

ART

AZZURRO CHILD DI MAGGIO. SUL TUO iPad DI OGGI

ART cambia il modo di interagire con il giornale di Telefono Azzurro grazie alla applicazione fatta su misura per iPad

Bologna, 28 maggio 2010.

Che a traghettarci in una nuova era sia Azzurro Child, la rivista che parla dei diritti dell'infanzia e del rapporto genitori-figli, è sicuramente una buona notizia. Il 28 maggio 2010, giorno del lancio dell'iPad in Italia, ART presenta Azzurro Child Digital, grazie a un'applicazione nata per offrire tutto ciò che i lettori amano di questa rivista stampata (articoli istruttivi e brillanti e splendide immagini) in un'esperienza coinvolgente che sfrutta al massimo le capacità multi-touch dell'iPad.

La convergenza di contenuti di qualità e nuove tecnologie contribuirà a fare di Azzurro Child la prima rivista per iPad del settore no profit lanciata in Italia.

Per l'Amministratore Delegato di ART Massimo Manieri, l'applicazione ha permesso di raggiungere un traguardo inseguito da tempo: portare con successo l'esperienza di lettura di una rivista stampata su una piattaforma digitale. Una cosa che, dice, era impossibile prima dell'iPad. "Dalla nascita del web, 20 anni fa, l'obiettivo principale è stato quello di creare un'esperienza digitale interattiva," spiega Manieri. "Ma non amiamo le riviste perché sono interattive. Le amiamo perché sono fonte di ispirazione, sorpresa, provocazione. Ci aiutano nella vita di tutti i giorni. Possiamo leggerle dalla prima all'ultima pagina e poi conservarle. Il problema era che non potevamo offrire ai nostri lettori questo tipo di esperienza via web sullo schermo di un computer. Ma con un dispositivo mobile con display multi-touch come l'iPad, all'improvviso tutto è diventato possibile."

Azzurro Child per iPad: reinventare la rivista

Per scegliere la strada migliore per portare una rivista stampata nel mondo digitale, ART ha avviato da tempo in azienda un apposito progetto di ricerca e design, sotto la guida del Direttore Tecnologie e Processi Giorgio Draghetti. L'obiettivo era catturare lo spirito del periodico adeguandolo alla nuova tecnologia.

"Il problema che abbiamo avuto fino a oggi con i media digitali è che la stampa e gli altri mezzi tradizionali hanno un pubblico molto affezionato, emotivamente legato alla modalità di fruizione dei contenuti", afferma Draghetti. "Non appena i contenuti vengono spostati in un ambito digitale, quel legame viene perso. Ma se in commercio ci fosse stato un dispositivo da poter usare stando comodamente seduti sul divano, a colori, di elevata qualità e dimensioni adeguate, le riviste digitali sarebbero state di nuovo interessanti. Poi è arrivato l'iPad, e il modo in cui puoi tenerlo in mano e toccarlo ci ha convinti: era il punto di partenza ideale per sviluppare un nuovo concetto di rivista."

ART

Principi di design

Lavorando con un piccolo team interno di ricercatori, grafici e redattori, Draghetti ha diretto una radicale decostruzione dell'esperienza di lettura della rivista. "Abbiamo fatto molte ricerche, principalmente sul modo in cui i lettori consumano la rivista stampata," spiega "perciò eravamo fortemente convinti dell'idea che volevamo mettere in pratica e i primi test ci hanno dato immediata soddisfazione."

Il team ha fissato queste qualità in una serie di principi di design semplici ma cruciali: un'interfaccia digitale lineare e poco caotica, movimenti fluidi e gesti che permettono di sfogliare e leggere comodamente la rivista in maniera orizzontale e verticale, e un chiaro percorso narrativo con un inizio, un corpo centrale e una conclusione. Lo sviluppo della soluzione prosegue, siamo appena agli inizi e sono già previste le soluzioni per ovviare ai più comuni problemi di gestione dei contenuti citati dai lettori, come la possibilità di salvare, trovare e condividere pagine. "Sapevamo che i contenuti non erano un problema, perché i lettori amano Azzurro Child, contribuiscono con le donazioni e restano molto fedeli alla testata," afferma Katia Luorio Direttore Comunicazione di Telefono Azzurro. "Perciò, l'obiettivo non era reinventare il contenuto ma piuttosto l'esperienza utente. Abbiamo deciso di aggiungere tanti extra, come i video delle interviste, scegliendo inoltre di migliorare quello che c'era già, e renderlo più funzionale, più bello e più vivo."

Manieri è convinto che i principi di design applicati in Azzurro Child abbiano trovato la loro massima espressione nell'iPad: "Per Telefono Azzurro, il bello di iPad sta nel fatto che per la prima volta lettori e utenti possono usare i prodotti editoriali e avere realmente la sensazione di toccarli. È un dettaglio cruciale per la prima rivista del mondo del no profit in versione digitale. E ovviamente aiutano anche la fluidità e la bellezza delle immagini, fattori che altri strumenti semplicemente non offrono."

Azzurro Child per iPad

Nel maggio 2010, sicuri delle potenzialità dello strumento, i membri del team ART hanno iniziato a lavorare al prototipo della rivista in stretta collaborazione con Telefono Azzurro, e al lancio dell'iPad oggi hanno deciso di debuttare con Azzurro Child Digital per iPad. Grazie alla preparazione approfondita, il passaggio dal prototipo all'applicazione finita ha richiesto solo 15 giorni.

Ernesto Caffo, Presidente di Telefono Azzurro e membro del team del progetto Digital, è convinto che Azzurro Child Digital riesca a riproporre lo spirito della rivista stampata con tutti i vantaggi di iPad. "La particolarità dell'iPad è che si tratta di un dispositivo mobile che ti fa sentire molto indipendente," spiega. "Significa che puoi offrire una rivista digitale che riprende il feeling del formato cartaceo, sempre vicina al mondo dei giovani. Ci sembrava molto importante mantenere le qualità della nostra rivista stampata, che offre un'esperienza istruttiva e di tutela della cultura dell'infanzia, molto visiva e con un design sofisticato, ma riproponendole in una veste bella, fluida e su misura per l'iPad."

ART

Draghetti ritiene sia stato l'ambiente di sviluppo iPhone a rendere possibile un'interfaccia così semplice e intuitiva: "Quando usi Azzurro Child per iPad, tendi a dimenticare che stai visualizzando un contenuto digitale. Hai l'impressione di leggere la rivista di sempre, una sensazione tutt'altro che facile da ricreare e che subito stupisce permettendo di accedere in modo naturale ai filmati e alle numerose e splendide fotografie disponibili in modo integrato. Se abbiamo potuto dedicarci al perfezionamento dell'esperienza di lettura, è perché lo sviluppo delle funzionalità ausiliarie, come immagini di qualità, video e collegamento al sito www.azzurro.it e alla Biblioteca di Telefono Azzurro, è stato piuttosto veloce. La rivista che viene lanciata oggi utilizza un ottimo framework per i gesti multi-touch, gli aspetti tipografici, le animazioni, e questo ci ha permesso di concentrarci sulla parte più importante del nostro lavoro, cioè lo sviluppo dei contenuti e dell'esperienza utente nella loro fruizione."

La diffusione di Azzurro Child per iPad

Data la velocità di ideazione e realizzazione di Azzurro Child per iPad, ART sta lavorando per distribuire versioni digitali per iPad e altri dispositivi delle riviste che cura per editori, aziende, associazioni e istituzioni, in Italia e ormai nel mondo.

Personalizzando il proprio sistema di pubblicazione ART consente a ogni rivista di mantenere il controllo dell'aspetto editoriale e dell'impaginazione nel passaggio al formato digitale: "E' necessario assicurarsi che i clienti editori possano continuare a vendere gli spazi pubblicitari, che i redattori mantengano il controllo sulla presentazione e la personalità della propria rivista, e che gli art director siano liberi di sfruttare il layout dinamico per percorrere nuove strade creative."

Manieri spiega che il cambiamento radicale del flusso di lavoro ha richiesto cambiamenti altrettanto radicali a livello aziendale. "Stiamo riorganizzando l'intera divisione dei periodici per adattarci alla nuova realtà," afferma.

Manieri considera gli inevitabili cambiamenti come un'opportunità per pubblicare riviste ancora migliori, indipendentemente dal mezzo. "La reazione al lancio di Azzurro Child per iPad sarà straordinaria," dice. "Penso che entro 12-18 mesi tutte le nostre testate, in Italia, saranno disponibili per iPad. E sì, credo ancora fermamente nella carta stampata. Semplicemente, una realtà non preclude l'altra."

ART

AZZURRO CHILD MAGGIO 201 – SOMMARIO

L'editoriale di Ernesto Caffo

Più attenzione all'infanzia e alle sue sofferenze

Allarme pedofilia

Il dramma quotidiano di tanti bambini e adolescenti

L'impegno di Telefono Azzurro

Prevenzione ed educazione

Il dramma di una violenza che non si vede

Abusi gravissimi che lasciano ferite profonde

Quando l'abuso fa notizia

Come la stampa parla di pedofilia

Storia

Il coraggio di Valentina

I pedofili in Rete

Intervista a Luigi Mancuso e Domenico Vulpiani

Azzurro Press

I libri di Telefono Azzurro

Dammi il 5

La campagna di Telefono Azzurro per il 5 x mille

ART

Con oltre 30 anni di storia, ART (www.artspa.it) è una società indipendente che cura progetti e servizi di comunicazione, basati su contenuti originali per aziende, editori ed istituzioni.

Grazie a numerosi gruppi di lavoro che coprono le principali aree del sapere e sono in grado di produrre contenuti specializzati o divulgativi destinati alla pubblicazione su diversi media, ART è in grado di sviluppare progetti editoriali chiavi in mano finalizzati al conseguimento degli obiettivi di business dei propri clienti, generando contenuti personalizzati sulla base delle loro specifiche necessità di comunicazione.

Contatti per la stampa ART Servizi Editoriali

Chiara Lancioni

Responsabile Comunicazione e nuovi progetti

Uff. 051- 61.63.882

e.mail: ufficiostampa@artspa.it - www.artspa.it