

Il rinascimento dell'audio e il potere della voce



di
MASSIMILIANO
DONA

Abbiamo raccontato il potere della nostra voce durante il nostro evento annuale, il Premio Vincenzo Dona.

Vi è mai capitato di perdervi nell'ascolto di una storia? Di lasciarvi trasportare da un suono o da una melodia? E quante volte è stata semplicemente una voce ad insegnarci qualcosa? O magari, più prosaicamente, a spiegarci le funzionalità di un nuovo prodotto, a spingerci a comprare qualcosa?

Possiamo chiamarlo "onlife" (per citare il neologismo proposto da Luciano Floridi per descrivere questo nostro quotidiano, fatto di indistricabili connessioni tra *on-line* e *real-life*) oppure semplicemente "metaverso" (come Mark Zuckerberg).

Quel che è certo è il ruolo della voce, del "verso", appunto. Se è vero che il quotidiano dei consumatori è letteralmente immerso in un tridimensionale nel quale reale, digitale e virtuale si confondono al punto da risultare indistinguibili, ecco la voce è forse l'elemento centrale di questo nuovo ecosistema: si inserisce fluida in ogni interstizio del nostro vivere e ci consente il superpotere del *multitasking*!

Proprio al "potere della voce" abbiamo dedicato la quindicesima edizione del Premio Vincenzo Dona, che si è tenuta lo scorso 22 novembre in diretta *streaming* dagli studi televisivi di Sky di Milano.

Dopo tanti anni al Teatro Argentina di Roma, dallo scorso anno l'evento dedicato a Vincenzo Dona, padre

La voce si inserisce fluida in ogni interstizio del nostro vivere, ci consente il superpotere del multitasking.



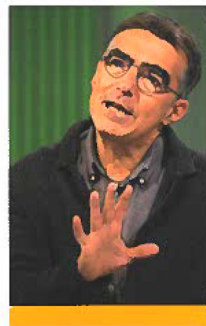
del consumerismo in Italia, ha trovato casa in uno studio televisivo; quest'anno in una versione ibrida con ospiti presenti in studio e altri in collegamento, ma soprattutto con la possibilità di parlare, grazie alla diretta su Facebook e YouTube con oltre dieci mila persone che hanno seguito l'evento *online*.

GLI OSPITI DEL PREMIO DONA 2021

Come da tradizione, al Premio Vincenzo Dona sono intervenuti autorevoli rappresentanti delle istituzioni, imprese, studiosi e addetti ai lavori, chiamati a dialogare sul rinascimento dell'audio tra *marketing* e innovazione, il tutto in un racconto diviso in quattro atti:

- 1) la voce delle imprese
- 2) la voce e le nostre scelte
- 3) la voce che informa
- 4) la voce dei consumatori.

Prima parte, dunque, dedicata al tono di voce delle imprese, sempre più attive protagoniste del dibattito pubblico sui temi sociali, dalla sostenibilità ambientale all'inclusione. Ad introdurre il tema Paolo Iabichino, direttore creativo e scrittore pubblicitario che ha poi lasciato la parola a tre *big* del mercato: Meta, Mars e Vodafone che hanno portato la loro esperienza di *brand activism*.



Paolo Iabichino, direttore creativo e scrittore pubblicitario, ospite del Premio Dona 2021.



Il presidente Massimiliano Dona intervista Guido Scorza, componente del Garante Protezione Dati Personali, che ha ricevuto il Premio Dona 2021 per la sezione "Personalità".

Ipsos conferma che i podcast hanno un pubblico qualificato, che cerca attivamente i contenuti di interesse e li ascolta per intero.

A chiudere lo spazio Francesco Morace, sociologo e saggista, che in un video riassume forse il concetto principale del ruolo della voce nel mercato: *"la voce costituisce il mezzo di comunicazione più autentico di cui disponiamo. La voce rispecchia fedelmente le nostre intenzioni e i nostri sentimenti, seguendo la regola delle 4R che plasmerà i nuovi mercati: Rilevanza, Risonanza, Reciprocità, Riconoscimento"*.

E poi non potevamo che raccontare gli *smart speakers*, cioè quegli apparecchi che stanno entrando nelle nostre case e ci consentono di ascoltare musica o chiedere informazioni. Qui il tema è il delicato equilibrio tra voce e dati. Protagonista Guido Scorza, componente del Garante Protezione Dati Personali e vincitore del Premio Dona 2021.

Il terzo tempo è stato un "tuffo" nell'universo *podcast*, introdotto da Nora Schmitz (Ipsos) che ha fotografato il mondo audio nel 2021, confermando *"che i podcast hanno un pubblico qualificato, che cerca attivamente i contenuti di interesse e li ascolta per intero"*.

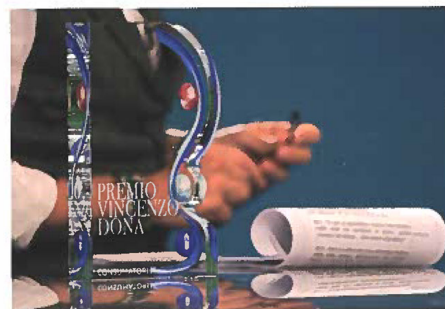
Abbiamo poi ospitato un *parterre* di *podcaster*: Giulio Gaudiano (Presidente ASSIPOD, Associazione Italiana Podcasting), Matteo Caccia, Don Alberto Ravagnani, Matteo Grandi e Matteo Ranzi, questi ultimi co-protagonisti dei *podcast* UNC *"Innovazione Quotidiana"* (produzione: Storie Libere) e *"Nessun Problema"* (pro-

duzione: Italia Podcast Network).

Già perché il mondo *podcast* è stato nel 2021 una vera scoperta per la nostra associazione che negli ultimi mesi ha lanciato diversi *show* raggiungendo in meno di un anno quasi 50 mila ascolti totali.

Nell'ultima parte, infine, spazio alla voce ai consumatori: come reclamano? Quale tono di voce utilizzano? E cosa vogliono esprimere?

Ospiti dello spazio: Renato Geremicca, Founder & Art Director, GereBros, Camilla Ghini, Speaker radiofonica, Gennaro Romagnoli, Psicoterapeuta e autore e Paolo Borzacchiello, Scrittore, profiler linguistico-comportamentale, HCE co-creator. ■



I PREMIATI DELLA QUINDICESIMA EDIZIONE

PERSONALITÀ

Guido Scorza, componente del Garante Protezione dati personali: *"Per la capacità di vivere l'innovazione circostante, così da rendere protagonista il ruolo dell'Autorità. E per aver fatto della voce strumento di empowerment accessibile a tutti, addetti ai lavori e consumatori"*.

STAMPA

Alessandro Tommasi (Co-founder & CEO, Will Media): *"A una testata innovativa, campione*

della moderna informazione, fatta di interazione sui temi della modernità, anche attraverso i podcast con un pubblico in continua crescita".

TESI DI LAUREA (ex-aequo)

Arianna De Conno - Università di Pisa *Informazione al consumatore e sviluppo sostenibile. Il ruolo della comunicazione business to consumer nell'ordinamento europeo.*

Gilda De Rosa - Università della Calabria *Sostenibilità ed economia circolare: modelli teorici ed evidenze empiriche.*