

PIERLUIGI DIACO: “Buongiorno. Ben trovati ad una nuova puntata di Radio Gioventù, la radio del Ministero della Gioventù. Ben trovano a Peppe alla regia e ben trovata alla padrona di casa, il ministro della Gioventù, Giorgia Meloni. Buongiorno, ministro”.

GIORGIA MELONI: “Buongiorno a voi”.

PIERLUIGI DIACO: “Proprio ieri, giovedì 16, è uscito anche un bell’articolo di Andrea Zorzi su Avvenire che mette al centro l’importanza dell’organizzazione dello sport per i giovani. Ed è un po’ ciò di cui parleremo oggi. In occasione dei mondiali di Beach Volley al Foro Italico di Roma tornano i Villaggi della Gioventù in collaborazione con Federazione Italiana Volley e Agenzia Nazionale per i Giovani. Di cosa si tratta Ministro?”

GIORGIA MELONI: “Si tratta di un’esperienza che abbiamo già avviato durante gli ultimi Campionati di Pallavolo, con la quale noi portiamo avanti una serie di iniziative collaterali, diciamo così, ai Mondiali di Beach Volley, che si svolgono al Foro Italica a Roma dal 13 al 19 giugno prossimi”.

PIERLUIGI DIACO: “E nella seconda parte, invece, della trasmissione incontreremo due ragazzi romani che si sono fatti notare molto con la campagna “Maledetto Tag” per il lancio del film “Feisbum” e ci collegheremo con loro telefonicamente. Ma intanto partiamo subito con la musica. C’è Adele”.

Set fire to the rain – Adele

PIERLUIGI DIACO: “Adele a Radio Gioventù, la radio del Ministero della Gioventù. Come detto in apertura In occasione dei mondiali di Beach Volley al Foro Italico di Roma tornano i Villaggi della Gioventù in collaborazione con Federazione Italiana Volley e l’Agenzia Nazionale per i Giovani. Allora, ministro. È un appuntamento importante che noi segnaliamo ai nostri ascoltatori. Perché?”

GIORGIA MELONI: “Perché così come accaduto per i Mondiali di Pallavolo del 2010, per tutta la durata dell’evento, che dicevamo è dal 13 al 19 giugno al Foro Italico, i ragazzi potranno, oltre a guardare, ovviamente, le partite, anche partecipare attivamente, vivendo, diciamo così, di persona l’emozione della gara. Perché noi allestiremo al di fuori, diciamo, sempre nello spazio del Foro Italico, un campo da pallavolo per la pratica sportiva e allestiremo anche una serie di, diciamo, stand, noi li chiamiamo Villaggi della Gioventù, ma insomma uno spazio del Ministero della Gioventù, all’interno del quale non solo avviciniamo alla pratica sportiva ma svolgiamo una serie di altre iniziative, che poi sono tutte le iniziative che vanno dalla sicurezza in internet fino al tema della sicurezza stradale e tutte le attività formative che noi svolgiamo durante l’anno, si celebrano anche all’interno di questi luoghi”.

PIERLUIGI DIACO: “Mi pare importante ricordare che l’ingresso sarà gratuito al villaggio ospitalità e ai campi di gara durante tutta la manifestazione ad esclusione del campo centrale nei giorni di sabato 18 e domenica 19 giugno in occasione di semifinali e finali”.

GIORGIA MELONI: “Un’ultima cosa, come già accaduto durante i Mondiali di Pallavolo, l’occasione di questi Mondiali di Beach Volley ci ha consentito ancora una volta, come Ministero della Gioventù, di fare dono di un campo polivalente in erba sintetica, quindi un campo di pallavolo da regalare a una scuola di Roma situata in un quartiere svantaggiato”.

PIERLUIGI DIACO: “E noi ne parliamo con Valeria Rosso, della nazionale italiana di Beach Volley. Valeria, buona giornata, benvenuta a Radio Gioventù”.

VALERIA ROSSO: “Buona giornata a voi. Grazie mille per avermi invitato”.

GIORGIA MELONI: “Grazie a te per aver accettato, Valeria. Buongiorno.”

VALERIA ROSSO: “Buongiorno”:

PIERLUIGI DIACO: “Bene. È la prima volta che ti capita di parlare con il ministro Meloni?”

VALERIA ROSSO: “Direi di sì. È un grande onore”.

GIORGIA MELONI: “Grazie, per me”.

PIERLUIGI DIACO: “Allora, segnalo al ministro Meloni il sito internet dove trovare un po’ la storia di Valeria, che è www.valeriarosso.com e lo segnalo anche a chi ci sta ascoltando. Ma la cosa che mi colpisce è che ho scoperto, leggendo in questi giorni un po’ la tua storia, che tu a 6 anni ti sei innamorata della pallavolo grazie al cartone animato *Mimi e le ragazze della pallavolo*”.

GIORGIA MELONI: “Beh, è accaduto a molti”.

VALERIA ROSSO: “Esatto. Sì, la nostra generazione veramente tanti. È un cartone che passavano tantissimo in televisione ed era bellissimo vedere queste giocatrici e questa giocatrice in particolare, che sudava, che sudava l’anima per realizzare il suo sogno. Davvero, penso che non solo la nostra generazione abbia fatto innamorare della pallavolo”.

PIERLUIGI DIACO: “Come si chiamava quello che amava Mimi?”

VALERIA ROSSO: “No, quello è Shiro”.

GIORGIA MELONI: “Quella è Mila. Mila Azuki, e Shiro”.

PIERLUIGI DIACO: “Ah, è vero!”

VALERIA ROSSO: “Invece Mimi era l’altra”.

GIORGIA MELONI: “Mimi era più seria, era una ragazza più seria”.

PIERLUIGI DIACO: “Purtroppo io non..”

VALERIA ROSSO: “C’era Daimon, che era l’allenatore, che la massacrava. Io sono cresciuta con questo spirito di sacrificio”.

PIERLUIGI DIACO: “E’ vero quello era *Mila e Shiro*”.

GIORGIA MELONI: “A me, Valeria, ha sempre divertito tantissimo questo fatto che loro per rappresentare un colpo tirato forte facevano diventare la palla ovale”.

VALERIA ROSSO: “Esatto”.

GIORGIA MELONI: “A te è mai successo?”

VALERIA ROSSO: “C’è qualche foto in cui effettivamente questa palla sul bagher si ovalizza un po’, e allora”.

GIORGIA MELONI: “Quindi è vero! È un effetto ottico reale. Ok”.

VALERIA ROSSO: “E’ vero. È un effetto reale”.

PIERLUIGI DIACO: “Allora, 2010 nel torneo in Cina tu e la Menegatti vi classificate settime, miglior piazzamento femminile italiano stagionale e poi in Thailandia conquistate un risultato storico per l’Italia, ovvero l’argento. Debbo dire, insomma, che il vostro sport da cosiddetto sport minore, per quanto riguarda la comunicazione e come ne parlano i giornali, sta diventando centrale, insomma, no? Sempre con più affezionati e persone che lo seguono”.

VALERIA ROSSO: “Sì, sì. Devo dire che effettivamente, intanto un grande plauso allo sforzo che il Coni e la Federazione hanno fatto per organizzare il Mondiale qui, in casa. E questo sicuramente sta dando un po’ la spinta definitiva. I risultati che abbiamo portato, che stiamo portando come nazionale, stanno ancora di più aiutando. Il beach volley, alla fine, è uno sport che si gioca tantissimo, che tutti giocano. Dal bambino che c’ha 6 anni alla persona che ha 60 anni, 65. Perché comunque lo giochi sulla sabbia, non è traumatico, quindi è uno sport divertente, che si gioca in spiaggia. Quindi tutti un po’ ci sentiamo giocatori di beach volley, credo, no?”

GIORGIA MELONI: “Peraltro stanno proliferando, vedo sulle spiagge, i campi in maniera incredibile, Valeria, in questi anni”.

VALERIA ROSSO: “Incredibile. Sui campi ma poi anche strutture al coperto nelle grandi città. Milano, Torino, città minori. È pieno di campi e strutture al coperto perché le persone d’inverno vogliono prepararsi perché vogliono arrivare d’estate a fare bella figura con gli amici. Quindi questo penso sia una cosa bellissima, no?”

PIERLUIGI DIACO: “E’ uno sport più femminile o più maschile questo, secondo te?”

VALERIA ROSSO: “Entrambi i sessi, guarda. Veramente 50 e 50 perché ci giocano tutti. Ci giocano tutti anche se delle volte dal punto di vista mediatico viene dato un po’ più risalto a noi femminucce, per ovvi motivi. Però a anche i maschi davvero ce ne sono tantissimi di appassionati”.

PIERLUIGI DIACO: “Ecco, mai nessuna coppia femminile, ricordo, tu e la Menegatti, nel beach volley italiano di tutti i tempi aveva conquistato la finale di un torneo del campionato del mondo prima d’ora”.

VALERIA ROSSO: “Vero”.

PIERLUIGI DIACO: “Insomma mi pare un ottimo risultato. E quale sarà insomma il tuo contributo non da sportiva a, insomma, da altro in questi campionati di beach volley. Immagino che, insomma, visiterai il Villaggio”.

VALERIA ROSSO: “Sì, assolutamente. Guarda, abbiamo fatto, è stato bellissimo perché ieri abbiamo partecipato, grazie a Smart, ad una sessione di firma di autografi e distribuivamo le cartoline. Era pieno di bambini che ci chiedevano, addirittura un ragazzino ci ha detto “oh magari i giocatori di tennis fossero così simpatici come voi”. E un po’ mi è dispiaciuto, poverino, perché aveva, diciamo, il cuore in mano. Poi stiamo qui girando. Abbiamo giocato con i bambini appunto in questi campi che avete allestito voi, che sono sempre pienissimi davvero di ragazzi di ogni età. Quindi è veramente una festa. Oltre ad essere un Campionato del Mondo è proprio una festa di questo sport”.

GIORGIA MELONI: “Valeria per voi una grande sfida, chiaramente, insomma, grande attesa per quello che avete fin qui dimostrato. Un Campionato del Mondo che si celebra in Italia e quindi giocare in casa. Che vi aspettate un po’ dal tifo italiano?”

VALERIA ROSSO: “Ma guarda intanto devo dire che già è stato favoloso, anche nelle prime fasi della pool, i primi giorni della settimana, in orari in cui veramente pensavamo non venisse nessuno. Invece le persone erano lì pronte ad entusiasinarsi e a tirarci su di morale. Quindi veramente il pubblico è presente e penso che ci darà una mano grandissima per il proseguo del torneo”.

PIERLUIGI DIACO: “Ecco, voglio ricordare che il personale della Polizia Postale e delle Comunicazioni, sentinella della sicurezza informatica, proseguirà il lavoro iniziato anche lo scorso anno dedicato alle informazioni utili sulle minacce che il web può riservare ai giovani. E in calendario anche attività formative per la prevenzione dell'abuso di alcol e la sicurezza stradale. Tutte le informazioni su I Villaggi della Gioventù ai Mondiali di Beach Volley al sito www.gioventu.it oppure www.agenziagiovani.it. Sito ufficiale dei Mondiali di Beach Volley www.beachvolleyroma.com”.

GIORGIA MELONI: “E www.valeriarosso.com che è stata con noi, dalla quale ci aspettiamo delle cose grandissime insieme alla sua compagna. Mi raccomando, in bocca al lupo, davvero”.

VALERIA ROSSO: “Crepì il lupo. Grazie mille”.

GIORGIA MELONI: “Vi seguiamo con grande passione, con grande entusiasmo”.

VALERIA ROSSO: “Grazie tante”.

PIERLUIGI DIACO: “Ciao, Valeria”.

VALERIA ROSSO: “Un abbraccio”.

PIERLUIGI DIACO: “E adesso direttamente da *Amici*, è stato il vincitore di questa ultima edizione condotta dalla De Filippi, ed è Virginio con Sale”.

Sale – Virginio

PIERLUIGI DIACO: “Virginio a Radio Gioventù, la radio del Ministero della Gioventù. Allora si parla di Young Blood '10, annuale dei talenti italiani premiati nel campo della creatività. Di cosa si tratta, ministro?”

GIORGIA MELONI: “Si tratta di una pubblicazione che arriva alla sua quarta edizione. Per tre edizioni viene patrocinata e sostenuta dal Ministero della Gioventù. Raccoglie le storie, è un almanacco che raccoglie le storie di tutti i ragazzi e le ragazze italiani che ogni anno vincono dei riconoscimenti, dei contest, di livello internazionale solamente negli ambiti della creatività. Fotografia, design, arte. Sono una media di 200 storie l'anno, straordinarie, di ragazzi nostri, che in giro per il mondo affermano il Made in Italy, che noi raccogliamo e mandiamo a tutte le aziende che operano in questi campi, a tutti i nostri Istituti di Cultura all'estero, per ricordare e accendere il riflettore sul fatto che il Made in Italy non è affatto in, così, via di definizione, come qualcuno vorrebbe, soprattutto per interesse da parte dei nostri competitori esterni, ma invece c'è uno straordinario ricambio generazionale che noi dobbiamo saper sostenere”.

PIERLUIGI DIACO: “Bene, noi ne parliamo con due dei quattro ragazzi, se non sbaglio, che sono Stefano, Marco, Daniele e Gabriele, che sono un gruppo romano under 30. Fanno parte chiaramente di una campagna, appunto chiamata 'Maledetto Tag' per il lancio del film *Feisbum*. Sono i vincitori del premio 'Giovani Leoni'. Ci colleghiamo con Stefano. Stefano, buona giornata. Benvenuto a Radio Gioventù”.

STEFANO CICCONARDI: “Buona giornata, piacere”.

PIERLUIGI DIACO: “Stefano Cicconardi. Stefano, classe 1982, laureato in Scienze della Comunicazione a La Sapienza. Nel 2010 ha fondato la Kook-Art Agency. È così?”

STEFANO CICCONARDI: “Sì, la Kook-Art Agency”.

PIERLUIGI DIACO: “Bene. E in questo contesto, sotto la direzione creativa, appunto, tua, hai ideato la campagna 'Maledetto Tag'. Di che cosa si tratta?”

STEFANO CICCONARDI: “Niente, abbiamo ideato appunto una campagna di marketing non convenzionale per questo film, diciamo, abbastanza indipendente che, appunto, sull'entusiasmo che era nato per Facebook, appunto, è nato dopo un film ad episodi sul genere della commedia italiana. E quindi andava promosso con degli strumenti, con delle tecniche abbastanza, diciamo, innovative, in linea con quello che era l'argomento del film”.

PIERLUIGI DIACO: “Ecco, ma noi abbiamo al telefono anche Marco, se non sbaglio. Marco ci sei?”

MARCO DIOTALLEVI: “Sì, buongiorno, buongiorno”.

GIORGIA MELONI: “Buongiorno, Marco”.

PIERLUIGI DIACO: “Benvenuto a Radio Gioventù. Presento a tutti e due il ministro Meloni”.

GIORGIA MELONI: “Vabbè, ci siamo già presentati”.

MARCO DIOTALLEVI: "Molto piacere".

GIORGIA MELONI: "Piacere mio".

PIERLUIGI DIACO: "Marco Diotallevi"?

GIORGIA MELONI: "Diotallevi"

MARCO DIOTALLEVI: "Sì, sì, esatto".

PIERLUIGI DIACO: "Hai un cognome singolare, Diotallevi. Va bene".

MARCO DIOTALLEVI: "Mi ha fatto famoso da piccolo".

GIORGIA MELONI: "Abbastanza comune, per la verità. Abbastanza comune".

PIERLUIGI DIACO: "Trent'anni, romano. Nel 2006 consegue la laurea in Scienze della Comunicazione con lode. Lavora in pubblicità dal 2009. Questo gruppo romano under 30, siete 4 ragazzi insieme a Daniele e Gabriele, come è nato, insomma, eravate già amici?"

MARCO DIOTALLEVI: "Noi eravamo amici. Poi nel tempo siamo stati coinvolti, visto che abbiamo esperienze differenti, siamo stati convolti per vie abbastanza particolari. Ci siamo trovati a lavorare. Io ho più competenze per quanto riguarda campagne stampa, radio e televisione. Ci siamo trovati insieme a lavorare su un campagna non convenzionale e i risultati mi sembra siano stati abbastanza".

PIERLUIGI DIACO: "Ecco, ma questo film, *Feisbum*, è un film ambientato, come diceva prima Stefano, proprio nel mondo di Facebook. Qual è la particolarità del lancio mediatico che voi avete ideato?"

STEFANO CICCONARDI: "Appunto, abbiamo preso una di quelle storie che, appunto, anche prese di ispirazione da quello che accade veramente nella via reale, che son scene abbastanza buffe, quasi al limite del possibile. Ne hanno preso spunto anche per il film. Era, appunto, una storia di una giovane coppia che per colpa di un tradimento scoperto proprio attraverso un foto pubblicata su Facebook, annulla il matrimonio con conseguenze abbastanza drastiche e tragicomiche".

GIORGIA MELONI: "E quindi in qualche maniera intervenite anche su una questione che, insomma, esiste nel nostro tempo, che è insomma, diciamo gli effetti collaterali legati all'utilizzo esagerato del social network. No? Cioè, non sempre noi ci rendiamo conto dei risvolti che può avere, insomma, pubblicare una foto, o piuttosto dei commenti, o dire dove siamo in quel momento".

STEFANO CICCONARDI: "Sì, certo. Ovviamente questo è portato all'esasperazione. Anche se, diciamo, ci sono stati casi nella cronaca mondiale che ricalcavano abbastanza questo tipo di dinamiche".

PIERLUIGI DIACO: "Mi sembra che la parola chiave sia, però, il virale. Cioè, lavorate su un concetto, appunto, in cui si possa fare opinione dentro la rete".

STEFANO CICCONARDI: “Infatti l’obiettivo della campagna è appunto quello di far credere, appunto, la notizia come vera, realistica, per appunto far parlare del film in un modo, diciamo, alternativo”.

PIERLUIGI DIACO: “Ecco, quando sento parlare di gruppi di lavoro under 30, che poi è un definizione prettamente giornalistica, poi immagino che ognuno di voi abbia delle vite, tant’è che noi abbiamo due numeri telefonici. Siete in due posti diversi, immagino. Non vi muovete tutti e 4 insieme h24”.

MARCO DIOTALLEVI: “No, ormai siamo abbastanza, ognuno ha la sua vita. Stefano ha la sua esperienza io la mia. Daniele la sua. Insomma, però ormai in questo momento, Facebook in realtà, la vita sociale che c’è in questo momento su internet, è assodato ormai che sia, che rappresenti un mezzo attraverso il quale con campagne di basso budget si riesce a stimolare i passaparola. In quanto bisogna trovare sempre un concetto, una meccanica che sia catartica, che in qualche modo stupisca le persone. E attraverso il web esplode il passaparola”.

GIORGIA MELONI: “Ragazzi, scusate. Io voglio farvi questa domanda. Dunque, voi avete vinto con ‘Maledetto Tag’ due premi diversi. ‘Giovani Leoni’ e Art Directors Awards 2010, dell’ Art Directors Club Italiano. Secondo voi, effettivamente, questi premi quanto sono utili per il lancio di una carriera. Cioè, incidono? Vincere questi premi incide effettivamente sulle proprie possibilità professionali?”

STEFANO CICCONARDI: “Qui sicuramente io e Marco abbiamo due visioni un po’ differenti. Sicuramente ‘Giovani Leoni’ è un’occasione molto più, come trampolino di lancio, proprio di visibilità anche a livello internazionale che si può avere, appunto, con una campagna a livello internazionale. Proprio perché ti dà la possibilità di andare a fare, a vivere, un’esperienza da un festival di pubblicità, diciamo, più importante del mondo, che è quello di Cannes. Per cui è un’esperienza che veramente ti lascia qualcosa. Sull’ADCI ti risponde Marco che ha una visione un po’ diversa rispetto alla mia”.

GIORGIA MELONI: “Marco”.

MARCO DIOTALLEVI: “Sì, diciamo”.

PIERLUIGI DIACO: “Conducete anche, vi passate la parola. Trovo che ci sia molto feeling”.

GIORGIA MELONI: “Poi vi diciamo anche il brano che verrà lanciato”.

PIERLUIGI DIACO: “Prego, Marco”.

MARCO DIOTALLEVI: “Nulla, in pratica io sono dal 2009 nel mondo della pubblicità. È un mondo abbastanza particolare, nel senso che spesso e volentieri si trova a dover inserire, inglobare nel suo mondo, le realtà che nascono in termini di comunicazione. Ad esempio fino a 5 anni fa, il non convenzionale non era una delle strategie utilizzate nell’ambito pubblicitario. È un mondo abbastanza chiuso. Per certi versi i premi servono a decretare quali sono i trend e i punti più alti della creatività”.

GIORGIA MELONI: “L’andamento un po’, dici tu, l’andamento. Ok”.

MARCO DIOTALLEVI: "E' un po' un termometro ufficiale di quello che.."

GIORGIA MELONI: "...che bolle in pentola. Diciamo così".

PIERLUIGI DIACO: "Stefano e Marco, grazie di essere stati ospiti a Radio Gioventù".

GIORGIA MELONI: "Ragazzi, in bocca al lupo per tutto a voi e anche a Daniele e Gabriele che non sono stati con noi".

STEFANO CICCONARDI: "Porteremo i tuoi saluti, ministro".

GIORGIA MELONI: "Grazie a voi, buon lavoro e a presto".

PIERLUIGI DIACO: "Va bene. Comunque le testimonianze del progetto Young Blood, come diceva il ministro che ormai il Ministero della Gioventù sostiene da tre anni, sono la prova effettivamente tangibile del fatto che il talento, la forza, l'energia visionaria della gioventù italiana rappresentano un grande fonte di energia e di grandi idee. Va bene. Noi adesso mandiamo in onda un brano. I Coldplay e poi ci salutiamo".

Every teardrop is a waterfall – Coldplay

PIERLUIGI DIACO: "Coldplay a Radio Gioventù, la radio del Ministero della Gioventù. Abbiamo concluso anche questa puntata, ministro. Ci diamo appuntamento alla prossima settimana e ricordiamo il sito dove trovarci".

GIORGIA MELONI: "Ricordiamo i siti dove trovarci. www.radiogioventu.com oppure www.gioventu.it. Ringraziamo tutte le radio che infilano le puntate di Radio Gioventù nel loro palinsesto".

PIERLUIGI DIACO: "Bene, l'appuntamento è alla prossima settimana".