

di Giampaolo Colletti*, [@gpcolletti](#),
[esperto@millionaire.it](#)

È di moda il *binge watching*, cioè vedere più puntate consecutive di una serie. Oggi si gioca sull'attenzione. Che deve essere stimolata di continuo

A ME GLI OCCHI, PLEASE!

Siamo peggio di un pesce rosso. Perché nella sfida del mantenimento della soglia d'attenzione, un pesce rosso riesce a superare le umane distrazioni. Lo dice uno studio promosso da Microsoft, che mostra come l'attenzione sia passata da 12 secondi nel 2000 a 8 secondi di questi ultimi anni. Mentre i pesci rossi, compresi quelli negli acquari, possiedono un campo di attenzione di 9 secondi. Per dimostrarlo, l'azienda ha intervistato 2.000 persone e si è anche avvalsa di uno studio condotto su un campione di 112 individui, con monitoraggio dell'attività cerebrale tramite elettrocardiogramma. Lo studio ha messo sul banco degli imputati il nostro aumento vertiginoso dell'uso delle connessioni in mobilità. Armati di smartphone e tablet, perdiamo il senso di quello che facciamo. Con un progressivo deterioramento della soglia dell'attenzione. Un tema di attualità, soprattutto in un mondo connesso che vende dati attraverso l'attenzione che manifestiamo. Con i brand impegnati a catturare interesse, coinvolgimento, interattività. Verso l'acquisto di prodotti, servizi, soluzioni. Così nello scacchiere digitale si pensano strategie per solleticare l'interesse. Non a caso durante il *binge watching*, pratica ricorrente con le piattaforme di video-streaming nella visione continuativa delle serie online, Netflix fa apparire un cartello esplicativo. *Are you still there?* Ovvero, Sei ancora connesso? Presupponendo di fatto che l'interesse dello spettatore possa scemare.

A CACCIA DI ESPERIENZE "WOW"

Costruire eventi unici, irripetibili, memorabili. Di più. Costruire esperienze "wow". Lavorando sui secondi per solleticare l'interesse, evitando la noia. Un mantra ormai per agenzie e brand che creano eventi, online oppure offline. «Oggi bisogna ragionare molto di più sull'insieme dei singoli, in cui ogni persona vive un'esperienza che avvolge, pervade e permette di diventare attore del film e non spettatore» racconta [Andrea Varnier](#), Ceo di Filmmaster Events, agenzia che ha già realizzato grandi eventi come la Champions League, la cerimonia di Expo 2015, le Olimpiadi e recentemente la tappa italiana del Gran Premio di Formula E.



Il nostro esperto

* È un giornalista e digital storyteller. Nel 2010 ha fondato www.wwwworkers.it, community che aggrega migliaia di lavoratori della rete, raccontata in *Wwwworkers*, edito da Gruppo24Ore. Nel 2017 ha pubblicato il libro *Sei un genio* (edito da Hoepli).



+ 3 idee per un'esperienza memorabile

1 A Matera, Mikaela Bandini ha messo in piedi Area 8, uno spazio di ritrovo all'imbocco dei sassi, nel cuore storico della città. Lo staff è composto da una decina di persone. E si organizza di tutto: da aperitivi a cene di matrimonio per americani e inglesi. A conclusione della serata, la consegna del "Bisc-Otto", uno speciale biscotto della fortuna curvato a mano e colato col cioccolato da uno storico pasticciere lucano.

2 A Jesi, il tassista social Marco Silvestri ha deciso di lanciare un servizio notturno per le discoteche della costa adriatica. Portando a ballare i giovanissimi. I contatti arrivano tramite il suo sito Taxi-jesi.it oppure via Facebook e WhatsApp. E a cercarlo per portare a ballare i figli sono anche i genitori. Marco ha realizzato una discoteca itinerante nel taxi: luci psichedeliche a ritmo di musica.

3 A Piazza, piccola frazione nella Val Terragnolo in Trentino, il 22enne imprenditore apicoltore Matteo Andreotti ha creato una cabina di benessere tra gli alveari: si tratta di uno spazio per quattro persone immerso nel verde. E dalla cabina si sente tutto quello che sentono le api, con le stesse vibrazioni.

