



L'ASSALTO Uno degli ultimi espropri proletari dei no global

di e la permeabilità dei suoi meccanismi», si legge su www.guerrigliamarketing.it, il sito internet curato da un collettivo di no global romani che ha ideato anche www.espropriproletari.com.

Su quest'ultimo sito è spiegato come funziona questo «servizio rivoluzionario» che garantisce «visibilità del vostro marchio o della vostra insegna su tutta la stampa nazionale». I Robin Hood del 2000 si rivolgono a «catene della grande distribuzione, ipermercato, imprese della ristorazione, aziende di trasporto, piccoli *retailer*». «Un gruppo di operatori specializzato è inviato sul punto vendita per sottrarre merci nell'ambito di un'azione eclatante di sicuro impatto». «Occasione unica per associare la desiderabilità estrema per i vostri prodotti in una campagna nazionale sulle principali testate».

I clienti? Finora quattro, loro malgrado: l'ipermercato Parramanna di Roma, le librerie Feltrinelli di mezza Italia, l'Harry's bar di Venezia (con il commento di Arrigo Cipriani beffardo da nove precarati fuggiti senza pagare un conto da mille euro) e il

ristorante Da Celeste di Venezia (Treviso). «Ma una catena di grande distribuzione nazionale sta valutando le nostre proposte», svela Natella.

Ogni domanda trova una risposta. Le merci vengono rubate veramente? «Tutto quello che avviene sul punto vendita è garantito come reale al 100 per cento. Il servizio è legale?» «Assolutamente diventa illegale solo se il cliente decide di denunciare l'agenzia o uno dei partecipanti» (ma una clausola contrattuale prevede una penale pari all'ultimo fatturato annuo del cliente). Non converrebbe regalare direttamente la merce? «Soluzione equivalente ma che non sempre assicura lo stesso ritorno pubblicitario».

L'interrogativo più serio resta però senza risposta. E soltanto una provocazione? «È una cosa che sta in piedi», dice Natella. «Chi può dire quali è il confine tra satira e provocazione nel mondo impravido di oggi?». Filosogegga Casarini - Ci costrincono al precarato, e allora rovesciamo questo concetto non ce l'ha. Finalmente un approccio giusto per iniziative che non sono rapine. Per me è molto più rappuntatore uno come Tanzi».