

CREATIVITÀ - *BRANDED CONTENT*

TITTY&FLAVIA, IL BRAND 'PROBLEM SOLVING' CHE GUARDA AL FUTURO

~
Dal sito con la proposta di video tutorial alla pubblicazione di 6 libri, dalla tv al branded content per aziende, dall'engagement sui social all'e-commerce con il lancio della linea di prodotti Cosmetica Naturale di Titty&Flavia: la storia di un progetto imprenditoriale sull'economia domestica che ha fatto successo grazie alla semplicità, al risparmio e all'ecocompatibilità

✓
di Valeria Zonca

Coppia di fatto, anzi di 'Detto Fatto'. Per il quinto anno consecutivo Titty&Flavia, al secolo **Titty D'Attoma e Flavia Alfano**, sono state riconfermate dalla Rai come tutor sull'economia domestica nel programma pomeridiano *Detto Fatto*, in onda dal lunedì al venerdì su Rai 2 e condotto da Caterina Balivo. Una storia di successo quella di Titty e Flavia, iniziata nel 2008, "quando abbiamo deciso di aprire il sito Soluzionidicasa.com, che ci ha permesso di raccogliere e unire le esperienze su cura, manutenzione e gestione della casa in un modo semplice, diretto e veloce attraverso i video tutorial", spiega Titty. "Abbiamo tradotto in un linguaggio contemporaneo le istruzioni, i trucchi e le soluzioni dell'economia domestica in modo tale da fare un vademecum contemporaneo e veloce per il target dai 25 ai 44 anni, che copre il 50% di utenti sul nostro sito", aggiunge Flavia. "Nel contesto

socio-economico degli ultimi 10 anni, i giovani si sono trovati privi di insegnamenti, per esempio quelli delle nonne o delle mamme, a differenza di ciò che accadeva in passato: spesso entrambi i loro genitori lavorano o sono distanti dai luoghi di origine - racconta Titty -. Queste persone ci scrivono e ci chiedono aiuto. Il nostro pubblico, inoltre, comprende anche la signora di 60 anni che vuole confrontarsi con noi. Senza presunzione, riusciamo ad agganciare ampie fasce di età grazie a un problem solving semplice e rassicurante. E poi, se spieghiamo come levare la muffa dal frigorifero, la soluzione rapida va bene per qualsiasi target di età".

Influencer e testimonial per aziende

Soluzionidicasa.com punta sulla navigabilità snella e intuitiva, contiene più di 2.000 foto, articoli e oltre 150 video tutorial ed è ottimizzato per la consultazione da altri device. "Il 70%

degli utenti vi accede da smartphone e tablet - precisa Flavia -. Nel 2011 Vallardi Editore ci chiese di scrivere un libro dal titolo 'Soluzioni di casa di Titty&Flavia': a questo primo libro ne sono seguiti altri 5 e un'agenda da casa per segnare i vari appuntamenti di tutta la famiglia. A novembre uscirà, edito da SEM, il nostro nuovo libro 'Ce la posso fare', dedicato alla generazione dei 30-35enni che vivono da soli, siano single, separati, gay, persone che hanno bisogno di avere una guida veloce su come organizzare ed effettuare delle operazioni casalinghe anche basiche, a partire dalla pulizia del filtro della lavatrice e della lavastoviglie a come fare il bucato". Quattro anni fa arriva a Titty&Flavia, ormai diventato un brand a tutti gli effetti, la chiamata del programma su Rai 2 per realizzare i tutorial sull'economia domestica. "Sin dalla prima edizione del programma tv, e precedentemente sul sito, abbiamo introdotto l'utilizzo di prodotti natu-

BRANDED CONTENT - CREATIVITÀ



Titty&Flavia sono i tutor dell'economia domestica a Detto Fatto su Rai 2

rali come aceto, bicarbonato, limone, sale fino, oli essenziali, che sono gli strumenti necessari, tutti testati da noi, per pulizie della casa ecologiche ed economiche - commenta Titty -. *Detto Fatto* è stata una grande scuola perché ci siamo dovute allineare a un format di 15-20 minuti: un tempo stringato che deve però essere molto ricco di suggerimenti perché la gente ha piacere di imparare e di condividere quella che è la vita in casa. In tutte le categorie, dalla cucina al parrucchiere e al make up vengono coinvolti più tutor, mentre nel campo dell'economia domestica c'è solo Titty&Flavia". "Questo ha permesso al nostro marchio di emergere e di avere notorietà grazie a 1,2 milioni di spettatori al giorno - dichiara Flavia -. Il nostro volto è diventato conosciuto, il nostro settore è diventato un brand e questo ci ha permesso di cominciare a fare da circa 3 anni tutorial branded content con l'inserimento di prodotti che noi vendiamo ai clienti. Abbiamo lavorato per campagne social e digital con 3M, Miele, Foppa Pedretti, Rowenta, Sutter, aziende che si sono avvicinate perché i loro prodotti erano in linea con la nostra immagine. Ora Titti&Flavia ha anche un ruolo di influencer nei confronti dei 500mila fan su Facebook".

Il lancio della linea Cosmetica Naturale per la pulizia della casa

Titti&Flavia si occupa dell'ideazione di ogni progetto editoriale affidandosi poi a delle strutture esterne, tra cui:



Titty D'Attoma e Flavia Alfano

una società che gestisce tecnicamente il sito con l'inserimento dei contenuti di testi, foto e video e che si occupa dell'ottimizzazione del SEO, una casa di produzione che realizza i video, la grafica e la musica, alcuni giornalisti che collaborano all'elaborazione dei testi. Il nucleo del progetto restano comunque Titty e Flavia, che rispondono personalmente alle circa 100 richieste che arrivano ogni giorno su Facebook. "La gente si affida a noi in quanto coglie che siamo vere e non una rivista patinata. Siamo state aiutate sia dalla nostra precedente esperienza professionale in varie aziende che ci ha permesso di dare un metodo strutturato alla nostra impresa, anche se piccola, sia dalla pratica acquisita nei nostri ménage familiari con mariti, figli e animali", afferma Titty. Nonostante 10 anni in ascesa sia di notorietà sia di progetti realizzati, Titty e Flavia non hanno nessuna intenzione di vivere sugli allori. La loro è una continua evoluzione per stare al passo con i cambiamenti della società e delle abitudini dei consumatori. "Il mondo web è in continua trasformazione, adesso tutto ciò che concerne il social è fondamentale: così siamo presenti anche su Instagram e abbiamo aperto

il canale dedicato su YouTube. Sul sito lanceremo a breve una nuova sezione dedicata alla Finanza Domestica per suggerire alle famiglie come poter attivare un regime di risparmio per dei progetti a medio e lungo termine che vanno da una vacanza in serenità a una cifra destinata allo studio dei figli", spiega Flavia che anticipa inoltre che "la nostra linea di prodotti Cosmetica Naturale per la pulizia della casa di Titty&Flavia, realizzata dall'azienda chimica Biolife con elementi naturali e l'aggiunta della molecola dell'argento che è sinonimo di igiene e di sicurezza, approderà sul nuovo canale e-commerce di Soluzionidicasa.com, su Amazon e su altre piattaforme online". "È dire che all'inizio sembrava una cosa quasi fuori dal mondo far vedere come attaccare un bottone con un video sul web, che, invece, si è rivelato il mezzo più 'azzeccato' per cercare di risolvere i tanti problemi della cura domestica. Sappiamo bene che 'non si deve vivere per pulire' e quindi cerchiamo di veicolare con semplicità il concetto che con qualche strumento, indicazione o 'trucchetto' può essere più veloce e addirittura 'appassionante' fare qualcosa che non piace a nessuno", conclude Titty. ●