

**Nuovi media.** Italia all'avanguardia nella sperimentazione

# Apple e Google rivali all'edicola digitale

**Luca Dello Iacovo**  
MILANO

L'edicola digitale per quotidiani e riviste è tra le frontiere più competitive nella sfida tra Apple e Google: per gli editori arrivano opportunità di sviluppo dal passaggio alla lettura sui display con tecnologie "touch" che permettono di sfogliare le pagine con il tocco delle dita sullo schermo elettronico. E in Italia la sperimentazione è all'avanguardia. A partire dalla progettazione di magazine costruiti attraverso le applicazioni software per iPad, il tablet di Apple. Appena due mesi fa, per esempio, ha debuttato la prima edizione di Tuttolibri, il settimanale de La Stampa dedicato alla cultura: la prima pagina dell'edizione digitale non è un sommario scritto in parole, ma un mosaico di immagini che aiuta i lettori a esplorare articoli, fotografie e filmati in modo intuitivo. Ha ricevuto 178 commenti su iTunes: gli utenti, in genere, apprezzano i cambiamenti e l'interfaccia grafica. R7, invece, raccoglie inchieste, reportage e opinioni a cura

del quotidiano La Repubblica. Gli utenti possono sfogliare le pagine in orizzontale per attraversare le sezioni tematiche, e in verticale per leggere i singoli testi, guardare gallerie fotografiche, seguire gli approfondimenti visuali adattati all'ampiezza del display di iPad. Integra anche racconti audio ascoltabili con un clic. Ha raggiunto finora circa 25 mila download. L'applicazione pesa 0,6 Megabyte. Tuttolibri ed R7 sono entrambe gratuite: puntano sulle inserzioni pubblicitarie. Entro l'inizio dell'anno, infatti, è atteso il lancio della piattaforma per i messaggi promozionali iAd di Apple, progettata per l'interazione con il pubblico. Di recente, ad esempio, è stata **Disney** a provarne alcu-

## LE POTENZIALITÀ

Per gli editori opportunità di crescita e di sviluppo dal passaggio alla lettura sul display: l'interazione si fa sempre più semplificata

ne funzioni con la campagna pubblicitaria per il film di fantascienza **Iron Legacy** negli Stati Uniti: gli annunci indicano dove sono le sale più vicine. Come è già accaduto con le applicazioni per iPhone e iPad, saranno gli sviluppatori software a immaginare gli usi creativi per le inserzioni, integrate ad esempio con mappe, giochi e filmati.

Capire le abitudini dei lettori è anche il filo conduttore della ricerca di Paperlit, una start-up nata in California e con due sedi in Italia, a Cagliari e Verona. Ha progettato un servizio dedicato agli editori che vogliono sperimentare le "apps": permette di adattare in modo automatico i documenti pdf alla lettura sugli schermi digitali di iPad, iPhone, dispositivi mobili e browser per la navigazione da desktop. Riduce il peso di una copia digitale fino a 20-30 megabyte, circa un decimo rispetto a riviste e quotidiani "arricchiti" nella versione per tablet: in questo modo diminuisce i tempi di download. Sono 200 le edizioni che utilizzano le tecnologie sviluppate dalla start-up. «L'esperienza digitale deve replicare quella analogica: il segreto è semplificare al massimo l'interazione», ricorda Mario Mariani, fondatore di Paperlit insieme con il tecnologo Giannina Mettifogo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

