



COOP.SERVICES, già attiva nel campo del marketing territoriale per l'attrazione turistica e d'investimenti, nel 2008 ha dato vita ad una attività culturale creativa per dare voce ai territori veneti meno conosciuti nel tentativo di contribuire a colmare un divario socio-economico che tuttora permane.

Coop.Services è stata uno dei primi operatori che ha creduto nella comunicazione via web. Per questo ha costituito un gruppo professionale con operatori interni e freelance, creato una testata giornalistica, stretto rapporti di partnership con altri operatori, cooperato con Enti pubblici e *stakeholders*; ha investito in attrezzature digitali per la videocomunicazione e si è affermata anche come riferimento per le testate nazionali.

### **Vision**

Raccontare e valorizzare il territorio, le sue storie, i suoi prodotti, le sue bellezze e le sue imprese, offrendo un mezzo per la crescita delle aziende, delle persone, del territorio.

### **Mission**

**“Diamo voce al Territorio”**, questo è il payoff scelto per rendere immediatamente l'idea della mission: promuovere le imprese culturali e creative, la manifattura artistica, i beni culturali e paesaggistici, oltre che stimolare e promuovere l'attrazione turistica e gli investimenti sul territorio, attraverso la videocomunicazione e via web, attraverso la videocomunicazione ed il web-marketing aziendale, dando alle stesse visibilità mediante servizi specialistici e personalizzati adatti alle loro necessità e dimensione.

### **Attività**

**PianuraNews TV** Coop.Services, con la propria Web Tv [www.PianuraNews.it](http://www.PianuraNews.it) è attiva dal 2008 nel campo della videocomunicazione, svolgendo un servizio importante per il territorio, gli *Stakeholders*, i pubblici e le imprese che ne fanno parte.

PianuraNews affronta tematiche di vario genere: Sociali, Territoriali, Economiche, Ambientali, Culturali, Artistiche, Lavorative, Culinarie, Ludiche, Sportive, Politiche ed Istituzionali. PianuraNews ha pubblicato più di 700 video servizi.

Rubriche	Numero	Link pagina
Archivio	517	<a href="http://www.pianuranews.it/category/archivio/">http://www.pianuranews.it/category/archivio/</a>
Cultura & Società	71	<a href="http://www.pianuranews.it/category/cultura-e-societa/">http://www.pianuranews.it/category/cultura-e-societa/</a>
Commercio & imprese	34	<a href="http://www.pianuranews.it/category/commercio-e-imprese/">http://www.pianuranews.it/category/commercio-e-imprese/</a>
Paese Mio	33	<a href="http://www.pianuranews.it/category/rubriche/paese-mio/">http://www.pianuranews.it/category/rubriche/paese-mio/</a>
Spazio Eventi	28	<a href="http://www.pianuranews.it/category/rubriche/eventi/">http://www.pianuranews.it/category/rubriche/eventi/</a>
Pianura a Tavola	26	<a href="http://www.pianuranews.it/category/rubriche/pianura-a-tavola/">http://www.pianuranews.it/category/rubriche/pianura-a-tavola/</a>

Dopo la crisi economica derivata dal fallimento della Lehman Brothers ha subito un contenimento del cash flow con conseguente rallentamento dell'attività, quindi con una paziente ricostruzione dei flussi monetari ha effettuato nuovi investimenti.



L'impresa culturale creativa di Coop.Services è cresciuta: si è data nuovi obiettivi proponendo servizi commerciali innovativi con un nuovo brand, è stata avviata la ridefinizione del business model e un'implementazione del processo di riposizionamento, ha effettuato nuovi investimenti, assunto personale, ha attrezzato due nuove sedi a Padova e a Este, consolidato e Sviluppato nuove soluzioni, raccontando il territorio e le sue imprese, eventi e iniziative di Enti Locali, Istituzioni e associazioni di volontariato.

In particolare, la costante presenza nel tessuto sociale ha sviluppato una coscienza professionale atta a reinterpretare il ruolo dell'informazione mediatica, privilegiando progressivamente l'approfondimento propositivo alla mera informazione descrittiva, offrendo così alla pubblica opinione modelli orientativi per un reale sviluppo umano responsabile.

L'attuale civiltà del consumo che ha edificato un castello di carta applicando la logica dell'economia di mercato, pur dimostrando il suo disastroso fallimento nell'opera distruttiva della finanza, mantiene purtroppo intatto il suo potere con illusorie promesse di sviluppo, trascinando così l'intera umanità all'inesorabile declino; però questa tendenza può essere contrastata non tanto con anatemi o proclami, quanto piuttosto con l'affermarsi delle buone pratiche che rispettano l'ambiente, con la valorizzazione di prodotti che esaltano la creatività, con l'incentivazione di scambi che generano relazioni.

La nostra informazione, quindi, è rivolta a quella società umana meno appariscente che lavora e produce secondo la regola della solidarietà che promuove le persone, regola alternativa al mercato che mercifica ogni cosa, perché noi crediamo nell'economia che non mistifica il denaro ma lo usa, che non cerca la ricchezza nel possesso ma persegue la giustizia, che amministra i beni nel presente per garantire il futuro, che investe in umanità.

È una iniziativa culturale radicata nel territorio ma con prospettive universali, per questo alcune produzioni, oltre che nelle collaudate piattaforme digitali: *YouTube, Facebook, Twitch*, sono attualmente ospitate nei palinsesti di emittenti locali sul digitale terrestre, quali TVA e Telechiara che oltre ad amplificarne la visibilità garantiscono qualità e prestigio al nostro operato. La nostra esperienza e il nostro servizio di videocomunicazione sta inoltre allargando la rete delle collaborazioni professionali e valicando i confini regionali, sarà prossimamente attivo uno studio a Firenze, con l'intento di moltiplicare i percorsi culturali che agevolano il cambiamento reale di questa società globale ormai destinata al tramonto.

## **Le sedi**

**Este** via Rovigo 215 - Studio di registrazione

**Padova** via Tiziano Minio 13 – Studio televisivo e radiofonico

## **Target**

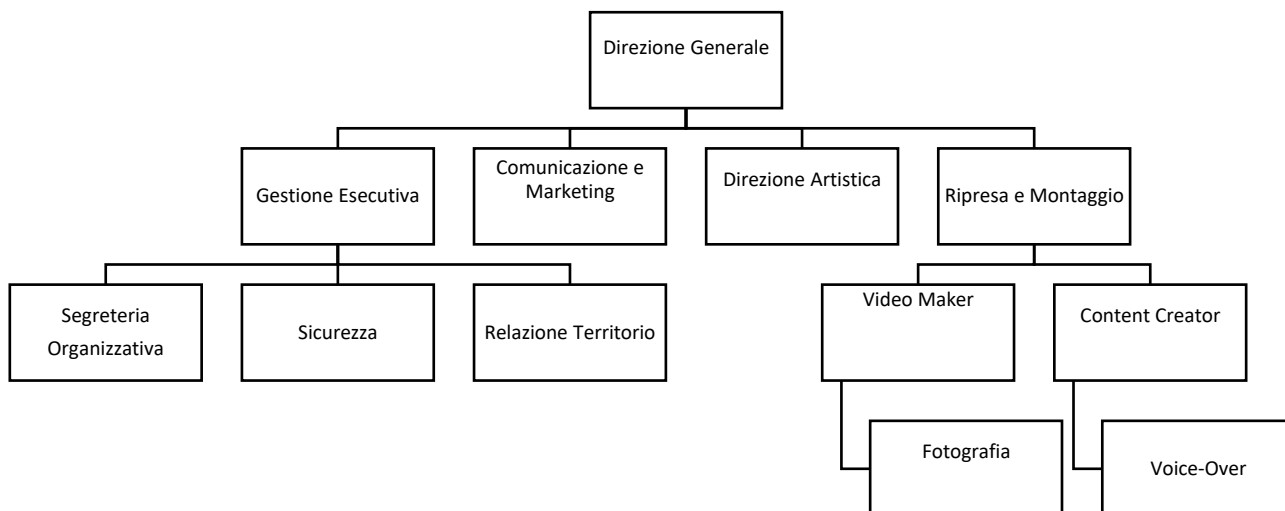
La definizione dei prodotti/servizi è stata frutto di una attenta valutazione degli utenti che consumano il prodotto visivo, quindi utenti del web interessati all'informazione legate territoriale e regionale, sia da PC che da smartphone.

Tuttavia, gli interlocutori/potenziali clienti principali sono stakeholders, imprese, associazioni, e gli Enti territoriali. L'ottimizzazione delle risorse si raggiunge tramite il coinvolgimento delle reti imprenditoriali, imprese della filiera dell'Hospitality e delle produzioni enogastronomiche, della manifattura artistica, e dei servizi, rappresentative dell'identità territoriale e con un focus particolare sull'attrazione turistica.

## **Organigramma**

Il gruppo operativo è composto da:

- Esperto in fotografia digitale, con competenze sull'uso dei nuovi strumenti per effettuare riprese aeree o panoramiche a 360'
- Creative video director, video editor, direttore di ripresa e post-produzione
- Esperto in progettazione multimediale ed applicazioni digitali per l'arte
- Giornalista pubblicitista
- Sceneggiatore ed autore di format per la tv e per il web
- Traduttrice inglese e tedesco esperta in business communication
- Addetto al web marketing
- Addetto alla segreteria amministrativa.



## Prodotti e servizi

I modelli della produzione sono ispirati alla crescita del il Made in Veneto.

I format sono ideati per raccontare il territorio attraverso i ritratti delle aziende, degli imprenditori e dei prodotti. Sono state coinvolte imprese della manifattura artistica veneta, e imprese operanti a vario titolo nell'offerta turistica. I beni culturali sono messi in relazione con i prodotti enogastronomici e la manifattura artistica espressione della tradizione e della maestria dei produttori locali.

La strategia che s'inserisce nel quadro delle azioni di *marketing* territoriale e dedicata agli attori economici e istituzionali, aperta a forme nuove e alternative di promozione ed attrazione turistica, nazionali ed internazionali.

### **Le rubriche:**

1. *Prodotti e cucina di casa nostra*
2. *Nuova manifattura artistica,*
3. *Paese mio*
4. *Spazio eventi*

Allo spettacolo è stato dato spazio mediante la produzione di servizi teatrali, stimolando l'interesse verso questa forma d'arte, quale disciplina ottimale per la formazione dei giovani, e accrescendo l'interesse turistico verso il patrimonio storico rappresentato dalle Ville Venete.

## Tecnologia e produzione

La piattaforma web di PianuraNews favorisce la creazione un elevato grado di Citizen journalism, stimolando la "partecipazione attiva" degli utenti, grazie alla natura interattiva delle nuove tecnologie mediatiche.

L'efficienza della tecnologia digitale favorisce la produzione multimediale e le trasmissioni in streaming, e la collaborazione di radio e canali tv venete: TVA, Café 24, Telechiara, etc....

## Collaborazioni

I video delle rubriche rivolte al territorio sono stati pubblicati sulla piattaforma di PianuraNews e trasmessi su canali regionali, potendo verificare la qualità dei format ed il gradimento dei contenuti che, in questo caso sono stati definiti, nella forma e nel linguaggio, per questi specifici cali televisivi. Mentre sarebbero stati meno adatti per il web sul quale, tuttavia, è stato registrato un discreto apprezzamento valutato in base alle analisi prodotte con *Google Analytics*.

## **Collaborazioni esterne**

Gli incarichi di consulenza sono stati assegnati sulla base degli obiettivi:

- Sviluppo di attività che mirano al turismo cinematografico
- Sviluppo di una sezione dedicata alla manifattura artistica veneta
- Avvio della produzione di servizi legati ad eventi di danza
- Implementazione della piattaforma web di PianuraNews.Tv
- Impiego di tecnologie digitali all'avanguardia per la produzione multimediale
- Creazione di servizi innovativi anche attraverso l'utilizzo di telecamere a 360' e di tecnologie legate alla realtà virtuale
- Coinvolgimento di giovani accanto a operatori senior.

## **I Format**

I format prodotti sono stati sviluppati secondo criteri derivanti da analisi di tipo linguistico e semiologico dei media:

- *Caratteristiche di durata e storytelling specifiche per ogni canale di pubblicazione, atte a massimizzare l'efficacia comunicativa e la facilità di fruizione*
- *Scelta dello stile e delle caratteristiche del linguaggio audiovisivo in base ai contenuti*
- *Alta qualità della produzione video in riferimento agli standard odierni*
- *Produzione di contenuti non-language dependent e sottotitolati in grado di raggiungere con la stessa efficacia il pubblico nazionale ed internazionale*
- *Produzione di contenuti sottotitolati per la fruizione fugace in assenza di traccia audio via smartphone, tablet ed installazioni in ambienti pubblici quali stazioni ferroviarie, metropolitane, piazze e pubblici esercizi*
- *Longevità e validità storica ed artistica dei contenuti*

I format hanno una suddivisione verticale per tematiche, caratteristiche di linguaggio e target di riferimento:

- *VIAGGI rivolto al turista nazionale ed internazionale.*
- *ENOGASTRONOMIA.*
- *ATTUALITÀ.*
- *ARTE E SPETTACOLO.*
- *PRESENTAZIONE DEI SERVIZI INTERNI*

Produzione video e contenuti multimediali per le aziende, gli enti pubblici e le strutture di ricettività turistica.

## **Partnership:**

Enti pubblici, Camera di commercio di Padova, associazioni artigiane, aziende e associazioni culturali