

VIRALITY SYSTEM: ARRIVA IL NUOVO SOCIAL CREATO DA DUE ABRUZZESI

30 Maggio 2025



PESCARA – Si chiama ViralitySystem ed è la nuova piattaforma, disponibile da febbraio 2025 su App Store e Android, su cui chiunque può diventare virale, anche con zero follower. Il cuore della piattaforma è VIR (Virality Instant Reach), una funzione che ribalta le regole dei social network. Qualsiasi utente, sia esso creator, brand, freelancer o appassionato, può pubblicare i propri contenuti direttamente nei post di influencer che egli stesso sceglie, ottenendo una visibilità reale, che consente di monetizzare e ottenere visibilità immediata, indipendentemente dalla propria fanbase.

Un nuovo social, dunque, pensato e creato da due abruzzesi, Alessio Zaccagnini, pescarese doc, e Marco Ciuffetelli, originario dell'Aquila ma trapiantato a Pescara, e dalla loro startup Alll, con sede a Pescara.

“Ognuno di noi – dice in una nota Zaccagnini – spera di far diventare i propri contenuti virali e noi abbiamo puntato su questo. L'idea è nata osservando gli altri social e cercando di capire come poter utilizzare questo strumento al meglio e come dare valore ad un contenuto”.

L'app è stata già lanciata, nei mesi scorsi, negli Stati Uniti, dove in decine di migliaia già ne fanno uso. Ora si sta lavorando per il lancio in Italia.

Ecco come funziona.

Scelta libera dell'influencer: ogni utente può scegliere a chi “agganciare” i propri contenuti, senza limiti tematici o di target. Ogni influencer, seguendo la policy del social, rende pubblica la propria tariffa al minuto per l'inserimento di contenuti esterni nei propri post; il 50% del ricavato va all'influencer, una percentuale tra le più alte nel mercato attuale; ogni transazione è istantanea e i guadagni vengono accreditati nel wallet personale e possono essere ritirati in qualsiasi momento, senza soglie minime o attese; i creator decidono dove far comparire i propri contenuti, con chi collaborare e a quale prezzo; una dashboard intelligente consente di monitorare in tempo reale visualizzazioni, interazioni e conversioni dei propri Vir, offrendo così uno strumento di marketing trasparente ed efficace. Dunque gli influencer guadagnano e i creator, per il tempo che decidono e per quanto investono (può essere anche un solo euro) riescono a rendere i contenuti virali.

“Virality – spiega Alessio Zaccagnini, ceo e cofondatore di Virality – è la prima piattaforma che non discrimina sulla base della notorietà. Che tu abbia 500 o 50.000 follower, hai le stesse possibilità di ottenere visibilità e guadagnare. Il sistema è pensato per supportare micro e nano influencer, ma anche semplici utenti che vogliono promuovere contenuti, servizi, iniziative personali o professionali. ViralitySystem è nata anche per azzerare le barriere dell'influencer marketing e restituire

alle persone il controllo della visibilità. Ogni creator, indipendentemente dalla portata del proprio pubblico, può accedere a spazi altamente visibili e monetizzarli senza intermediari”.

Uno dei punti di forza di ViralitySystem è l’esperienza utente orientata alla trasparenza totale. Tutto è visibile e tracciabile: dalla scelta degli influencer, alle tariffe, fino ai risultati. Ogni operazione è diretta.

“Abbiamo voluto scardinare le logiche chiuse dei social attuali e creare uno spazio accessibile, democratico e meritocratico”, aggiunge Ciuffetelli, co-fondatore di Alll. “Chiunque oggi può costruire una propria community, monetizzare fin da subito e promuovere i propri contenuti come e dove vuole”.

ViralitySystem non è solo un social network, ma una piattaforma professionale di nuova generazione per la promozione e la monetizzazione dei contenuti. L’app rappresenta una soluzione concreta anche per startup, creator emergenti, brand di nicchia e professionisti che vogliono superare l’affollamento e la complessità delle piattaforme tradizionali.

ViralitySystem è l’ultima evoluzione del lavoro di Alll, startup italiana fondata nel 2018, ma le cui origini risalgono al 2015 con il primo social network “street” basato su monitor mobili in ambiente urbano.

“La crescita esponenziale dell’influencer marketing a livello globale – rimarca Zaccagnini – conferma il momento giusto per una trasformazione strutturale del settore. Secondo l’Influencer Marketing Benchmark Report 2025, nel 2024 sono stati pubblicati 18,9 milioni di contenuti sponsorizzati negli Stati Uniti, che rappresentano oggi il 22,7% del mercato globale”.

In Italia, il mercato dell’influencer marketing è in continua crescita, con un valore che nel 2024 è arrivato a 352 milioni di euro. Ci sono circa 82 influencer ogni 100.000 abitanti, per un totale di 37.700 creator. L’Italia è al terzo posto in Europa per numero di influencer, dopo Spagna e Regno Unito.

L’influencer marketing gode quindi di ottima salute. Lo confermano anche i dati delle attivazioni 2024 riportati nel report Onim (Osservatorio Nazionale Influencer Marketing). Secondo le rilevazioni dello studio, le attivazioni nate da collaborazioni tra brand e influencer/creator nel 2024 sono state infatti 300 mila con un eloquente aumento anno su anno del 25,6%. Contenuti dal forte impatto anche sugli utenti, come confermano i 320,7 milioni di interazioni generate. Anche qui si registra una forte crescita rispetto all’anno precedente (+66,5%).