



Il primo sito italiano di User Generated Content che ti mette in contatto con i professionisti della fotografia

## LA NOSTRA STORIA

Il nostro interesse per i contenuti realizzati dai non professionisti nacque nel 2001. Lavoravamo a Emage, il laboratorio multimediale dell'agenzia Grazia Neri.

Realizzammo [Kilo](#), un sito dove chiunque poteva caricare i propri filmati e condividerli con gli altri utenti della comunità. Come avrebbe fatto quattro anni più tardi, nel 2005, Youtube. Già allora i nostri iscritti potevano fare dirette video dalle loro case, giocare con i filmati interattivi e inventare candid camera. Oltre che caricare i loro lavori e rivederli in streaming.

Ci interessava quello che la gente comune aveva da dire e decidemmo di aiutarli a farlo.

Un anno più tardi, con l'arrivo del primo telefonino dotato di fotocamera, il Nokia 7650 avemmo la conferma della nostra intuizione. Stava nascendo un nuovo autore: il pubblico. Nel mondo si cominciò a parlare di User Generated Contents, di Citizen Journalism.

Pochi mesi dopo fondammo Makadam. Un [sito](#) dedicato alla comunità degli utenti di cameraphone e un [giornale](#) realizzato con testi e foto scattate dagli stessi lettori, stampato in 26.000 copie e distribuito nelle maggiori città italiane.

Era il 2002, Flickr nacque solo nel febbraio 2004 e fino al 2006 non abbandonò la versione beta.

Nel settembre del 2007, l'avventura Makadam finì, il sito chiuse e il giornale non venne più stampato. Forse non avevamo avuto fortuna, forse non eravamo stati abbastanza bravi, forse era troppo presto...

Oggi i contenuti della gente comune, di chi non è né giornalista, né fotoreporter, sono diventati parte integrante della comunicazione. Le corporazioni professionali si sono arrese, hanno capito che un'immagine può essere efficace indipendentemente da chi l'ha scattata e visto che i professionisti sono pochi e che gli "altri" sono tanti è molto più facile che la possibilità di raccontare qualcosa capiti a chi professionista non è.

[Flu](#), un team di professionisti della comunicazione (giornalisti, fotoreporters, media & marketing experts, web graphic, software specialists) è nato per aiutare chi professionista non è a veicolare le proprie immagini verso i tavoli delle redazioni, delle agenzie pubblicitarie, delle case editrici.