

Avvenire inaugura l'“edizione di mezzanotte”

Alle ore 24.00 in punto la nuova App dell'edizione digitale di Avvenire avvisa il lettore che è pronta la nuova edizione del quotidiano di ispirazione cattolica a diffusione nazionale. La “digital replica” del prodotto stampato è realizzata automaticamente in poco più di un'ora a partire dal Pdf in alta risoluzione distillato per i centri stampa. Al lettore si offre la possibilità di leggere testi ottimizzati rispetto al device e fruire di arricchimenti multimediali. L'abbonato al prodotto cartaceo vede riprodotte le 254 diverse modalità contrattuali nella digital replica.

I lettori per un giornale sono sempre importanti, e ci mancherebbe altro. Ma quando l'80% di coloro che acquistano il prodotto sono abbonati, “importanti, i lettori, lo sono ancora di più”. Il giornale che, caso più unico che raro in Italia, vanta questa altissima percentuale di diffusione in abbonamento, è l'Avvenire. Il quotidiano della CEI, di ispirazione cattolica e a diffusione nazionale, diffonde mediamente 110.000 copie stampate al giorno, con una crescita lenta ma costante, anche questa una caratteristica non comune, di questi tempi, in Italia.

Sono in aumento anche le copie on line, che dall'inizio dell'anno sono passate da 3.000 alle circa 5.500 del mese di giugno.

“L'80% della diffusione in abbonamento”-commenta il Direttore Tecnico Alessandro Belloli-“significa un tasso di fedeltà altissimo, un'aspettativa quotidiana di qualità dei contenuti e di efficienza distributiva che non possiamo in alcun modo deludere”. E proprio per venire incontro ad un lettore molto ben disposto nei confronti della testata, ma altrettanto esigente, il quotidiano della CEI ha lanciato l'edizione di mezzanotte, una nuova iniziativa che si inserisce nel panorama, sempre più ampio, delle soluzioni italiane concrete per battere le difficoltà dell'industria editoriale e per tornare a crescere.

La “digital replica” di mezzanotte

“Una delle caratteristiche dei nostri lettori”- racconta a TecnoMedia Belloli-“è l'abitudine a sfogliare il nuovo giornale alle prime luci dell'alba”. Dalla fine degli anni Novanta Avvenire ha cominciato a sperimentare il web come canale alternativo di diffusione del pro-

dotto, in formato digitale. Il primo sfogliatore on line arriva nel luglio del 2007. Il 27 gennaio del 2010 viene presentato l' iPad, e nello stesso anno nasce la prima edizione del quotidiano per questa nuova piattaforma digitale. “Il nostro slogan è essere protagonisti del cambiamento”, che significa, sottolinea Belloli, utilizzare tutti i canali di comunicazione per seguire il lettore, nell'arco dell'intera giornata e per tutti i giorni dell'anno.

La scelta dell'editore, per il momento, è quella di puntare su un servizio di diffusione digitale del prodotto cartaceo in “digital replica”, ovvero un contenuto identico al giornale ma “dematerializzato”, e disponibile a partire dalla mezzanotte per accontentare i lettori più impazienti.

“Il problema fondamentale per la realizzazione di questa edizione di mezzanotte” - racconta Belloli-“era quello di trovare una soluzione che, in poco più di un'ora, trasformasse la prima edizione di Avvenire - un Pdf in alta risoluzione del prodotto cartaceo distillato alle ore 22.30 - in una replica digitale per web, tablet e smartphone.”

Il sistema doveva, nel limite del possibile, essere assolutamente automatico, e provvedere a rendere l'esperienza della “lettura” su supporti non cartacei altrettanto piacevole rispetto a quella tradizionale.

Il centro stampa “intelligente”

La soluzione adottata, che di fatto ha reso possibile il lancio dell'edizione di mezzanotte in tempi molto rapidi, è stata la piattaforma NewsMemory Bluebird di Tecnavia, fornitore

specializzato nell'offerta di soluzioni per l'editoria digitale on line.

L'edizione cartacea si stampa, in Italia, in quattro stabilimenti, CSQ di Erbusco (Bs), Stec (Roma), TI.ME. (Catania) e Unione Sarda (Cagliari). "Per quella digitale utilizziamo un quinto centro stampa" costituito dai server di Tecnavia. E' qui che, materialmente, è installato il software che provvede alla preparazione delle edizioni digital replica del prodotto cartaceo, ed è qui che, in poco più di un'ora, avviene la trasformazione del Pdf. Il NewsMemory Bluebird "scompon" le pagine del Pdf negli elementi di base che costituiscono l'informazione stampata, testi, titoli, occhielli, didascalie, immagini, infografica, etc... Una volta completata l'opera di "clipping" – ovvero il ritaglio digitale- lo stesso software provvede al sorting, in pratica ricompon tutti i componenti dell'informazione in un nuovo formato automaticamente compatibile con le "dimensioni fisiche" dello schermo Pc, del tablet e dello smartphone. Rispetto alla mera trasposizione del Pdf sullo schermo digitale, il vantaggio di questa soluzione è decisivo.

Senza perdere la gerarchia delle notizie, ovvero il colpo d'occhio sulla geometria della pagina come sarebbe se fosse stampata, il lettore può cliccare sul singolo elemento – titolo, occhiello, testo, didascalia – ingrandendolo e leggendolo come se fosse stato autonomamente preparato per il supporto digitale mobile.

L'esperienza della lettura diventa molto più veloce, facile, e, soprattutto, piacevole, "un aspetto che noi dobbiamo sempre tenere presente", sottolinea Belloli, pensando all'80% dei lettori abbonati.

Il software proposto da Tecnavia funziona in modalità Software As Service, ovvero il cliente, l'editore, non ha nulla di installato presso



Alessandro Belloli, Direttore Tecnico di Avvenire

il suo data center. Il fornitore provvede, con un apposito contratto, a farsi carico di manutenzione, implementazione, nuovi sviluppi e a garantire, soprattutto, la funzionalità 24 ore su 24.

L'edizione digitale è del tutto identica a quella cartacea, salvo il fatto che il lettore abbonato può leggere, la domenica, tutte le otto edizioni del quotidiano, che differiscono fra loro per le pagine diocesane. Si tratta di dorsali specializzati che contengono informazioni su tutte le diocesi italiane, 26 escono con regolarità, alcune lo fanno saltuariamente e di ciascuna vengono mostrate le singole pagine a loro dedicate.

Ma il quinto "centro stampa", nel momento in cui crea l'edizione digitale, provvede anche ad altro.

254 modi per seguire il lettore

I lettori che decidono di abbonarsi ad Avvenire in formato cartaceo, hanno 254 diverse modalità per farlo, una flessibilità "capillare, che aiuta non poco la diffusione". Il "centro stampa digitale" di Tecnavia consente di gestire, quotidianamente, tutte le 254 modalità per la consegna al lettore abbonato della corrispettiva copia digitale di mezzanotte.

"Il principio fondamentale" - spiega Belloli - "è quello di vendere il cartaceo e la replica digitale abbinati". Ogni sera arriva il fascettario degli abbonati, aggiornato in tempo reale, al Server di Tecnavia, che provvede a rendere disponibile al diretto interessato la copia digitale alla quale ha diritto in funzione della scelta relativa al prodotto cartaceo.

La Frequency of Delivery - FOD - è interamente gestita dal server centrale del fornitore, che con il proprio personale controlla sia la correttezza delle procedure di pubblicazione sia il flusso di lavoro per arrivare alla replica



In alto a sin.: la nuova newsletter inviata a tutti gli abbonati dell'edizione digitale. Oltre ai link che rimandano agli articoli, c'è spazio per la pubblicità.

Qui sopra: La nuova App iOS e Android che offre ai lettori i contenuti "on-line" in modo "responsive".

A sin.: Nella modalità di lettura "split screen", con il testo estratto dall'articolo e riproposto per una lettura più confortevole, viene mostrata anche la pubblicità. Nuove opportunità si delineano per il futuro.

digitale della copia cartacea.

Naturalmente è possibile abbonarsi anche alla sola edizione di Avvenire digitale. In questo caso le opzioni sono ridotte a cinque: annuale, semestrale, mensile – la più diffusa – settimanale e copia singola, alle quali si aggiunge la possibilità dell'abbonamento dall'estero, a prezzo ridotto perché destinato prevalentemente ai missionari.

Un aggiornamento continuo

Tutto il flusso di lavoro che parte dal Pdf distillato sui server dell'editore ed arriva fino alla consegna della edizione digitale sul dispositivo di lettura è denominato Midnight. Il lettore "vede" il risultato finale attraverso una App che provvede ad avvisarlo, alle 24.00 in punto, con una notifica sullo schermo del device. Con l'edizione definitiva delle ore 5 del mattino, se l'utente lo desidera, viene scaricata in background e in automatico tutta la pubblicazione in alta risoluzione per la lettura in modalità offline.

La App opera volutamente all'esterno dell'Edicola di Apple, offre le stesse funzionalità ma propone una maggiore visibilità al lettore,

perché è disponibile direttamente sul Dock del dispositivo finale.

Alle cinque del mattino tutti gli utenti abbonati ricevono una newsletter che contiene l'anteprima della prima pagina dell'Avvenire con l'estratto di tutti i titoli principali del giornale, con il link al contenuto. La newsletter contiene anche pubblicità.

“La capacità del sistema di scomporre tutti i contenuti in elementi di base, riconoscendo i testi dalle immagini anche nelle pagine di pubblicità, è molto interessante anche per possibili sviluppi futuri”.

Nuova vita per la pubblicità

Se al momento la versione su piattaforma mobile del giornale è una replica digitale dei contenuti cartacei, niente vieta di pensare che, in un prossimo futuro, all'inserzionista possa essere offerta pubblicità dinamica, contestuale, agganciata a contenuti che si trovano su pagine diverse, o collegata a specifici profili di lettori.

La reimpaginazione dei contenuti commerciali è a portata di mano. E' solo una scelta editoriale, perché la tecnologia già c'è e funziona perfettamente, e chissà che in un prossimo futuro dall'edizione di mezzanotte possano arrivare novità molto interessanti sia per i lettori che per coloro i quali utilizzano il brand Avvenire come un efficiente veicolo pubblicitario.