

Nuove tecnologie per gli editori del futuro

Paolo Motta

Sales Manager Media & Publishing
Adobe Systems, Inc.

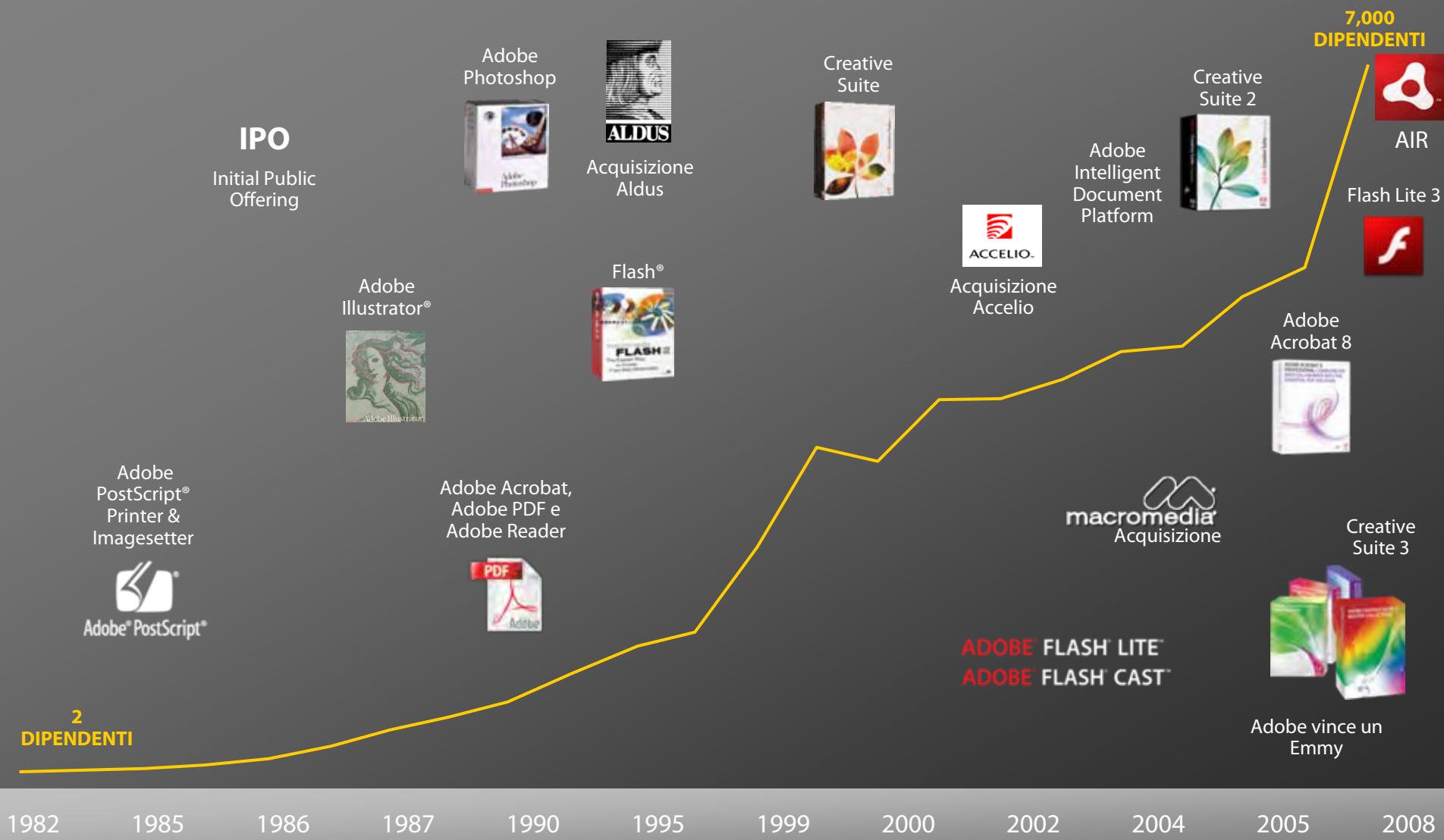
Bologna 7 Maggio 2008



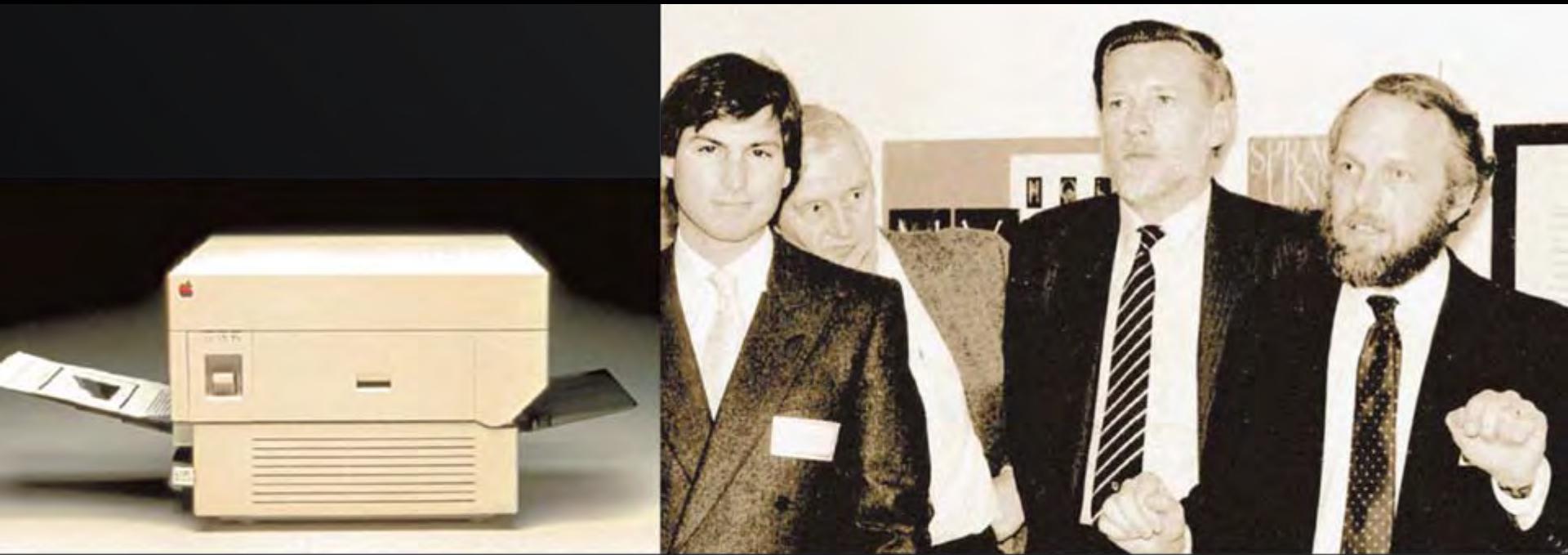


Adobe rivoluziona il modo in cui il mondo utilizza le idee e le informazioni.

Adobe: da 25 anni trasforma l'esperienza digitale



Steve Jobs , Charles Geschke , John Wornock



Adobe 1.0 The Postscript Revolution and the Creative Professional

1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996

Oggi 250.000.000 di file PDF sul web
93% dei computer connessi



Adobe 2.0

Intelligent Documents

1988 1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002



**Flash è installato sul 98% dei computer connessi al web ,
8 milioni di download al giorno**



Adobe 3.0

Richness With Reach

1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008



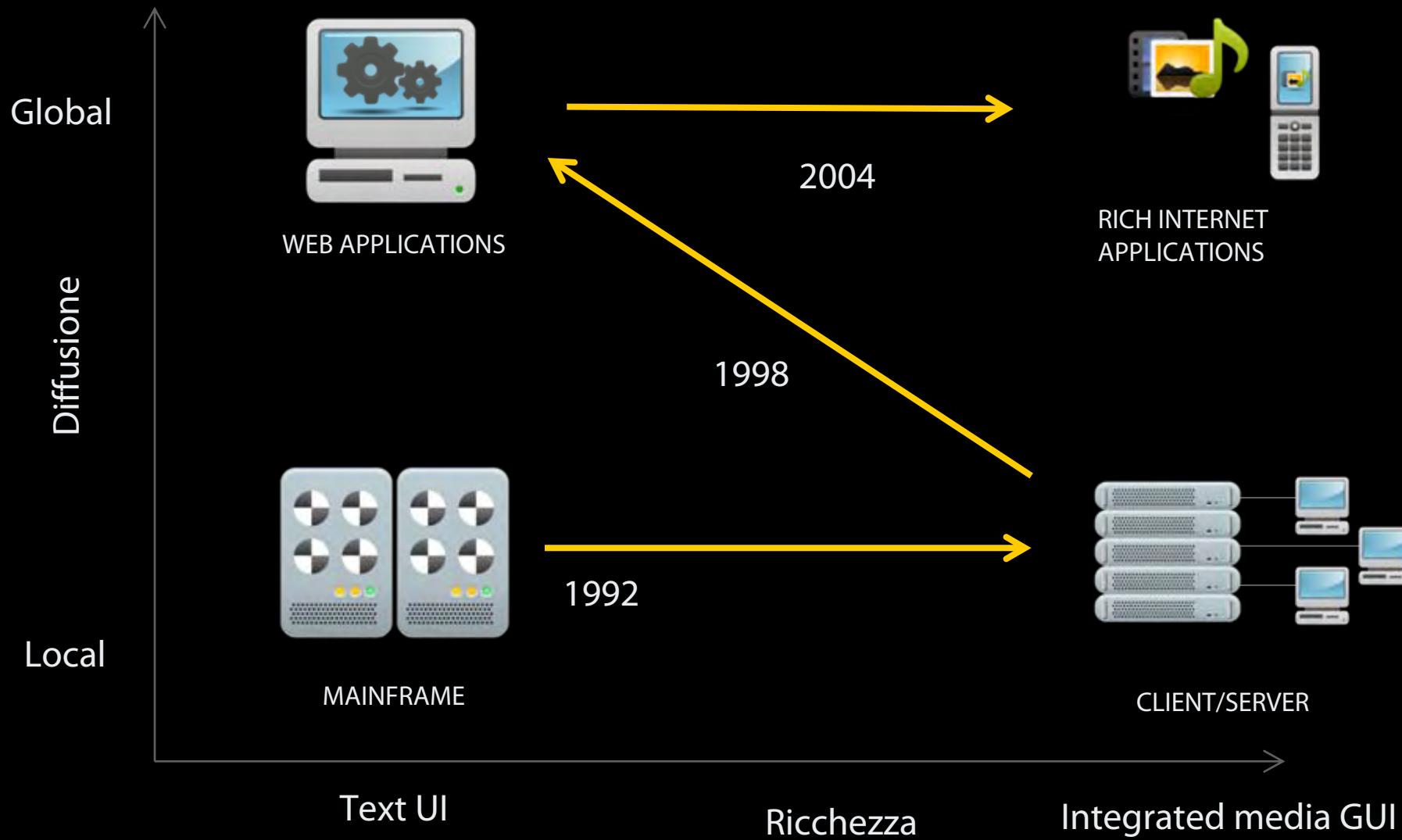
Il futuro :



Adobe AIR consente agli sviluppatori web di utilizzare le tecnologie esistenti per costruire e sviluppare rich Internet applications per il desktop e per i device .

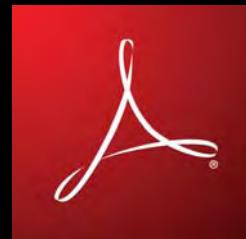
Adobe 4.0

Evoluzione delle applicazioni



La tecnologia più diffusa al mondo

La tecnologia Adobe
raggiunge 700+ milioni di
PC e 300+ milioni di devices.



Le sfide della comunicazione

- 
- Proliferazione di nuovi devices
 - Esplosione delle informazioni
 - Competizione aumentata

Pubblicazione multicanale semplice e coinvolgente



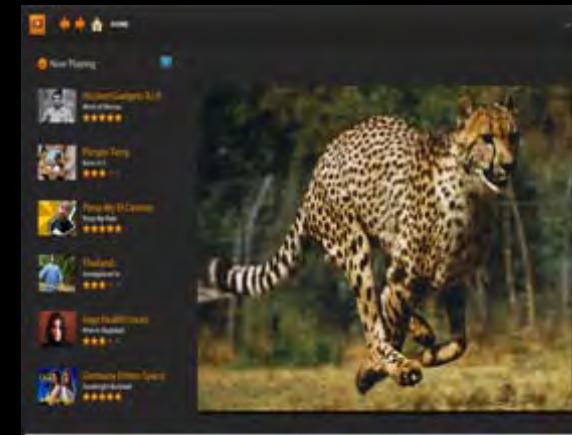
MOBILE



PRINT



WEB



IPTV

Pubblicazione multicanale semplice e coinvolgente



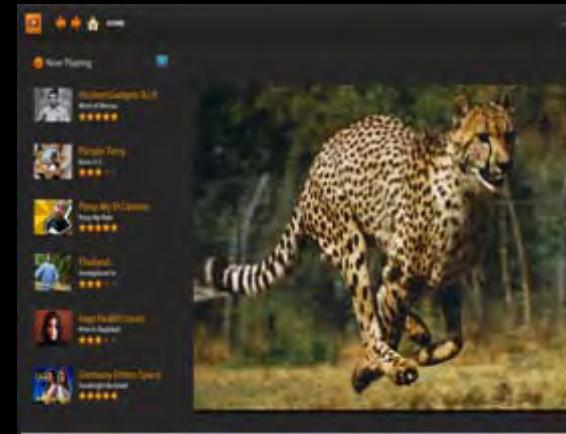
MOBILE



PRINT



WEB



IPTV



Creative Suite 3 Acrobat
Master Collection

Flex
Builder

LiveCycle Scene7 ColdFusion

Flash Player AIR

Reader

Il coinvolgimento è importante

"I clienti che sono legati a livello emotivo-completamente coinvolti-ricambiano le aziende in modi importanti."



"Con un sempre maggiore accesso alle informazioni, sensibilità al prezzo e meno alla pubblicità, è più difficile conquistare e mantenere i clienti..Le aziende devono migliorare il livello di customer experience che offrono al cliente."



"Il coinvolgimento è importante per Salesforce.com— vogliamo che i nostri clienti abbiano successo ..."



"La Tecnologia è considerata uno strumento importante per creare il coinvolgimento dei clienti."



"Devi creare il coinvolgimento. Devi dare una ragione alla gente per il favore che ti accordano, adesso hanno loro il controllo. Così credo che la user experience possa cambiare."



"La maggior parte dei top manager considera la tecnologia come i moduli elettronici, i siti web e le tecnologie multimediali, un importante fattore per creare il coinvolgimento. Credo che questi diventeranno sempre più importanti nei prossimi cinque anni."



Che cosa rende l'esperienza coinvolgente ?

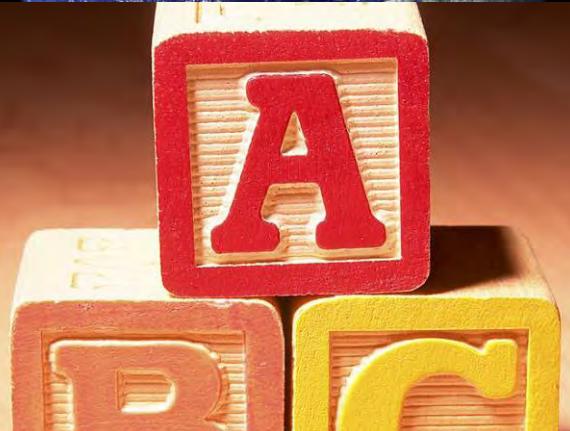
Accessibilità



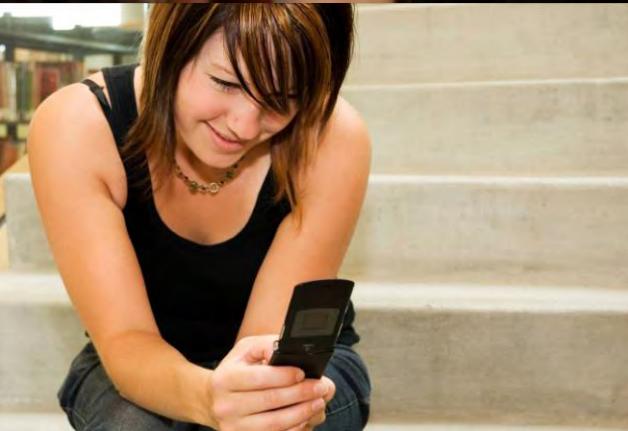
Collaboratività



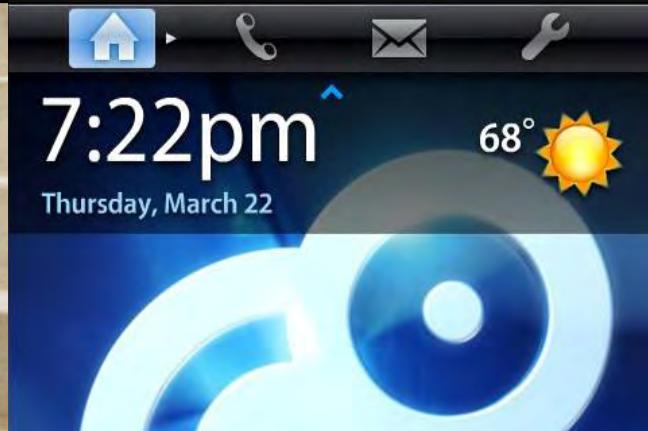
Unicità



Facilità d'uso



Personalizzazione



Reattività

Accessibilità : Open Screen Project

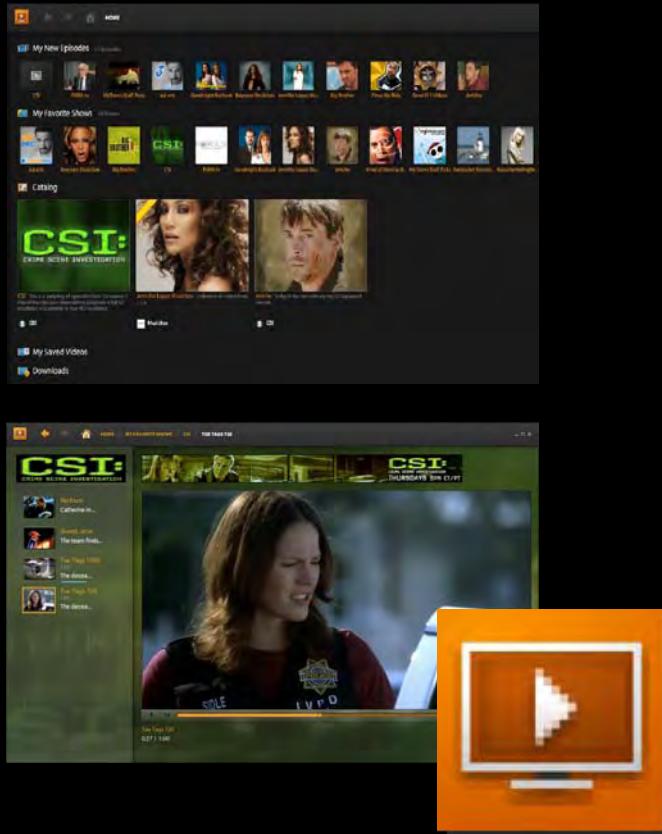
l'Open Screen Project, un progetto promosso da numerosi leader del settore, tra cui ARM, Cisco, Intel, LG Electronics Inc., Marvell, Motorola, Nokia, NTT DoCoMo, Qualcomm, Samsung Electronics Co., Sony Ericsson, Toshiba e Verizon Wireless.

L'obiettivo del progetto è favorire la diffusione di esperienze Internet di ultima generazione basate su FLASH e in futuro su AIR per televisioni, personal computer, dispositivi mobili e apparecchiature elettroniche di consumo.

Tra i sostenitori dell'Open Screen Project vi sono inoltre importanti provider di contenuti, tra cui BBC, MTV Networks e NBC Universal, il cui scopo è fornire esperienze video e web avanzate, sia live sia on demand, su un'ampia gamma di dispositivi con risultati affidabili.



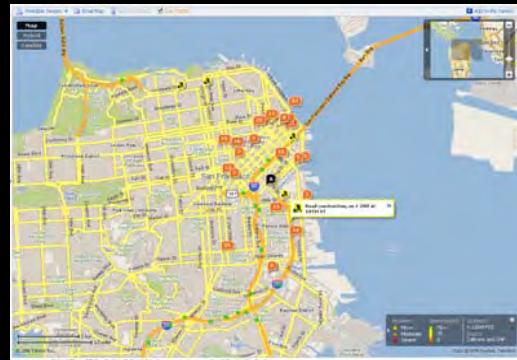
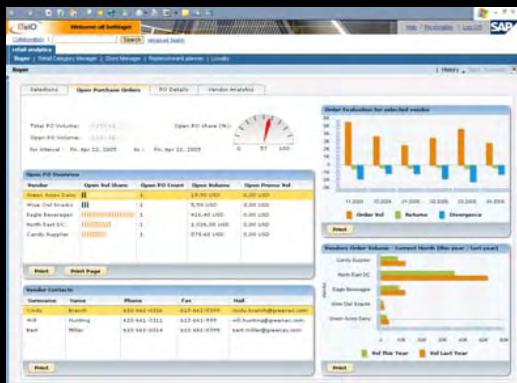
Unicità : Adobe Media Player



Fusione tra TV e Internet

- Flash play su Desktop
- Abbonamento attraverso RSS
- Online/Offline
- Esperienza personalizzabile
- Monetizzabile
- Protezione dei contenuti

Rich Internet Applications (facilità , reattività,collaborazione)



- User experience intuitiva
- Nessuna installazione
- Cross platform
- Integrazione dei media
- Collaborazione in Real-time

eBay

salesforce.com®
Success On Demand.™

NASDAQ®

AOL

SAP

NICK.com

frog design™

PayPal YAHOO!

Adobe

Personalizzazione : Adobe e Yahoo per la pubblicità PDF

Ads for *Adobe* PDF
Powered by YAHOO!

- Un nuovo servizio per gli editori di documenti PDF che vogliono monetizzare i loro contenuti attraverso la pubblicità
- Include facilmente pubblicità dinamica e contestuale nei vostri PDF automaticamente visualizza la pubblicità quando l'utente legge il PDF dal reader o da Acrobat
- Ricevete i pagamenti per ogni click-through sulla pubblicità aperta



Digital Cameras

Traditional photography burdened photographers working at remote locations without easy access to processing facilities, and competition from television pressured photographers to deliver images to newspapers with greater speed. Photo journalists at remote locations often carried miniature photo labs and a means of transmitting images through telephone lines. In 1981, Sony unveiled the first consumer camera to use a charge-coupled device for imaging, eliminating the need for film: the Sony Mavica. While the Mavica saved images to disk, the images were displayed on television, and the camera was not fully digital. In 1990, the DCS 100 was unveiled, the first commercially available digital camera. Although its high cost precluded uses other than photojournalism and professional photography, commercial digital photography was born.

Digital cameras uses an electronic image sensor to record the image as a set of electronic data rather than as chemical changes on film. The primary difference between digital and chemical photography is that analog photography resists manipulation because it involves film, optics and photographic paper, while digital imaging is a highly manipulative medium. This difference allows for a degree of image post-processing that is comparatively difficult in film-based photography, permitting different types of editing and artistic rendering.

Sponsor Content

Ads by YAHOO!

Digital Camera

Cool, Compact & Loaded w/Features. Just the right price. Learn more. exillm.casio.com

Digital Camera Batteries

Hi-Cap Save 30% 2nd Free Shipping 1 Year Warranty 30-Day Money Back. www.ebuybatteries.com

X10 Home Automation Sale

Over 5,000 Automation Products Lighting, Security & Home Theater. www.X10.com

digital camera

digital camera & More, 100,000 Stores. Deals. Reviews. shopping.yahoo.com

digital camera memory

digital camera memory Deals On Memory4less.com. www.memory4less.com

Conclusioni

Editori :

- Devono pubblicare ovunque
- Distribuzione dei contenuti flessibile
- Nuovi modelli di business che fanno leva su diverse tipologie di contenuti
- Mantenere una relazione coinvolgente con il cliente

Agenzie :

- Modelli tradizionali stanno cambiando
- Nuove opportunità su media diversi
- Rich media advertising
(personalizzato, contestuale)

Accordi Strategici

Leo Burnett



Adobe prodotti e tecnologie per gli editori di oggi e di domani

Designer/Developer Tools



Creative Suite®



Flex® Builder™

Applications



Acrobat®



Adobe Media Player



Rich Internet Applications



Business Applications

Clients



Flash®



Reader®



HTML



Adobe AIR™

Servers/Services



LiveCycle®



ColdFusion®



Flash Media
Server



Acrobat
Connect™



Flash
Cast™



Scene7

Grazie
pmotta@adobe.com

