

## Gli appassionati del pallone diventano social e tifano insieme anche a distanza

Tok.tv è il nuovo social network dello sport, permette di commentare rigori, calci d'angolo ed esultare ai goal come se si fosse davanti al medesimo schermo

di Flavia Gamberale Fraticelli

Guardare la partita della squadra del cuore con i propri amici anche se si è a migliaia di chilometri di distanza da loro. Commentare rigori, calci d'angolo, esultare ai goal come se si fosse davanti al medesimo schermo. Questa la scommessa di Tok.tv, il social network dello sport nato in Silicon Valley da un team italianissimo di emigranti appassionati del pallone. Si tratta di un'applicazione vocale scaricabile sullo smartphone che mette in comunicazione i tifosi mentre guardano la partita della loro squadra preferita e consente loro di chiacchierare e interagire come se fossero seduti sullo stesso divano.

  
Fabrizio Capobianco

### Il progetto è pronto a sbarcare in Cina

Il progetto conta oggi circa 13 milioni di utenti in tutto il mondo ed è pronto a sbarcare in Cina. «Per ora siamo il social network di riferimento della Serie A, Juventus, Barcellona, Real Madrid e Tottenham, ma stiamo espandendoci anche nella terra del Dragone. Presto manderemo live due squadre cinesi e la Chinese super League», anticipa Fabrizio Capobianco, fondatore e Ceo di Tok.tv. «Tecnicamente Tok.tv funziona come un secondo schermo integrato alla televisione ed è un servizio fornito anche dalle app ufficiali delle squadre. Inoltre, attraverso questo sistema, molti sponsor possono comunicare direttamente con i tifosi», spiega Capobianco. Le fonti di finanziamento del social sono gli spot pubblicitari trasmessi durante il match. Un business che è un po' figlio della «solitudine dell'emigrante».

### I tifosi parlano tra loro da una parte all'altra del globo

«Quando ero in Italia, vedevo tutte le partite della Juve con mio padre, mio fratello e il mio migliore amico. Poi quando 17 anni fa mi sono trasferito in Silicon Valley», racconta il fondatore di Tok.tv, «ho cominciato a sentire la mancanza di questi momenti di aggregazione. Guardare le partite da soli davanti alla tv è deprimente, così da lì mi è venuta l'idea di creare un social network ad hoc che potesse riunire tutti i tifosi e farli parlare tra loro anche dall'altra parte del globo». Nel giro di qualche anno Capobianco ha messo su in California un team tutto Made in Italy che ha sviluppato la piattaforma di Tok.tv e convinto le maggiori società sportive europee ad aderire al progetto. All'inizio dell'anno la start up italo-statunitense ha chiuso un round di finanziamenti da 5 milioni di dollari, attirando capitali italiani (Angel Lab di Angelo Moratti, **U-Start** e IAG Italian Angels for Growth), americani (come Techstarts e Social Starts) e cinesi (TEEC e Heyi Capital). Il prossimo round è atteso per la fine del 2017, ma prima, premette Capobianco «dobbiamo crescere in Cina e magari anche negli Usa, con uno sport che non sia il calcio».

27 settembre 2016 | 15:17

<http://corriereinnovazione.corriere.it/2016/09/27/gli-appassionati-pallone-diventa-social-tifano-insieme-anche-distanza-cd01ff9c-84af-11e6-b7a9-74dca8f2989.shtml>