



**ANDREA SANTAGATA**  
CEO Banzai Media

“Operaio del web” dal 1999, inizia la sua esperienza nel portale Libero.

Nel 2000 passa in Matrix dove ricopre vari ruoli e, dal 2004 al 2007, è Responsabile Marketing di Virgilio. Attualmente è Responsabile dell'Area Media del Gruppo Banzai.

È cofondatore di alcune start-up web: Splinder (piattaforma di creazione blog), Sitonline (piattaforma per la creazione di siti web professionali) e Liquidà (informazione 2.0).

### CROWDSOURCING: BANZAI COMPLETA IL SUO MODELLO DI BUSINESS CON SAPERLO.IT

Scambio e condivisione per generare valore economico e partecipativo: il dibattito sulle potenzialità del *crowdsourcing* ha animato il recente Forum della Comunicazione Digitale, che ha visto la partecipazione attiva, proprio su questo tema, di Andrea Santagata, responsabile di Banzai Media.

I principi di condivisione costitutivi della Rete fanno del *crowdsourcing* un vero e proprio modello di organizzazione aziendale innovativo, in grado di creare valore grazie alle persone e alle comunità al di fuori dei confini dell'impresa stessa ma comunque legate al suo ecosistema vitale. Ciò su cui infatti fa leva il *crowdsourcing* è un presupposto molto semplice: chiunque abbia una qualche passione o interesse può essere un opinion leader in quella materia.

Secondo Andrea Santagata, Responsabile Banzai Media, nonostante la traduzione letterale, *crowdsourcing* non identifica la folla ma la singola persona. Attraverso il coinvolgimento degli utenti nella creazione di contenuti di interesse, infatti, è il singolo che torna alla ribalta grazie al potenziale di conoscenze, esperienze, eccellenze e competenze che può offrire e condividere con altri, senza però averne almeno per ora un ritorno economico significativo.

Banzai, gruppo da sempre sensibile verso le novità e i trend del panorama digitale italiano, ha voluto investire nel fenomeno *crowdsourcing* attraverso il portale **Saperlo.it**, un vero e proprio esperimento su base UGC che conta 18.000 iscritti che producono ogni mese circa 5.000 contenuti, per lo più guide te-

matiche e manuali con cui gli utenti consigliano ad altri utenti “come fare cosa”, dagli argomenti più seri a quelli più impensabili.

A questo proposito **la sfida di Saperlo.it e di Banzai Media è far sì che tali contenuti, una volta messi in circolo, attraggano l'attenzione di un numero sufficiente di internauti che, a loro volta, attirino investimenti pubblicitari soddisfacenti.**

Con il progetto pilota di Saperlo.it, a cui lavora a pieno ritmo una redazione di sette persone che si dividono tra selezione e correzione dei contenuti user generated, Banzai ribadisce la sua attenzione nei confronti dell'utente come fulcro delle attività media. Utente che condivide in Rete le sue esperienze e le sue passioni come produttore, commentatore e diffusore di contenuti. Il *crowdsourcing* rappresenta quindi, in questo senso, un'evoluzione e un completamento naturale del modello di business del gruppo fondato da Paolo Ainio e Andrea Di Camillo e che ad oggi è il secondo player italiano per utenti unici (**12.350.000 UU/mese - dati Audiweb febbraio 2011**) del settore web.