

## Case Study

# Corsofotodigitale.it: a lezione di fotografia, in formato Web 2.0

*Dalla partnership tra De Agostini e Ariadne nasce il primo fotosocialnetwork italiano: una community per apprendere i segreti della fotografia attraverso il confronto e la condivisione.*

## Il Cliente

L'area del **Collezionevole** di **De Agostini** è preposta, in Italia e all'estero, all'ideazione e alla realizzazione di prodotti editoriali sotto forma di collezioni e fascicoli.

## L'esigenza

De Agostini Editore - Divisione Collezionevoli ha pubblicato l'opera "**Corso di Fotografia Digitale**" in **40 uscite bisettimanali**. Per supportarne il lancio e creare interesse per la pubblicazione De Agostini aveva necessità di diffondere contenuti a tema sempre aggiornati e di stimolare la partecipazione degli utenti.

*"L'idea era quella di dare servizi concreti e contenuti aggiuntivi a livello didattico – spiega Antonio Kropp, responsabile della Divisione Collezionevoli di De Agostini Editore spa – con una formula nuova che approcciasse le tecnologie di web 2.0".*

## Gli strumenti e le fasi del progetto

La sfida di fare interagire e convivere i contenuti didattici proposti dagli esperti con i materiali caricati dalla community degli appassionati è stata affrontata grazie all'integrazione di due strumenti: **ACM (Ariadne Content Manager)** - il Content Management System di Ariadne, e **Ning** - la prima piattaforma di social network al mondo.



Il lavoro di integrazione ha permesso di costruire un portale omogeneo per look&feel, gestito per la struttura di navigazione e la redazione dei contenuti didattici attraverso il Content Management System ACM, e corredato dalle applicazioni e dai servizi di community di Ning, come i blog

personali, i forum tematici, la chat, e la possibilità di creare gruppi e connessioni tra i propri amici.

Le personalizzazioni della piattaforma di community sono state realizzate da Ariadne in collaborazione con l'azienda americana proprietaria del marchio Ning.



L'area del Collezionevole di De Agostini è preposta, in Italia e all'estero, all'ideazione e alla realizzazione di prodotti editoriali sotto forma di collezioni e fascicoli.

Molteplici sono le tematiche e i campi del sapere e delle passioni coperti da questo Mestiere, come i corsi di lingue, di informatica e robotica, le collezioni di musica e cinema, le serie per bambini e ragazzi, le guide pratiche per la cucina, l'hobbistica e il modellismo.

Al supporto editoriale si accompagnano: dvd video, compact disc, CdRom, oggetti da collezione e modellini da assemblare. Il punto di vendita principale è l'edicola, ma l'acquisto si può effettuare anche tramite l'abbonamento on-line collegandosi al sito [www.deagostiniedicola.it](http://www.deagostiniedicola.it).

Saper rinnovare costantemente la propria offerta e attuare specifiche politiche di distribuzione, sono le due leve fondamentali sulle quali punta quest'area. Il Collezionevole, infatti, ha oggi un patrimonio immenso di contenuti e di clienti, le basi ideali per sviluppare e trasformare i desideri di milioni di persone in opere da collezionare: la mission, è un appassionante viaggio nei sogni e nelle passioni della gente.

Il progetto è stato realizzato in circa **40 giorni** di sviluppo e con un budget inferiore ai **20.000 euro**, comprendendo sia i costi di set-up che la conduzione in outsourcing per il primo anno di esercizio.

## La soluzione



Ogni utente, registrandosi alla community, può personalizzare la propria pagina o aprire un **blog**; pubblicare le proprie **foto** (caricandole dal proprio PC o da un account su **flickr**) e organizzarle in album; **commentare** le foto caricate dalla community o **ricevere commenti** sulle proprie; partecipare ai **forum** di discussione o ai **concorsi tematici** banditi periodicamente per premiare le foto migliori. A corredo della community è disponibile un widget per Facebook: una piccola applicazione che può essere aggiunta al proprio profilo e permette di visualizzare le ultime foto caricate.

E' inoltre possibile leggere gli **approfondimenti** e i **consigli** proposti dalla Redazione, come la rubrica di **Roberto Mutti**, critico fotografico del quotidiano *Repubblica*, o i contributi di **Sara Lando**, esperta in tecnica fotografica di Canon.

*"Corsofotodigitale.it è un cocktail informativo ricco – afferma Pierluigi Coscarella, Project Manager di Ariadne e coordinatore del progetto – composto da ingredienti dinamici ed interattivi, miscelati appositamente per informare, divertire e coinvolgere gli*

*appassionati di fotografia digitale".*

L'iniziativa, on-line dall'autunno del 2008 ha riscosso un successo sorprendente: a poche settimane dal rilascio la community era composta da circa **8.000 utenti registrati**, e le fotografie caricate erano circa **150.000**: dati che proiettavano Corsofotodigitale tra i social network tematici più frequentati su scala globale.

Ad oggi il portale registra una media di 2,5 milioni di pagine viste al mese, e una partecipazione che non accenna a diminuire.



## I prossimi passi

Il successo del progetto ha suggerito di valutare una sua internazionalizzazione in paesi come la Francia e la Spagna; allo stesso tempo De Agostini ha avviato, sempre con la collaborazione di Ariadne, il progetto Disegnomanga.it, una community dedicata agli appassionati del fumetto giapponese.