

Arkimedia

Sede

Roma, Lazio

Fondatori

Paolo Roatta

Profilo

Breve:

Arkimedia lancia la SOCIAL TV in Italia, un nuovo modello di canali TV progettato dal concept al post-broadcast attorno all'interazione via social network. Il pubblico, i programmi, l'architettura tecnica e la pubblicità sono tutte parte di un prodotto integrato "social" che ridefinisce il significato di televisione per la nuova generazione. Il primo prodotto, iLIKE.TV, andrà in onda quest'autunno su SKY e sarà posizionato nel primo blocco di canali assieme a Rai, Mediaset e Fox.

Lungo:

Il primo prodotto di Arkimedia: iLIKE.TV in onda quest'autunno su SKY

iLIKE.TV PARTE CON IL CONTENUTO E LO INTEGRA CON IL MEZZO

IL CANALE TV (Primo Schermo)

- iLIKE.TV è un nuovo modello di Canale TV progettato per la nuova generazione di spettatori che quando guardano la TV utilizzano simultaneamente il loro PC. È un canale che va in onda sulla TV tradizionale, ma è diverso perché tutta la programmazione è progettata attorno alla "social interaction" e alla partecipazione in tempo reale da parte dei telespettatori attraverso i propri secondi schermi e cioè PC, tablet o telefonino. Questa interazione diventa un modo facilissimo per conoscere nuovi amici.

- Il target di riferimento ha un'età tra i 14 e 24 anni ed è in prevalenza femminile. Il contenuto è nuovo e altamente partecipativo. La programmazione ruota attorno ai seguenti temi: musica, moda, bellezza, personaggi famosi, light reality, serie esclusive, amore e romance.

IL SOCIAL NETWORK (Secondo Schermo)



- L'applicazione facebook di iLIKE.TV, così come il sito stesso, è un mini social network che permette ai telespettatori di iLIKE.TV di votare, commentare, postare delle foto, taggare, cliccare "iLIKE" su qualsiasi cosa e chiunque sia sullo schermo.

- Attraverso il secondo schermo si può anche caricare un video e partecipare ai casting per essere votati dal pubblico, si può partecipare a votazioni e giochi e anche intervenire per suggerire le azioni che i protagonisti dovranno intraprendere.

- Ogni interazione è immediatamente visibile a tutti gli altri utenti collegati e in alcuni casi anche agli spettatori della TV.

GRANDE INTRATTENIMENTO

Con iLIKE.TV l'esperienza di entertainment vale di più perché:

1) la si può condividere con altri in tempo reale (SHARE)

2) si può personalmente prendere parte allo spettacolo e avere un impatto sul suo svolgimento (JOIN)

3) si possono conoscere nuovi amici (CONNECT)

SCALABILITÀ

- PRIMO MERCATO: ITALIA. In Italia il 65% dei teenager guarda la TV con il computer acceso. Questo è il segmento di mercato più facile da attaccare. Inoltre l'Italia è il primo mercato al mondo (assieme al Brasile) per numero di ore spese sui social network al mese per persona e il 90% delle persone sotto i 24 anni con un accesso ad internet ha un profilo su Facebook. Infine, ad oggi, non esiste un canale TV dedicato al target 14-20.

- ALTRI SEGMENTI DI MERCATO. In considerazione della penetrazione dei social network e dello sviluppo delle applicazioni di social tv, ci sono senz'altro numerosi altri target che possono essere attaccati con questo tipo di modello televisivo. I fanatici dello sport sono particolarmente interessanti per via dell'interazione in diretta che si può generare sul secondo schermo attorno a eventi sportivi. Inoltre, tra gli altri target, quello degli spettatori di talk show in diretta risulta essere particolarmente adatto a questo tipo di social tv.

- ALTRI TERRITORI: L'Italia è un mercato prominente per quel che riguarda l'interazione "social" sul web personale (mobile e pc) ed è il perfetto mercato pilota per testare questo tipo di servizio che può poi essere lanciato in altri mercati simili come il Regno Unito e la Germania (dove SKY ha una copertura), così come la Francia e la Spagna. Inoltre il Nord America è senz'altro un mercato perfetto per questo tipo di prodotto così come lo è il Brasile.

Fondatori & Team

Paolo Roatta
Founder & CEO



Valter Galli **Teresa Caschetta** **Luisa Barone**
CTO TV Operations and Programming

