

## MARCHE E WEB

# La genesi di Brandforum

*L'intuizione arriva nel giugno del 2001: un progetto innovativo da sottoporre al Cnr. L'idea di costruire il primo sito italiano sul mondo della marca oggi è realtà; ne parlano le menti creative*



Nel giugno del 2001 **Patrizia Musso**, docente di comunicazione di massa presso l'Università Cattolica e presso la **Iulm** di Milano, si presenta da **Ariela Mortara**, docente di Tecniche della comunicazione pubblicitaria presso la **Iulm** di Feltre nonché studiosa di consumi per proporre la partecipazione a un progetto da presentare al **Cnr**, nella sezione ricercatori *under 35*, il cui obiettivo era la creazione di un sito internet in cui studiosi, professionisti, aziende e semplici cultori della materia potessero esprimere il loro parere in materia di marca.

Fu così che, dopo alcuni faticosi *brainstorming* e interminabili discussioni, prese corpo l'idea e si diedero un nome e un obiettivo a quel progetto: **www.brandforum.it**.

Il piano operativo - di quello che intende essere il primo

sito italiano sul mondo delle marche -, venne presentato al **Cnr** all'inizio dell'estate e poi si perse nei meandri della burocrazia accademica.

Stanche dell'attesa, le "menti creative" di **Brandforum.it** decisero, nel dicembre successivo, di realizzare comunque il progetto, anche senza il finanziamento sperato.

Così **Ferdinando Spina**, il primo webmaster del sito, **Patrizia Musso**, **Germana Galoforo** (dottoranda in sociologia dei consumi presso la **Iulm** di Milano) e **Ariela Mortara** giunsero alla definizione di una versione del sito sicuramente primitiva rispetto ai contenuti attuali, ma formalmente analoga al sito attualmente in linea.

**Brandforum.it**, online da settembre 2001, mantenendosi fedele al progetto originario, vuole diventare luogo di osservazione e raccolta di tutti i fattori che concernono, più o meno direttamente, la marca: infatti, nelle sue diverse sezioni, che si sono andate via via arricchendo, è possibile trovare ricerche e indagini

accademiche, ma anche materiali e notizie provenienti dal mondo aziendale, cercando continuamente di sfatare il mito secondo cui "pratica" e "teoria" non si fanno quasi mai buona compagnia.

L'attuale, costante aggiornamento, praticamente settimanale, è dovuto al lavoro assiduo di altre due persone che si sono aggiunte al nucleo originario: **Vittoria Sinisi**, redattrice e webmaster, e **Paolo Razzini**, copywriter, che ha aggiunto alla visione accademica anche un'apertura pubblicitaria.

**Brandforum.it** ha attualmente raggiunto i tremila accessi unici mensili, guadagnando visibilità non solo presso l'area europea, come dimostrano i frequenti accessi da Francia, Svizzera, Inghilterra, Danimarca, ma anche presso l'area internazionale, come nel caso di una comunità italiana del Venezuela. Molti i feed-back positivi ricevuti e le partnership (con **Barilla**, **Fiorucci**, **Snam** e **Gruppo Eni**, **Comunicazione italiana**), oltre alle collaborazioni da parte di studenti di varie università italiane, maturate nel corso di soli sette mesi; ma ciò che davvero inorgogliesce il comitato redazionale sono le numerose e-mail di incoraggiamento a portare avanti un servizio utile e innovativo.

Questi primi elementi di gratificazione sono sicuramente dovuti anche alla preziosa collaborazione, con articoli e interviste in esclusiva, di alcuni "Vip Guest", esperti del mondo della comunicazione e della pubblicità, che hanno contribuito a fare di **Brandforum.it** una voce legittima all'interno del vasto panorama del web.

Oggi, **Brandforum.it**, rimanendo fedele alla sua matrice accademica, non ha finalità commerciali, ma l'obiettivo, forse ambizioso, della redazione è di sviluppare l'attività di ricerca e di consulenza nell'ambito delle problematiche relative alla marca che sempre più si configura come un'invariata strategica della comunicazione aziendale.