

**ADOBE SYSTEMS ITALIA** Obiettivo: dare spazio alle nuove frontiere della comunicazione

# Technologie e creatività per la convergenza

Nasce una nuova rete di partner Adobe specializzati nel fornire streaming video, produzione video e content management. Il produttore di software sigla anche un importante accordo con il gruppo Leo Burnett di Giorgio Brenna

**È** sulla convergenza che la comunicazione gioca le sue carte. Internet, infatti, è una piattaforma ideale per diffondere video, messaggi pubblicitari, spot e tutto quanto sia marketing. «Nel 2007 oltre 9 miliardi di clip sono girate in rete - dice **Paolo Motta**, sales manager media & publishing solutions di **Adobe Systems Italia** -. Il concetto di video nei prossimi anni sarà sottoposto a una rivoluzione. Infatti, la crescita dello streaming in Flash viaggia a un ritmo di +250% anno su anno. Le grandi sfide, o meglio le opportunità, che ci troviamo di fronte riguardano proprio l'integrazione. Per esempio, i publisher devono pubblicare su qualsiasi device, tenendo conto dei problemi connessi con la distribuzione e con i nuovi modelli di business, mantenendo una relazione interessante con i consumatori. Sul fronte agenzie e investitori in pubblicità, invece, si deve affrontare il declino dei modelli tradizionali, l'investimento su una molteplicità di canali, oltre a messaggi Rich Media, ovvero advertising contestualizzata e profilata».

## Il Network degli specialisti

Adobe Systems Italia ha quindi siglato accordi con un gruppo di aziende italiane in qualità di **Flash Media Server Solutions Provider**. Queste aziende, ciascuna con la propria competenza specifica, posseggono l'esperienza e i requisiti per fornire alle aziende servizi, consulenza e applicazioni in ambiti streaming video, produzione video e content management basati su tecnologia Adobe. Il network è composto da società

diverse, ognuna con una propria competenza consolidata e riconosciuta dal mercato: **Bright.ly** è una struttura specializzata in progetti di comunicazione avanzata e digital advertising basati sulla creazione di contenuti video interattivi e sull'attività di social media ed engagement (seeding e viral); **New Vision** esprime le potenzialità della tecnologia Adobe nello sviluppo di Rich Internet Application per la comunicazione e la collaborazione, piattaforme per l'implementazione web tv corporate e user-generated, applicativi web ad alto contenuto tecnologico, gestione delle complesse dinamiche server-side; **Interact** crea contenuti, sviluppa applicazioni multimediali e realizza eventi in diretta per Iptv, Net tv e Mobile tv. **Stimulus Consulting**, Business unit di Simulware, fornisce consulenze di alto livello sia applicative sia architetturali nella progettazione e implementazione di Rich Internet Application e di ambienti basati sulla tecnologia Adobe.

## Soluzioni e servizi basati su tecnologia Adobe

«Abbiamo dato vita a un flusso di lavoro integrato ed end-to-end con la **Creative Suite 3 Production Premium** - entra nello specifico **Andrea Amadeo**, business development manager digital video & web solutions di Adobe Systems Italia -, creando parallelamente un network di partner che possa fornire alle aziende servizi e soluzioni su misura basate su tecnologia Adobe e che coprano l'intero processo: dalla progettazione fino alla diffusione di

contenuti. L'obiettivo principale è coinvolgere le agenzie creative con una proposta applicativa». Di conseguenza, Adobe ha avviato anche un progetto di collaborazione italiana con il **Gruppo Leo Burnett** Partnership strategica che pone Leo Burnett in prima linea sulle nuove opportunità legate alla convergenza dei media (tv - web - mobile) e che permette all'agenzia di offrire ai propri clienti progetti innovativi e interattivi, che coinvolgano i consumatori utilizzando i nuovi canali di comunicazione e che sfruttino le potenzialità delle tecnologie più avanzate. Grazie alle tecnologie Adobe e ai servizi offerti dal network di Partner Adobe Flash Media Server Solutions Provider, Leo Burnett potrà realizzare campagne di digital advertising e Rich Internet Application innovative, sfruttare tutte le opportunità legate alla distribuzione di contenuti video in streaming live e on demand e potrà sviluppare progetti avanzati di web tv, web radio e mobile tv. «La diffusione di internet, dei dispositivi mobili e l'utilizzo sempre più importante dei siti di social networking ha portato a un cambiamento nel modo in cui i consumatori comunicano - commenta **Giuseppe Verrini**, managing director Southern Europe, Middle East & Africa di Adobe -, ed è importante che le aziende di ogni settore riescano a seguire questa evoluzione e a offrire esperienze emozionanti fruibili attraverso molteplici canali». A Verrini fa eco **Giorgio Brenna**, chairman e Ceo Western Europe di **Leo Burnett**: «Leo Burnett è sempre stata un'antesigna-

na nel proporre campagne di comunicazione innovative e in linea con i desideri e le esigenze dei consumatori. Nell'epoca del Web 2.0 è fondamentale ragionare e comunicare su piattaforme digitali integrate e non per singoli media channel. Il nostro ruolo è aiutare le aziende a cogliere le nuove opportunità legate alla convergenza in modo semplice ed efficiente, senza inutili dispersioni tecnologiche: l'accordo ci permetterà di sviluppare idee e progetti creativi in modo più efficace e coinvolgente».

## Coinvolgere il consumatore

Le strategie di Adobe Systems Italia sono volte a facilitare l'obiettivo di coinvolgere e interagire con i clienti, considerati una priorità per il business aziendale. A confermarlo è la ricerca "Beyond loyalty meeting the challenge of customer engagement" commissionata da Adobe Systems Incorporated e condotta da **Economist Intelligence Unit (Eiu)**. Nell'indagine più dell'80% dei manager intervistati afferma che i mancati guadagni annuali delle proprie aziende derivano da errori d'interazione con i consumatori. Il cosiddetto customer engagement diventa estremamente importante per il successo di un'impresa. Ovviamente, la tecnologia è essenziale nel coinvolgimento dei clienti. Infatti, secondo il campione gli strumenti utilizzati per creare engagement sono destinati a uno sviluppo esponenziale e, in particolare, le Rich Internet Application sono destinate a passare dal 35% al 65% nel prossimo quinquennio. E sul coinvolgi-

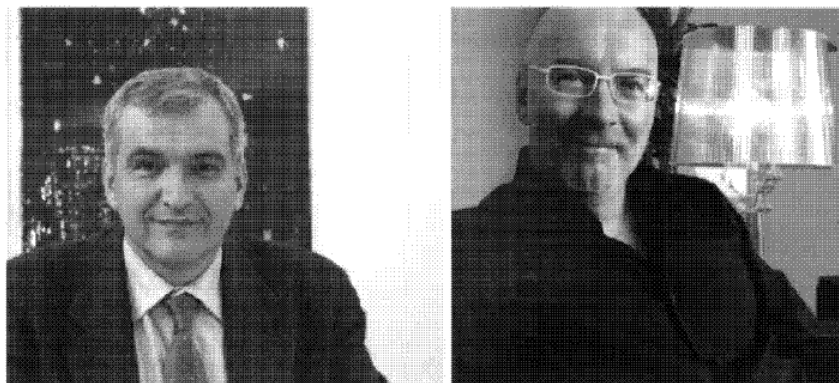


mento, Adobe ha costruito la sua strategia con soluzioni che possano facilitare i processi nelle aziende e aumentare il loro potenziale, nonché ha siglato accordi con società specializzate in comunicazione e tecnologie.

«L'interactive engagement è il comune denominatore della strategia e della filosofia legata ai nostri prodotti software - introduce **Paolo Motta** -. Un *fil rouge* che accomuna 25 anni di storia della nostra azienda e dei nostri prodotti: dal primo PostScript all'inizio degli anni Ottanta, al Pdf, costruendo una maggiore interazione tra creativi e sviluppatori di software, come dimostrano strumenti e tecnologie come Creative Suite e Flex Builder. Oggi, alcune aree su cui stiamo investendo pesantemente sono le Rich Internet Application, le soluzioni enterprise, Acrobat e Adobe Media Player, mettendo a disposizione gratuitamente dei consumatori finali strumenti del calibro di Flash, Reader e Adobe AIR». Un modello di business molto interessante, basti pensare che le tecnologie Adobe girano su oltre 700 milioni di computer e oltre 500 milioni di altri device. Un altro numero indicativo è la penetrazione di Flash, che è installato sul 98% dei computer connessi alla rete e che viaggia a un ritmo di 8 milioni di installazioni al giorno in tutto il mondo.

«La competizione sempre più agguerrita accompagnata all'evoluzione dei media sempre più cross, unite alla multicanalità complica la situazione - continua Motta -. Di conseguenza, occorre coinvolgere gli utenti in maniera non banale, mettere a loro disposizione esperienze che possano essere emotivamente coinvolgenti». Le tecnologie facilitano il processo di interazione: «Le tecnologie - conclude Amadeo -. consentono l'interconnessione dei linguaggi propri dei singoli mezzi di comunicazione per renderli disponibili su tutti i canali di contatto con i propri clienti/utenti. La tecnologia deve fornir

re strumenti facili da utilizzare su tutti i device e tutte le piattaforme, rendendo possibili esperienze di collaborazione, personalizzazione e interazione».



Partnership in nome della creatività: Giuseppe Verrini, managing director Southern Europe, Mediterranean, Middle East e Africa di Adobe e (nella fotografia a destra) Giorgio Brenna, chairman e ceo Western Europe di Leo Burnett