

Titolo proposta: TVPOPOLARE (Realizzazione di un canale televisivo, digitale terrestre, satellitare e web)

Nome proponenti: Associazione TVpopolare – Maurizio Torti Presidente

Pillar di riferimento: ICT per le sfide sociali

Sito: www.tvpopolare.it

Mail: maurizio.torti@tvpopolare.it

Contatto: 3392639712 (Maurizio Torti)

Prodotto/Servizio

La televisione generalista continua il suo declino ed alimenta incertezza nel sistema audiovisivo. Oggi comprendere il processo di trasformazione della comunicazione è difficile, perché condizionato dai cambiamenti tecnologici, ieri analogico, oggi digitale, domani web e mobile.

Ma non è in discussione la continuità di questo strumento e questa certezza è fondata su 3 elementi: Primo elemento: “un unico flusso ininterrotto di contenuti multimediali che si raccordano, da *device* in *device*, rendendo la televisione non più un oggetto, ma un ambiente complesso”

Secondo elemento: il dilagare del *networking*, del sistema che collega singoli segmenti di una rete rendendo l'insieme un meccanismo di produzione, perfetto, forte, e potente. Infatti è un modello che comincia a prendere forma anche in ambito geo-politico e militare.

Terzo elemento: l'affermarsi del *content user generated*, di una diffusa pratica di offerta di contenuti che affiora dalle platee degli utenti, che si afferma come diritto sociale di ogni singolo individuo di condividere non più il consumo ma la stessa fase di produzione dei linguaggi televisivi.

Sinteticamente: l'interattività, mai sviluppata interamente, diventa sussidiarietà espressiva.

Gli scenari futuri hanno un comune denominatore, trasformazione e divisione del *broadcasting*, rieducazione della stessa funzione del vedere la Tv attraverso i nuovi schermi HD, pervasività dei contenuti televisivi parallela alla mobilità di noi tutti. Non più una nuova televisione ma un nuovo modo di convivere con la televisione ed i contenuti digitali.

TVPOPOLARE realizza servizi e prodotti per promuovere le iniziative, le tematiche e gli approcci dei soggetti promotori, generalmente esclusi dal panorama mediatico di ieri, di oggi e di domani. TVPOPOLARE diffonde i contenuti multimediali attraverso le piattaforme con il più elevato potenziale di crescita, la televisione digitale, il web, il cellulare ed il satellite.

Le caratteristiche di innovazione sono l'utilizzo di contenuti UGC - User Generated Content - e la multicanalità, ovvero la possibilità di distribuire il contenuto attraverso media differenti.

I beneficiari sono: gli ascoltatori-spettatori, i realizzatori dei contenuti e le rispettive esigenze.

Le aziende che promuoveranno i loro prodotti e servizi a costi assolutamente vantaggiosi.

Mercato

TVpopolare si posiziona al centro delle nuove economie emergenti, energie alternative, turismo responsabile, responsabilità sociale di impresa, il commercio equo e solidale, un esempio sono i gruppi di acquisto solidali attivi in settori merceologici diversificati e nell'erogazione di servizi sia nei settori del profit sia del non profit. TVpopolare è "intermediario" tra l'azienda donatrice e l'ente non a scopo di lucro, la Responsabilità Sociale di Impresa attività riconosciuta e praticata da piccole medie e grandi imprese, quindi un settore molto vasto, in Italia maturo ma ancora oggi privo di un media dove fare convergere centinaia di idee, nuovi servizi, prodotti. La nuova tv è il terminale diffusore di un processo di marketing in cui imprese, intermediario e organizzazioni non a scopo di lucro formano una partnership strategica per sostenere cause di utilità sociale, promuovendo un'immagine, un prodotto o un servizio e traendone reciprocamente un beneficio.

Il target è rappresentato da 235.232 organizzazioni non a scopo di lucro in cui lavorano 500mila dipendenti. 800 aziende profit, solo in Italia, impegnate nei processi di Corporate Social Responsibility (RSI). 1000 aziende produttori biologici, 1 milione di società che almeno una volta hanno fatto donazioni verso le organizzazioni non a scopo di lucro. Oltre 15 milioni di donatori.

3500 gruppi di acquisto nei settori dei beni primari - un mercato da fidelizzare - 870 produttori di audiovisivi - 20

Il mercato privilegiato è il Corporale Social Responsibility, sostenuto da una politica comune a carattere europeo, oggi in Italia è stimabile in 950mil€ e per i prossimi 10 anni è prevista una aumento del 50%. Le previsioni di crescita sono concentrate sulla diffusione dei contenuti prodotti dai target e costituiscono il margine operativo lordo andando a coprire i costi già dal primo anno.

Il piano di marketing ha avuto già inizio, sono stati definiti un kit di comunicazione in cui lo strumento più incisivo è un video promozionale che verrà trasmesso sia nelle televisioni a carattere locale e nazionale sia attraverso la rete internet e i social network ed utilizzato nelle presentazioni che vengono realizzate e programmate nelle città italiane.

Le nuove piattaforme digitali sono l'opportunità per ridurre le barriere all'entrata e favorire sbocchi di mercato per i piccoli operatori, valorizzando le idee più innovative e creative a fronte di una minore necessità di investimento.

Stadio di sviluppo

Realizzati: Piano di Impresa, Piano economico/Finanziario su 5 anni suddiviso in:

Profit&Loss, Analisi Fatturato, Organigramma, Composizione Organico, G&A, Capex, Flussi cassa Annuali, Andamento di cassa Mensili, Proposta Commerciale, Cash Need, Exit Strategy.

Modello

TVPOPOLARE sarà finanziata attraverso 3 principali voci di ricavo:

1) Ricavi da sottoscrizioni (partecipazione popolare e azionariato diffuso)

Sarà effettuata una campagna di raccolta fondi nazionale promossa da tutti i soggetti partecipanti per la sottoscrizione di azioni o abbonamenti o tessere associative

2) Ricavi vendita trasmissioni (gruppo d'acquisto)

E' stato stabilito un costo al minuto pari a 9,00€, calcolato dalla somma delle spese di produzione (studi condivisi), organizzative e di emissione

3) Ricavi vendita spot (Comunicazione Sociale)

Il modello di vendita prevede la raccolta di 154 impegni d'acquisto per un valore complessivo comunque non inferiore a 712.800 € e la creazione di una campagna di sottoscrizione con l'obiettivo di raggiungere 20.000 donatori per un valore comunque non inferiore a 500.000 €

Ogni ente o organizzazione cliente, dovrà:

- Acquistare uno spazio televisivo di emissione, al verificarsi di queste condizioni il cliente effettua il pagamento come contributo vincolato;

- Garantire la produzione di un format, originale, di durata pari a 15" - 30" - 60" minuti o in riferimento alle proprie esigenze per un ciclo di 12 format in (1) un anno;

- Promuovere la più larga diffusione della conoscenza del progetto TVPOPOLARE invitando la propria comunità alla sottoscrizione popolare, attraverso tutti gli strumenti di comunicazione istituzionale quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, la newsletter, il comunicato stampa, una news sul proprio sito web, un articolo sulla propria rivista.

Perché partecipare alla nostra idea?

Le nuove tecnologie sono la chiave per i nuovi mercati sia di prodotto sia di servizi e la televisione generalista resta ferma, perché non può innovarsi e sperimentare, perché sempre più legata al messaggio commerciale.

La nostra idea percorre altre strade, perché è innovativa e può sperimentare format, sistemi organizzativi e di gestione assolutamente nuovi e molto più efficaci per generare motivazioni e condivisioni. Le numerose organizzazioni attive sul territorio necessitano di comunicare con i loro utenti e con le istituzioni locali, regionali e nazionali, in un momento molto delicato per tutto il sistema sociale che in Italia sta vivendo un nuovo fermento sociale nello sviluppo e nel consolidamento del Corporale Social Responsibility.

Il nuovo canale televisivo si colloca proprio come intermediatore tra l'azienda profit e l'organizzazione non profit.

Come partecipare

Tutti possono partecipare, soggetti giuridici e non, i singoli cittadini. I soci si suddividono in:

- soci fornitori di contenuti

- soci sostenitori

Sono soci fornitori i soggetti che si impegnano a produrre contenuto originale auto-prodotto.

Sono soci partner coloro che si impegnano con apporti continuativi

Sono soci sostenitori coloro che rinnovano annualmente il loro impegno e che fruiscono dei servizi.