

“CONDIVIDE ET IMPERA”, LA LEGGE DEL SOCIALNETWORK

IL SOGNO REALIZZATO DA DUE FERRARESI:
UN'IMPRESA FONDATA SUI SOCIAL NETWORK

di Marco Zavagli



Condivide et impera. Strizzando l'occhio all'arcinota locuzione latina a e facendo man bassa dei social network, due maghi del web si sono fatti imprenditori. Senza scomodare gli Steve Jobs e i Mark Zuckerberg, i ferraresi **Rudy Bandiera** e **Riccardo Scandellari** hanno applicato la scienza della condivisione su internet alla diffusione di brand e notizie aziendali. Come? Attraverso un piccolo esercito di “amici”, “followers”, “cerchie” e i mille altri nomi che ormai compongono la galassia degli internauti.

Forti di qualcosa come centomila utenti su Facebook, 35mila ‘seguaci’ di Twitter e 30 piattaforme blog, a Bandiera e Scandellari basta schiacciare le dita perché il rumore dei loro pollici si senta in mezza Italia. L'enorme potenzialità del “condivide et impera” è diventata un'azienda, la **NetPropaganda** (www.netpropaganda.net). L'offerta che l'azienda dei due esperti di informatica offre ai propri clienti spazia dall'ufficio stampa 2.0 all'advertising on line, alla formazione, fino al seo-sem analytics. Termini a volte impronunciabili, quando non imperscrutabili, per i non addetti ai lavori. Ma se la facciata è iper-tecnica, o ipertecnologica che dir si voglia, la filosofia che sta dietro al tutto è semplicissima.

“I mercati sono conversazioni e le aziende che non appartengono a una comunità della comunicazione sono destinate a morire – spiegano Bandiera e Scandellari -. È necessario quindi creare dei legami sociali, oltre che economici con gli utenti. Una comunicazione mirata, non dozzinale, professionistica, legata al web e ai contenuti, oltre che ai nuovi media sociali, è il quid che forniamo per portare una qualunque azienda al successo”.

Il segreto è stare sempre al passo. E al giorno d'oggi il passo di chiama web. Senza la necessaria esperienza, in quella “rete” che è internet è facile perdersi o rimanervi imbrigliato. “Il mondo in cui viviamo sta cambiando velocemente, e di conseguenza stanno cambiando i mercati e la comunicazione, la quale non può più essere a senso unico ma deve diventare “conversazionale”, veloce, dinamica e mirata”.

I mercati sono conversazioni e le aziende che non appartengono a una comunità della comunicazione sono destinate a morire



E all'aumentare della complessità del sistema e della notorietà delle persone che lo formano, aumenteranno le possibilità di business



Il nuovo diagramma dei mercati non si calcola più a suon di grafici. Il nuovo 'ordine' è dettato dal Cluetrain Manifesto, "un insieme di 95 tesi organizzato e presentato come un manifesto, o invito all'azione, per tutte le imprese che operano all'interno di ciò che si propone di essere un nuovo mercato interconnesso. Le idee presentate hanno l'obiettivo esplicito di esaminare l'impatto di Internet sia sui mercati (i consumatori) sia sulle organizzazioni".

I primi tre dogmi di questa nuova religione di silicio sono le basi sui quali si sviluppa nel concreto l'azione di NetPropaganda: i mercati sono conversazioni; i mercati sono fatti di esseri umani, non di segmenti demografici; le conversazioni tra esseri umani suonano umane. E si svolgono con voce umana.

Sembrerà quasi, per coloro che hanno visto nascere le prime generazioni dei figli di internet, di vivere in una specie di Odissea nello spazio. I piedi di Bandiera e Scandellari però sono sempre rimasti ben piantati per terra. Anche perché nel mondo dei sogni ci sono già arrivati.

E, a giudicare da dove sono partiti, probabilmente sono proprio loro i primi a stupirsi. La partenza si chiama fonderia.

Siamo ovviamente a Ferrara. Nel "lontano" 1992. Entrambi i protagonisti lavorano nell'allora Reynolds Wheels. Nella storica fabbrica di cerchioni si piega l'alluminio alle esigenze delle grandi case automobilistiche. Rudy e Riccardo però qui sono solo delle comparse.

"È curioso – sorride oggi Bandiera - come una delle più interessanti ed innovative realtà

imprenditoriali della zona abbia trovato i natali, o almeno abbia trovato i propri fondatori, dentro ad una fonderia. Una storia che sa tanto di opportunità e di sogno americano..."

Ma lasciando per il momento da parte il mito della frontiera, torniamo alla pmi estense. Riccardo e Rudy, allora ventenni, si sono conosciuti in fabbrica e, dopo le prime esperienze davanti a una tastiera, si sono resi conto che i loro anni a venire potevano essere più dentro che fuori quel piccolo schermo.

Quello che mancava loro non era tanto un'idea ma un modo, una tecnologia, un mondo pronto a realizzare il loro sogno che allora erano solo un embrione, ovvero fare di internet un lavoro, un business. In attesa della classica lampadina accesa sopra la testa, passano gli anni e R&R hanno continuato a fondere dell'alluminio, osservando sempre più da vicino il mondo della rete che proprio in quegli anni si stava facendo notare agli occhi delle masse, "anche se nessuno – sottolinea Bandiera - ne percepiva ancora le enormi potenzialità, anche se nessuno immaginava che di lì a 15 anni il mondo sarebbe stato rivoluzionato, cambiato nel profondo". Riccardo, nel 1997, lascia la fabbrica per aprire un'attività in proprio. Fonda Copie & Creativi, di fatto un service di stampa con diverse peculiarità software che ne fanno un'azienda all'avanguardia a Ferrara. Rudy si stacca da mamma Reynolds nel 2004. In questi anni i due amici si sono tenuti in contatto per diversi motivi e grazie a diversi interessi. Tra questi, inutile dirlo, la passione per la comunicazione online.



Dal 2004 al 2008, “il periodo del limbo” come lo definisce il diretto interessato, Rudy cambia molti lavori, passando da tecnico informatico a facchino, da magazziniere in un negozio di computer a lattoniere, mentre Riccardo, ormai sempre più conosciuto con il soprannome, anzi il nickname, di “Skande”, continua a sviluppare e ad ingrandire il proprio business.

Scandellari intanto inizia a ideare e gestire un sito internet dietro l'altro. Nel 2005 pensò e realizzò un software che, sulla falsariga dei maggiori quotidiani on line già diffusi negli Stati Uniti e nel Nord Europa, consentisse di aggiornare e impaginare facilmente un contenitore di notizie locali. Nacque così nel 2005 il primo embrione di Estense.com, oggi è uno dei giornali telematici più letti d'Italia con oltre 15mila lettori ogni giorno.

Negli anni successivi Riccardo e Rudy fondano insieme RudyBandiera.com e hwGadget.com ovvero due siti che, ognuno nel proprio campo, diverranno abbastanza noti al pubblico del web. Il primo è un blog personale, “grossolano, schietto, generalista, a volte dozzinale ma sempre sincero” per usare le parole del suo autore. HwGadget invece è un blog (che diventerà un quotidiano un paio di anni dopo) che si occupa di tecnologia in ogni sua forma.

Nel 2008 la vera svolta: Rudy inizia a lavorare per una web agency che “credeva in me, esattamente come succede nei film americani, senza un curriculum alle spalle, senza nessuna esperienza di appoggio”. Passano due anni di “web intenso”, in cui Skande continua a lavorare alla sua attività, in cui Rudy “si fa le ossa” in internet e in cui si gettano le basi per la futura Net Propaganda, il primo nucleo della odierna NetPropaganda.

“Due sono i motori della ‘vecchia’ Net Propaganda – spiega il fondatore -, ossia la volontà di spiegare a dei clienti potenziali che il posizionamento su Google è fondamentale per il business, e la visione social della vita e del web. Tutto, o quasi tutto, punta verso il mondo dei social network che nel 2010 non sono ancora esplosi quanto oggi: Facebook contava diverse centinaia di milioni di utenti, ma c'era chi ancora in Italia non lo conosceva, Twitter non se lo ‘filava’ nessuno, Google avrebbe fondato due social network prima di arrivare all'odierno Google Plus e sarebbero stati due flop... insomma, c'erano tanti banchi ma nessuna farfalla”.

Il filo della seta però era tracciato. Così, di anno in anno e di byte in byte, R&R ingigantiscono il loro “personal branding” in maniera indipendente, ovvero scrivono su blog e su forum, si fanno conoscere sui social network e si interessano di tutto quello che è comunicazione, diventando di fatto degli esperti. Un esempio su tutti: pur non avendo una laurea alle spalle, oggi sono chiamati a insegnare in università e master di primo livello le tecniche della comunicazione su internet e tecniche di marketing al tempo dei social media.

A rimpinguare il loro curriculum arrivano anche interviste e citazioni su periodici e riviste come Glamour, Panorama, l'Espresso, Rai News. Ormai Rudy è tra i primi tre blogger in Italia

per Personal Branding e tra i 50 più influenti utenti di twitter in Italia secondo Wired. Proprio attraverso questi corsi e lezioni (Rudy si “specializza” nell'insegnamento del “social media marketing” in master universitari, cosa che farà anche Riccardo a breve giro di boa) si fa strada sempre di più l'idea che una nuova società, basata sulla condivisione. “Il famoso sogno americano – aggiungono – che stava finalmente per realizzarsi”.

Arriviamo a gennaio di quest'anno. Rudy Bandiera scioglie la ‘vecchia’ Net Propaganda, mentre Riccardo Scandellari lascia il lavoro a Copie & Creativi (pur rimanendone socio) e insieme alla software house di Bologna Cosmobile (terzo socio), fondano NetPropaganda srl, all'insegna del motto “Condivide et impera”.

Ad oggi NetPropaganda vanta nel suo portfolio clienti come Unife, l'università di Ferrara, il broker assicurativo leader in Italia Gsicuro S.p.A., Teaknotek, il principale importatore italiano di teak sintetico, seguendone l'indicizzazione e il posizionamento online e vertendo sempre più sulla socialità e sulle idee che si aprono alla condivisione grazie ai nuovi media.

Descritto il passato, ora viene il futuro. Che, nell'ottica di NetPropaganda, “è paradossalmente poco tecnico e molto umanistico – prosegue Bandiera -, essendo i social sempre più al centro del business mondiale: in un futuro non lontano i tecnicismi lasceranno il posto all'umanizzazione

della rete. Ognuno di noi sarà un hub informativo (tecnicamente un dispositivo di rete che funge da nodo di smistamento di una rete di comunicazione dati) potentissimo. E all'aumentare della complessità del

“E' curioso come una delle più interessanti ed innovative realtà imprenditoriali della zona abbia trovato i natali, o almeno abbia trovato i propri fondatori, dentro ad una fonderia. Una storia che sa tanto di opportunità e di sogno americano...”

sistema e della notorietà delle persone che lo formano, aumenteranno le possibilità di business”. Insomma, la traccia è proprio quella della filosofia del “condivide et impera”. “Applicandola alla prima tesi del Clutrein Manifesto – entra nel tecnico il blogger ferrarese - che afferma che “I mercati sono conversazioni”, noi tre soci di NetPropaganda speriamo di poter spostare l'attenzione di nuovo sull'uomo e non sul mezzo nel quale l'uomo si muove”. Niente rischi di sopraffazione delle macchine a la Kubrick insomma...

E per tornare alla metafora di Odissea 2001, un solo pianeta alla fine dei conti potrebbe anche stare stretto. “Se circa due terzi degli acquisti sulla Terra vengono spinti dal passaparola – ragiona Bandiera -, i social network in ottica di condivisione possono essere un grande, enorme spot pubblicitario. Sicuramente il migliore”. Un motivo in più, a sogno realizzato, per restare con i piedi per terra. Anzi, sulla Terra. Tutta intera. Lo spazio lo lasceremo a chi, da qualche oblò in una qualche navicella, strizzerà l'occhio al mito della frontiera. Frontiera che, a forza di condividere, si allarga sempre più.

