

NASCE LA NUOVA DIVISIONE GUIDATA DA STEFANO PAGANI

Now Available accende il 'second screen' con NoLine

Convintamente pionieri. E' la storia di **Now Available** che, dopo la recente apertura di una sede in Africa, non resta ferma e torna a smuovere le acque della comunicazione italiana con una nuova iniziativa. Coerentemente con il posizionamento di neutral agency, la sigla milanese amplia la sua offerta con la nascita di **NoLine** (www.noline.nowavailable.it), nuova 'multiscreen adv unit' composta da un team di professionisti dedicati allo studio e alla ricerca sul second screen advertising. Secondo gli ultimi dati diffusi da IAB Italia il 60% degli utenti guarda la tv online e sono circa 11 milioni gli italiani che compiono online azioni collegate al programma che stanno guardando

in televisione. E' la fotografia, parziale ma significativa, di un'attitudine al multitasking (tv-laptop, smartphone o tablet), negli USA chiamata second screen experience, che si sta diffondendo anche in Italia coinvolgendo in particolare il mercato dei media e della comunicazione pubblicitaria. "Noi mettiamo in campo una solida conoscenza dell'advertising, della tecnologia, del mobile e del social engagement. Siamo fra i primi in Italia ad offrire questi servizi in un'area ancora poca esplorata anche a livello internazionale", ha spiegato a *Today Pubblicità Italia* **Stefano Pagani**, general manager e socio fondatore di **Now Available** e chiamato a guidare la nuova unit. Il team è attualmente composto da cinque figure professionali 'verticali' specializzate nella comunicazione sui diversi media: **Matteo Ruisi** (traditional creative), **Antonio Zuddas** (digital creative), **Michele Prevato** (attention

planner), **Cinzia Migliardi** (social media specialist) e **Seby Fortugno** (technical developer). "Stiamo già lavorando con due brand e a ottobre dovrebbe uscire il primo progetto - ha continuato il manager -. Da parte delle aziende c'è un interesse altissimo. In particolare ci rivolgiamo agli investitori televisivi con l'obiettivo di aiutarli a sviluppare le potenzialità del second screen. In questa prima fase noi offriamo tecnologia e progetto creativo, ma riteniamo che dal 2015 potremo proporre format creativi studiati ad hoc per il secondo schermo". Un'evoluzione, quella proposta da **Now Available**, che non può prescindere da un superamento degli schemi più arcaici della comunicazione ancora fermi a una netta distinzione fra online e offline. Le opportunità sono molteplici: uno spot grazie all'interazione con smartphone e tablet può trasformarsi in un mezzo per la distribuzione di coupon digitali, essere arricchito con contenuti ad hoc riservati al mobile, o trasformarsi



STEFANO PAGANI

in una piattaforma di gioco. I commercial, inoltre, potranno essere usati per raccogliere nominativi nel database di marketing, per incrementare la fan base di Facebook, per erogare punti, per condurre sondaggi o sviluppare le attività di e-commerce. "Siamo convinti che **NoLine** avrà ricadute positive sulle revenue di **Now Available** già nel 2014 - ha concluso Pagani -. In Italia il mercato della comunicazione mobile vale oggi solo 90 milioni di euro, niente rispetto al 'parco' di dispositivi di cui è dotato il nostro Paese. Le aziende sono interessate a investire sul mobile, ma spesso non sanno dove mettere i loro budget. Il second screen apre grandissime possibilità. E' un mercato da costruire, anche per questo stiamo lavorando a una ricerca sul tema che pubblicheremo il prossimo autunno". (A. Cr.)

