

DIGITALMDE PUNTA SUL DIGITAL AUDIO IN ITALIA. IN PARTENZA LE SERIE ORIGINALI

di Andrea Crocioni

Dieci progetti in fase di finalizzazione e la ferma volontà di dare un contributo decisivo alla costruzione di un mercato che in Italia di fatto ancora non esiste, ma che a livello internazionale è già esploso. Parliamo del settore del digital audio e i protagonisti di questa sfida sono i fondatori di **DigitalMDE**, il ceo **Mirko Lagonegro**, il cmo **Davide Panza**

e il cto **Emanuele Donati**. "In Italia il settore è agli albori ma in tutto il mondo sta avendo una crescita importante. In USA, nel 2017, ci sono stati 220 milioni di dollari di investimenti pubblicitari nei



Emanuele Donati, Davide Panza e Mirko Lagonegro

(Segue dalla prima) "DigitalMDE - racconta **Mirko Lagonegro** - è nata ufficialmente nel 2016, anche se la genesi va fatta risalire a un paio di anni prima, quando è iniziato il boom del digital audio negli Stati Uniti. Da subito abbiamo colto la forza di un linguaggio traslata in un contesto one to one, garantito dalla diffusione capillare di device come gli smartphone. Il digital audio, infatti, è perfettamente targettizzabile e misurabile, anche se al momento viene vissuto con una

certa ambiguità. Basti pensare alle radio che vendono il digitale ancora con le logiche dell'analogico". Uno dei pilastri della strategia di sviluppo della società è quello di favorire la nascita del framework del digital audio nel suo complesso, capitalizzando le relazioni avviate con realtà tecnologiche, produttive e distributive in Inghilterra, negli Stati Uniti, fino all'Australia. DigitalMDE ha siglato rapporti di esclusiva con realtà come Triton Digital, leader mondiale della gestione

di campagne pubblicitarie in audio sui flussi in streaming, Radioplayer, il consorzio inglese no-profit fondato dalla BBC che gestisce la diffusione e l'utilizzo dell'omonima piattaforma di aggregazione dei flussi radio in streaming delle emittenti di un Paese, Spreaker, piattaforma italo-americana di hosting e distribuzione di podcast, originali e di riproposizione di trasmissioni radiofoniche, XappMedia, società americana leader nella creazione e gestione di comandi vocali da utilizzare nelle applicazioni che prevedono l'audio come unica interfaccia. Ma la vera sfida si gioca sul fronte dei contenuti. "I primi progetti - illustra **Davide Panza** - li abbiamo realizzati rivolgendoci agli editori, primo fra tutti Mondadori. In questo caso parliamo di contenuti testuali che devono essere trasformati in una storia da raccontare per creare lo storytelling". Il prossimo passaggio, però, è la creazione di serie originali. "Per questo abbiamo

scenari, DigitalMDE si propone come una realtà capace di fornire al mercato strumenti e competenze per una digital audio strategy", spiega Panza. "Lo facciamo - prosegue - attraverso tecnologie abilitanti, attività di consulenza e con la produzione di contenuti originali realizzati dalla divisione **MyVoxes**, che poi è il nucleo originario da cui tutto il progetto ha preso corpo".

continua a pag 24



Mirko Lagonegro



Davide Panza

ingaggiato autori di primo livello - spiega Lagonegro -. Si tratta di storie originali, non legate all'attualità, si va dagli otto ai dieci episodi. Non sono contestualizzati, per cui godono di una coda lunga, sono viralizzabili e hanno costi di produzione accessibili. Negli Usa la serialità audio da diversi anni gode di un grande successo di pubblico, anche per questo sono nate una miriade di case di produzione specializzate. Stiamo parlando di un nuovo media. Si tratta di una bella opportunità per i brand che possono trovare diverse modalità per sponsorizzare tali operazioni, ovviamente in modo coerente con il mezzo. Abbiamo già siglato i primi accordi con i centri media. Sono una decina le serie pronte a partire, ma i progetti possono essere costruiti su misura". Conclude Panza: "L'obiettivo per il 2018 è riuscire a partire con almeno tre serie, creare delle case history di successo è fondamentale in un mercato che ha bisogno di numeri".