



Qualche anno fa uscì un libro che si intitolava **Gesù lava più bianco** (Minimum Fax) di Bruno Ballardini, in cui si affermava con una certa dovizia di esempi di come la Chiesa avesse inventato oltre duemila anni fa le principali tecniche di marketing: a partire dalle tecniche di fidelizzazione e di vendita adottate nel corso dei secoli per fidelizzare i propri "consumatori" (non a caso definiti fedeli), alla scelta di un testimonial d'eccezione che ha garantito nel modo più estremo ed efficace la bontà della marca fino a farlo diventare sinonimo stesso del prodotto.

Per non parlare delle azioni di public relations attivate dagli Evangelisti con lo scopo di differenziare il nascente Cristianesimo dalle numerose sette dell'Ebraismo o della promessa di "uniqueness" del prodotto ("Non avrai altro Dio all'infuori di me") al fine di far evitare fughe verso la concorrenza. E poi l'interior design delle chiese, la scelta delle location, l'utilizzo delle musiche e il ricchissimo merchandising, tutto decisamente marketing oriented.

Oggi però va tanto di moda il guerrilla marketing e, in generale, le cosiddette forme di comunicazione non convenzionali e così alcune frange più estreme della chiesa le stanno adottando per creare nuove forme di proselitismo e aggregazione per avvicinare i giovani alla chiesa. Sono forme più vicine al viral marketing che alle forme più tradizionali di evangelizzazione.

Discutibili? Boh, forse... noi qui intanto ci limitiamo a citare un paio di casi.

Ci sono queste **Sentinelle Del Mattino** di Don Antonio Brugnotti, che operano a Desenzano Del Garda ma anche nel resto d'Italia, e che la sera trasformano locali delle parrocchie in Happy Hour dell'Evangelizzazione e poi creano chiese temporanee nelle spiagge di Riccione e negli autogrill. Ovviamente la Chiesa ufficiale non li vede di buon occhio, ma in giro pare abbiano un certo successo, ma anche parecchie risate sotto i baffi dagli agnostici di turno.



Poi ci sono questi di **Scegli Gesù** (il cui logo qui a fianco ricorda molto **quest'altro**. E vabbè) che ne organizzano mille, specialmente davanti alle discoteche, distribuendo magliette e magazine prodotti da loro, con messaggi caratterizzati da un linguaggio e un'iconografia molto d'impatto. Nelle discoteche della Versilia, ad esempio, impazzano.

Voi che ne pensate? Pagliacciata galattica o modo nuovo per avvicinare i **ggiovani** in chiesa. Dite la vostra nei commenti.