



BRUNO PELLEGRINI
CEO/Founder TheBlogTV

Laureato in Bocconi, consegue un MBA presso l'Insead di Parigi.

Lavora in Procter&Gamble, Bain e Mediaset. Dal 1998 è impegnato nella ricerca e sviluppo di un nuovo modello di creazione del valore basato sulla partecipazione diffusa.

Nel 2006 fonda TheBlogTV, che dapprima si specializza nella realizzazione di programmi tv realizzati dal pubblico e quindi si sviluppa in Europa proponendo progetti crossmediali per la creazione di valore partecipativo a livello di tutte le fasi produttive tipiche delle imprese. TheBlogTV è anche proprietaria di UserFarm, la prima piattaforma di crowdsourcing al mondo.

IL NUOVO ECOSISTEMA

Era il 2006 quando un editor di Wired USA, *Jeff Howe*, conia il termine *crowdsourcing* - inserendolo in un articolo dal titolo *The Rise of Crowdsourcing - per definire un modello grazie al quale un'azienda prende il lavoro, solitamente svolto dagli impiegati, e lo esternalizza a un ampio gruppo indefinito di persone nella forma di una call aperta, generalmente tramite internet*. Nel 2008, darà alle stampe *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*, che è stato da poco pubblicato in Italia a cura di Bruno Pellegrini, per i tipi della Sossella Editori. Il libro è diventato subito un best seller, alla pari di altri libri cult del settore del Management, a testimonianza della grande crescita dell'interesse in ambito accademico e all'interno delle imprese. Il motivo di tale successo lo possiamo rintracciare se inseriamo il Crowdsourcing tra i modelli organizzativi che si sono sviluppati all'interno di un filone emergente, quello che è stato anticipato da Prahalad e Ramaswamy nel 2000 con il concetto di Co-creation. Nel 2011 non è più possibile rifarsi al modello organizzativo tradizionale, quello della catena fordista. Un modello che, se pur affinato da tutte le teorie delle Human Resources, prevede che la missione dell'impresa sia far fruttare al meglio le risorse interne.

Oggi, a distanza di 100 anni dalla rivoluzione industriale, stiamo vivendo un nuovo momento di passaggio rivoluzionario: le imprese sono immerse in un ecosistema completamente diverso dove gli utenti vogliono prendere parte, condividere, discutere e dialogare il più possibile con le marche e tra di loro. Ed è vitale che questo nuovo ecosistema venga riconosciuto. Perché attraverso il riconoscimento di questo nuovo ecosistema si può creare valore economico e valore partecipativo. Il presente prevede un'impresa che diventa aperta, che diventa piattaforma e che tramite il crowdsourcing - che è uno dei modelli organizzativi possibili - riesce quindi a creare valore: come ha fatto *Starbucks*,

che ha ricevuto 100'000 idee di innovazione di prodotto attraverso una community web; come ha fatto anche la Dell, che è stato un anticipatore del crowdsourcing attraverso la piattaforma *IdeaStorm*. O come in Italia sta facendo Mulino Bianco con *nelmulinochevorrei.it*, uno spazio dove ognuno può inserire le proprie idee e condividerle con gli altri utenti; e ancora google, che adesso utilizza anche il crowdsourcing per raccontare, in tempo reale, i dati relativi al traffico nelle città. Per non parlare poi delle piattaforme di crowdsourcing creativo, forse le più famose in Italia come *UserFarm.com*, la piattaforma di content & creativity crowdsourcing all'interno della quale sono attivi circa 20.000 creativi tra cui videomaker, grafici, fotografi e musicisti che partecipano ai numerosi progetti editoriali e di comunicazione proposti dai partner con l'obiettivo di mettere in contatto le aziende con un bacino di creativi che realizzano contenuti e creatività secondo le esigenze del cliente - l'elenco completo delle piattaforme attive in Italia lo potete trovare su www.crowdsourcingnetwork.it.

Il pioniere italiano del mercato è certamente *TheBlogTV*, la prima social media company in Europa, presente in Italia, Francia, Spagna e Inghilterra, impegnata fin dal 2006 sul fronte della creazione del valore attraverso la partecipazione del pubblico. Il *core business* della società è la gestione a 360° di progetti partecipativi, curandone tutte le fasi - dallo sviluppo alla produzione di contenuti, dal community management al social media marketing - e garantendo ai propri clienti elevati standard e performance.

Tutte queste nuove modalità organizzative consentono alle imprese di creare valore e il crowdsourcing rappresenta forse la modalità più accessibile, più sperimentata e che ha i casi più concreti, ma che non deve esser confuso con una semplice call to action ad un contest aperto al pubblico. Infatti l'esperienza del crowdsourcing ci ha consentito di definire quali sono le cose che funzionano e quali sono le cose che non funzionano.