

ABSTRACT DELLA TESI DI MASTER

Titolo della Tesi:

Editoria 2.0: il cambiamento di paradigma da stampato al digitale in un ambiente creativo editoriale

Autore: Alessandro ZANETTI

Negli ultimi decenni è sempre più imponente e palpabile il mutamento del paradigma che ha portato l'editoria classica, strettamente legata alla componente cartacea e priva delle regole tipiche dell'ambiente digitale, a un forte cambiamento e adattamento che ha come fine l'ottimizzazione per i motori di ricerca in rete, nonché la creazione di contenuti dedicati esclusivamente all'ambiente digitale. Tale cambiamento non è stato definito in un breve periodo ma è divenuto sempre più forte e costante nel tempo, portando le case editrici a relazionarsi con un ambiente nuovo e mutevole: la comunicazione attuata dalle case editrici ha quindi accostato alla *corporate identity* già in atto, legata più alla conoscenza della realtà commerciale dell'impresa, ad azioni che garantivano un buon posizionamento online e una presenza consistente nell'ambiente digitale.

Nel periodo di tirocinio presso Edizioni Esav s.r.l. ho avuto modo di poter comprendere in prima persona quanto il mercato digitale sia diventato importante anche all'interno di ambiente dove, per natura, la componente cartacea ha sempre avuto importanza maggiore. Al fine di rimanere aggiornata rispetto ai cambiamenti, anche Estetica Magazine, rivista con 75 anni di storia e leader mondiale nella comunicazione B2B per i professionisti del settore coiffeur, ha dovuto cambiare connotati affiancando alla realtà editoriale consolidata un team dedicato unicamente all'ambiente digitale. Allo stesso modo, il desiderio delle aziende presenti sul mercato è modificato: se prima la volontà era intercettare il target di riferimento aggiudicandosi gli spazi di advertising sulla rivista cartacea, ora l'obiettivo è raggiungere i professionisti del settore tramite azioni digitali strutturate in rete, quindi attraverso e-mail marketing, articoli redatti in ottica SEO e web-banner sui siti internazionali, oltre che azioni digitali sui maggiori social network conosciuti.

In un ambiente digitale creativo dove inevitabilmente continua a permanere una forte componente editoriale, come progetto finale del percorso accademico, in accordo con Estetica Magazine e HC Salon, official partner di Wella Professionals, ho avuto la possibilità di simulare un contratto commerciale sugli assets dell'azienda e sviluppare un progetto di digital content marketing supportato dalle figure professionali interne all'ambiente lavorativo, completo di azioni digitali sui social network, la redazione di articoli SEO-oriented per il web e la realizzazione di contenuti originali digitali.