



HI-TECH

MARKETING CONCORSI PER LE AZIENDE ORGANIZZATI DA THE BLOG TV

Veni, video, vici e feci il film maker

Obiettivo: mettere in contatto le imprese con chi realizza cortometraggi attraverso un sistema di social networking

Bologna Fiere, in collaborazione con l'Università e il Comune ha messo in palio 5 mila euro, la stessa cifra di Friskies. Due progetti diversi: il primo vuole raccontare come la città accoglie gli studenti. Il secondo, invece, si propone di collegare il concetto di cibo alla sostenibilità ambientale. Comune denominatore: il video. «L'obiettivo è mettere in contatto le aziende, le organizzazioni, anche i canali televisivi che hanno bisogno di contenuti video direttamente con chi li produce, non

contro il 38% che guarderà show e film e il restante 30% news, locali e nazionali. A questo si aggiunge che, in tutto il mondo, si sta affermando un modello di business come il crowdsourcing, che delega lo sviluppo di un prodotto a persone organizzate in comunità virtuali, e si capisce il piano di espansione di Userfarm. «La comunità di video maker è già globale, ma l'obiettivo è quello di estendere la presenza commerciale in 14 Paesi dall'Europa fino in Cina e India, per diventare la prima video community del mondo», spiega Pellegrini. Che sottolinea: «L'importante non è avere un numero enorme di iscritti, ma utenti attivi attirati dalla quantità di aziende che lanciano dei progetti: più bravi sono i video maker, migliori sono i prodotti e maggiori sono le opportunità, che nelle stime dovrebbe far triplicare il fatturato nel 2012 e raddoppiare l'anno successivo».

The Blog Tv, sostenuta da due fondi di investimento, Tlcom Capital di Londra e Innogest Sgr di Torino, è partecipata da Zodiac Media Group, conta 130 dipendenti e ha un fatturato di circa 8 milioni di au-

più solo le tradizionali agenzie o le case di produzione ma i video maker», racconta Bruno Pellegrini, fondatore di The Blog Tv, social media company, che conta tre divisioni tra cui Userfarm, un network di 27 mila video maker che nel 2011 ha distribuito compensi per quasi 250 mila euro. Funziona così: il cliente lancia un concorso sul sito in cui invita gli utenti a realizzare contenuti audiovisivi specificandone le esigenze di comunicazione, mentre il team interno si occupa di selezionare le proposte in modo che il cliente possa decretare i vincitori. Secondo un'analisi di Forrester Research, nel 2013 il 90% della «dieta mediale» di un consumatore sarà composta da filmati, fruiti online o in modalità tradizionale e il 32% sceglierà contenuti generati direttamente dagli utenti del web,

IDENTITY RIELABORATA

SNAM A TUTTO GAS CON I NUOVI SITI

Snam ridisegna i suoi siti. Da gennaio, infatti, è online il nuovo www.snam.it, portale istituzionale della società del gruppo Eni. Nuovi anche i siti delle società operative (Snam Rete Gas, Gnl Italia, Stogit e Italgas). Il rinnovo coincide con il recepimento del Terzo pacchetto energia della Ue, con cui la società ha adottato una

comunicazione che non ingeneri confusione con l'impresa verticalmente integrata. Nuovo anche il marchio, rielaborato dal logo degli anni Quaranta. Obiettivo della nuova web identity è di utilizzare i siti non solo come supporto operativo e di comunicazione con l'esterno, ma anche come elementi per rafforzare l'identità del gruppo.



ro, generato soprattutto dall'altra divisione, Value Based Community, che crea piattaforme partecipative per imprese, organizzazioni, partiti politici: «Tutto si basa sul concetto di social business, se Userfarm è una piattaforma di crowdsourcing video in questo caso il modello è quello di Facebook, ma che senso ha cedere dati e informazioni preziose a Mark Zuckerberg? Meglio rendere le imprese protagoniste del social business attraverso piattaforme partecipative collegate e integrate con i principali social network. L'obiettivo è consolidare la presenza in Italia e in Spagna, per sbarcare in America Latina. In Messico stiamo già lavorando, come in Francia e in Gran Bretagna e ci prepariamo ad aprire una sede anche in Germania», conclude Pellegrini.

Monica Battistoni



Sopra, la home page del sito. In alto, Bruno Pellegrini, fondatore di The Blog Tv