

SIMONA ERCOLANI: "LA NOSTRA CAPACITÀ DI STORYTELLER VA AL DI LÀ DELLE PRODUZIONI TV"

Stand By Me, una nuova business unit per raccontare imprese e brand

di Valeria Zonca

Stand By Me, la società di produzione televisiva e multimediale guidata da **Simona Ercolani** e **Francesco Nespega**, ha inaugurato una nuova divisione strategica dedicata al mondo della comunicazione. Il nuovo traguardo di un percorso di crescita che da gennaio 2010 ha portato l'azienda a espandere la propria vocazione di 'fabbrica



Simona Ercolani

di contenuti' dall'intrattenimento televisivo verso nuove piattaforme multimediali. "Siamo già dei creativi: nella comunicazione ormai l'arma più preziosa è lo storytelling, che è il nostro pane quotidiano - ha dichiarato **Ercolani** a *Today Pubblicità Italia* -. Mettiamo quindi a disposizione il nostro patrimonio per esigenze più rivolte al business aziendale, alle istituzioni, alla comunicazione politica e abbiamo deciso di strutturarci con una organizzazione ad hoc per dedicarci a questo nuovo asset che offrirà un servizio diretto, accurato e professionale". **Ercolani** sarà alla guida della unit, assistita da **Simona Meli**, che vanta una consolidata esperienza nel branded content, e **Andrea Felici**, 'maestro' di storytelling. Il Format Department coordinato da **Davide Acampora** svilupperà i contenuti secondo i bisogni dei clienti. "Tra la tv e la comunicazione c'è sempre più contaminazio-

ne - ha proseguito **Ercolani** -. Per me branded content significa una storia e un linguaggio adatto al target che si intende raggiungere; significa che a un contenuto bisogna trovare una forma giusta di racconto che può essere, a seconda delle esigenze, un filmato, un prodotto per la tv o il web, uno script. Stand By Me è un'azienda solida, con 25 persone interne e 400 collaboratori, che sviluppa tutti i generi televisivi dal factual al docu-reality, dall'infotainment al talk show, ma che è abituata a pensare in termini più ampi della produzione televisiva. Mi preme sottolineare l'approccio 'dell'abito su misura', cioè siamo una sartoria in cui mettiamo la cura dell'artigiano e l'organizzazione dell'industria: vogliamo mantenere questa specificità anche sulla comunicazione, per la quale siamo in grado di organizzare eventi, contenuti, slogan, il 30 e vogliamo farci conoscere dal mercato". Dal 2015 sono

state realizzate produzioni ad hoc per MasterCard e Condé Nast, da cui sono nati format come *La cucina italiana* e *Un viaggio da campioni*. *Priceless Surprises*. Stand By Me ha sviluppato progetti di promozione ed eventi per il Coni, ultimo tra i quali Casa Italia a Rio De Janeiro per le prossime Olimpiadi, e ha realizzato attività di product placement nel programma Coppie in attesa per Huggies e Mustela, per affinità fra la linea editoriale del programma e i valori dei brand. Per quanto riguarda la produzione tv "stiamo preparando il nuovo format Weekend con il nonno che indaga sul rapporto tra nonni e nipoti che andrà in autunno su Rai4, ma che è stato richiesto anche in Uk e in Nord Europa. E lavoriamo alla nuova serie di Sconosciuti, che sarà su laeffe dal 4 luglio e in chiaro da marzo 2017 su Tv2000 e Libri di una vita sempre per laeffe, in onda da ottobre", ha concluso **Ercolani**.