



# LA CITTA' NASCOSTA

## Sintesi di progetto

Con l'apporto finanziario dell'Assessorato alla Cultura della Regione Piemonte e a seguito della collaborazione dell'Anonima Fumetti con la Scuola Cottolengo di Torino e con l'Accademia Albertina di Belle Arti di Torino, si è deciso di realizzare un giornale a fumetti in versione on line, da inserirsi sui market virtual delle piattaforme internet. Il giornale è previsto per 10 uscite/anno ed è completamente gratuito per l'utente.

Dedicato ai giovani attraverso il linguaggio del fumetto, il giornalino affronta tematiche sociali importanti in sintonia con l'autentico modo di sentire legato al mondo del Cottolengo internazionale. L'esempio storico di riferimento sono i fumetti evocativi (non quelli esclusivamente storici) creati da Battaglia, Toppi, Uggeri nella fortunata stagione anni '70 del Corriere e del Corrierino dei Piccoli, corretti tuttavia da una moderna concezione di storia che parte da una grafica chiara, realistica per arrivare a soluzioni narrative di grande effetto. Dal punto di vista dei contenuti si privilegia un modo di affrontare importanti questioni sociali in chiave problematica ma aperta a soluzioni di tipo pragmatico e sostenute da valori importanti ampiamente condivisi. L'obiettivo prioritario è quello di ricostruire una sensibilità nelle giovani generazioni partendo da prospettive realistiche e coinvolgenti così come sono vissute nella realtà della galassia cottolenghina.

Volendo raggiungere un target di pubblico molto vasto (anche di carattere internazionale) si è deciso di privilegiare l'importanza della modalità on line che utilizza i moderni vantaggi della Rete, oltre che a rappresentare un significativo risparmio economico rispetto a qualsivoglia versione cartacea. Tale strada sperimentale, infatti, avvicina direttamente il pubblico dei giovani internauti (quindi praticamente tutti i ragazzi). Pur spostando il focus dal tradizionale cartaceo al digitale, i valori tradizionali dell'arte del fumetto vengono preservati (oggi i fumetti vengono disegnati e colorati al computer) ed esaltati.

La pubblicazione sarà "sorretta", realizzando diversi "siti "attivi" su internet, con collegamenti costanti con Facebook e Youtube. La testata giornalistica quotidiana Afnews, infine, darà comunicazione costante degli approfondimenti sul giornale on line, raggiungendo, con tale informazione, oltre 4 milioni di contatti/anno.

I fumetti del giornale sono realizzati sia da giovani professionisti che dai migliori talenti dell'Accademia Albertina di Belle Arti di Torino, con la quale l'Anonima Fumetti ha rinnovato un Protocollo d'intesa anche per questa iniziativa.



## Obiettivi di progetto

1. Creare nuove possibilità occupazionali per i giovani di talento delle Accademie e degli Istituti artistici che oggi non hanno sbocchi a fronte di un mercato editoriale del fumetto vecchio ed asfittico
2. Realizzare un'operazione di invito alla lettura in relazione alle giovani generazioni in Italia, statisticamente agli ultimi posti in Europa per letture annue.
3. Rilanciare una sensibilità valoriale condivisa che porti i giovani a riflettere sul senso dell'impegno e dell'adesione a un ideale umanitario importante.
4. Rilanciare il ruolo della Piccola Casa, quale "motore" di proposte giovanili di impegno concreto.
5. Rilanciare il senso della gioia di vivere e di impegnarsi, quale moderna risposta a emergenti esigenze manifestate dal mondo giovanile, ancora disorientato ma sempre più propenso a una presa attiva di posizione nel confronto del mondo adulto.

## Metodologia organizzativa

La Piccola Casa in partenariato con l'Anonima Fumetti (Associazione dei professionisti del fumetto) si è impegnata ad attivare la realizzazione del progetto.

In particolare, con questo progetto, si intende anche rilanciare un settore dove i giovani che frequentano le Accademie d'arte, gli Istituti artistici e grafici, etc..) hanno in Italia pochissime chance di lavoro.

L'Anonima Fumetti può mettere a disposizione una redazione di base, appellandosi anche all'accordo e alle attività già realizzate con l'Accademia Albertina delle Belle Arti di Torino, con la quale sta studiando lo sviluppo e la sperimentazione di nuovi linguaggi fumettistici. Nel caso specifico, i compiti suddivisi sarebbero i seguenti: la Piccola Casa gestisce i "contenuti" dell'iniziativa, approva le sceneggiature e pianifica di concerto con la redazione la linea di sviluppo dell'allegato. L'Anonima Fumetti seleziona gli sceneggiatori e disegnatori professionisti ed i giovani a cui affidare la realizzazione dei fumetti in oggetto e supervisiona la linea artistica del prodotto.

## Il giornalino on line

### Tipologia –Web

**Foliazione e Formato** – Circa 20/22 pagine ( corrispondenti a tavole di formato francofono) con forte componente illustrativa.

**Target** – Ragazzi a partire dall'età di 14 anni, la fascia dei primi teen.

**Caratteristiche grafiche** –E' fondamentale, per la leggibilità on line , un tratto molto pulito del disegno con una buona campitura del colore. Bravi disegnatori che utilizzano i canoni classici francofoni.

Graficamente il giornalino conterrà “storie lunghe” (sia realistiche che avventurose-umanistiche) intervallate da brevi tavole umoristiche autoconclusive tali da spezzare i ritmi di lettura ed alleggerire la stessa.

**Descrizione** - Attraverso le storie a fumetti di qualità, la rivista propone ai ragazzi spunti di riflessione e di sensibilizzazione sociale. E' uno strumento aggiornato, simpatico, molto realistico e poetico a tempo stesso, di grande qualità grafica. Trasmette un'idea di impegno e attenzione ai deboli, ai sopraffatti, non “barbosa” e scolastica, ma in sintonia con quella percepita dai ragazzi, con importanti componenti di avventura, mistero e divertimento.

I fumetti saranno caratterizzati da situazioni e personaggi costruiti da team di giovani sceneggiatori e disegnatori professionisti. Al mondo adulto questo allegato guarda in modo indiretto: si tende a dare l'impressione che lo spazio sia di proprietà dei ragazzi.

Anche per quanto riguarda la sintetica parte redazionale, si rispetteranno tutte le tradizioni e le culture. Nel giornalino, accanto ad una storia seriale classica, saranno affiancate altre storie autoconclusive realizzate in termini più sperimentali su episodi particolarmente esemplificativi della storia della Piccola Casa (ma sempre con sceneggiature realizzate da personale dell'Anonima Fumetti sotto l'alta supervisione del Cottolengo) dai giovani dell'Accademia Albertina delle Belle Arti di Torino per i quali sono stati organizzati numerosi workshops.

La "serie" che accompagna i lettori, ha come protagonisti i giovani giocatori di una squadra di rugby che hanno delle avventure dove scoprono, ogni volta, i valori della solidarietà. Il rugby (il fumetto "ambienterà" anche alcune regole di questo sport) ci è parso lo sfondo del format più adatto per la lealtà che contraddistingue questa splendida disciplina.

## Piano editoriale

E' stata realizzata una ricerca volta ad individuare le migliori modalità di realizzazione dell'iniziativa sia per ciò che riguarda i costi che per ciò che inerisce l'efficacia comunicativa.

La modalità operativa prescelta, è stata sottoposta rigorosamente ad un'analisi SWOT dei punti di forza e di debolezza:

Un giornale on line di 20/24 tavole (totale: 10 numeri/anno) "lanciato" da un'intensa comunicazione sia sui social forum più "navigati" per favorirne il posizionamento sul market virtuale. Il punto di forza di questa ipotesi consiste nella maggiore diffusione delle tavole. L'applicazione conterrà anche la versione in lingua inglese delle storie, in maniera da poter essere "scaricata" anche da Paesi esteri.

## Il percorso realizzativo

L'Anonima Fumetti ha studiato un "percorso professionale" di realizzazione dell'iniziativa che parte dalla raccolta di un'ampia documentazione di storie della Piccola Casa (attraverso numerosissime interviste), alla base dei soggetti delle tavole a fumetti. Non tutte le storie saranno necessariamente sceneggiate ma senza un'ampia "base dati" non è possibile enucleare i migliori contenuti e gli obiettivi etici dell'intero progetto. Inoltre, la scansione temporale di 10 numeri/anno presuppone un grande lavoro di ricerca ed archiviazione.

Dai dati alle sceneggiature: saranno create almeno una ventina di sceneggiature da serie ( ad esempio: la squadra di rugby) oltre che numerose sceneggiature "brevi" (alcune anche a carattere sperimentale) autoconclusive. Tale lavoro sarà realizzato da professionisti .

Sarà realizzato anche un "centalogo" sulle modalità etiche e creative dell'iniziativa.

Il disegno e i colori: nella tradizione dell' "arte sequenziale" del fumetto, saranno realizzati i disegni, i colori, il lettering.

L'ottimizzazione: tutti i lavori saranno sottoposti prima ad indicazioni puntuali (rispetto del centalogo) e, successivamente, un attento controllo di qualità anche sotto il profilo grafico e dell'impaginazione.

La trasformazione delle tavole: è stata previsto l'impegno annuale di professionisti del web sia per la creazione delle icone per la versione on line che per la trasformazione delle tavole in formato digitale da inserirsi sul market virtuale (anche se le modalità di "scarico" saranno gratuite per l'utente) delle piattaforme informatiche.

## Vantaggi delle pubblicazioni digitale online

- costi contenuti rispetto alla carta stampata;
- maggiore velocità di pubblicazione;
- possibilità di aggiornare i contenuti;
- semplice ed immediata reperibilità dei numeri arretrati;
- diffusione diversificata;
- facile trasporto e consultazione

## **Pubblico potenziale raggiungibile con l'iniziativa integrata**

La diffusione multicanale di una pubblicazione offre la possibilità di raggiungere il target selezionato (7-14 anni) in maniera più rapida, fidelizzare meglio l'utenza creando partecipazione e raggiungere un pubblico più ampio.

Nello specifico i canali di pubblicazione presi in considerazione sono:

- I social network (Facebook, Twitter e Google+)
- Le applicazioni per dispositivi mobili

## **Target**

La fascia di età presa in considerazione sono i bambini ed i ragazzi dai 7 ai 14 anni, mentre la lingua varia in base al canale di pubblicazione: italiano per il quotidiano; italiano e inglese per le pubblicazioni sui social network e le applicazioni mobili.

## **Social Network**

I social network permettono di mettersi in contatto con gli utenti in maniera diretta e non invasiva. Con questa comunicazione si può trarre un feedback rapido e reale; maggiore interazione; aumento del coinvolgimento; ed anche la longevità di un prodotto o marchio ne trae beneficio.

I social network più utilizzati sono Facebook e Twitter. Google ha recentemente lanciato il suo social network Google+ su cui molte aziende stanno investendo.

Facebook conta più di 700 milioni di utenti attivi nel mondo, 22 milioni sono italiani e di questi più di 4 milioni hanno un'età compresa tra i 13 e i 14 anni. Il vantaggio di Facebook è anche quello di poter mettere in piedi una campagna pubblicitaria ottimizzata in quanto gli utenti sono già profilati per nazione, città, età, sesso e attività.

Un altro social network molto popolare è Twitter con 175 milioni di utenti registrati.

Google+, il nuovo nato di casa Google, ha superato i 10 milioni di utenti.



## Dati conclusivi

La generale convergenza dei mezzi di comunicazione verso la multicanalità, osservata negli ultimi 10 anni, riflessa dalle percentuali di crescita degli investimenti nel web advertising (+ 107% negli ultimi 5 anni) rispetto ai media tradizionali (-20% circa), ha suggerito di puntare su questo tipo di canale come strumento di diffusione, al fine di raggiungere un target audience più vasto.

I dati di partenza a supporto di questa soluzione sono i seguenti:

- Social network: 4 milioni di ragazzi italiani tra i 13 e i 14 anni; 25 milioni in Europa e oltre 27 milioni negli USA.

## Pubblico raggiunto con i primi cinque numeri

### *Descrizione fumetti*

**Il primo numero** (anche in versione in inglese), accanto a "storie vere" autoconcluse tratte da interviste realizzate all'interno del Cottolengo ("La Neve" di Elena Bia e "Il Sacchetto di castagne" di Chiara Nicola, entrambe studentesse dell'Accademia), accoglie anche una "serie", realizzata dal giovane professionista Andrea Dotta, che accompagnerà i lettori per tutti i numeri. I protagonisti sono giovani giocatori di una squadra di rugby che vivono avventure dove scoprono, ogni volta, i valori della solidarietà. Il rugby (il fumetto "ambienterà" anche alcune regole di questo sport) ci è parso lo sfondo del format più adatto per la lealtà che contraddistingue questa splendida disciplina.

**Il secondo numero** (anche in versione inglese), accoglie altre due storie disegnate da altre due studentesse dell'Accademia ("In Moto" di Alice Nicoletti e "Magliette" di Cristina Carnino), oltre ad un'altra puntata sulla giovane squadra di rugbysti.

**Nel terzo numero**, continua la serie del rugby (questa volta dedicata alla "invidia"), accanto ad un fumetto sull'Arma dei Carabinieri ("Paletta e fischietto" di Marco Patrucco) un racconto sul valore terapeutico della musica ("Musica" di Fabrizio Muò).

**Il quarto numero**, con una nuova storia dei giovani rugbysti, racconta una sera di tregenda un po' comica ("Il Temporale" di Elena Barberis) ed una sulla "moda" dei viaggi dell'orrore ("Lo Specchio" di Cristina Carnino).

**Il quinto numero** racconta della lotta della giovane squadra di rugby contro la superstizione o la "sfortuna" (che spesso attanaglia gli sportivi). Il giovane disegnatore Alessio Furfaro affronta ne "La paura ha sapore di ferro" la storia di un bambino che supera la paura dei Carabinieri (che spesso hanno arrestato il suo papà). Un altro giovane talento dell'Accademia Albertina, Marcello Restaldi, descrive con comicità e leggerezza, in "La gamba volante", l'ironia e la gioia di vivere di un portatore di handicap.

**Le copertine** sono realizzate da un persiano, Arash Eftekhari, giovane di grande talento dell'Accademia Albertina.

E' un tentativo che vuole riempire un vuoto enorme nel panorama del fumetto italiano quale la mancanza quasi assoluta di pubblicazioni per i più giovani (contrariamente, per esempio ai francesi o ai belgi). Ma quale futuro può mai avere il fumetto in Italia se non si inizia a leggerlo da giovani!

Altro obiettivo del progetto è quello di rilanciare o meglio "reinventare" la scuola piemontese del fumetto che fin dagli anni '40, aveva caratterizzato quest'arte nel panorama editoriale italiano e straniero.



## **Dati visitatori e professionalità**

Va rilevato l'interesse incredibile con il quale il pubblico sta seguendo il nostro giornalino mensile. Il numero complessivo di lettori individuali è pazzesco. Con i primi 5 numeri (compreso il 1° e il 2° numero già tradotti in inglese) sono stati superati i 300.000 "scaricamenti" (da indirizzi unici IP, dunque computer non scaricamenti multipli dallo stesso computer. Il contatore americano, ISSUE, è molto preciso). Questo dato, proiettato su 10 numeri, supera almeno i 500.000 visitatori individuali.

E' doveroso sottolineare che, accanto al lavoro volontario degli uomini dell'Anonima Fumetti, dei docenti dell'Accademia e dei giornalisti di afnews, il giornalino paga lo staff della grafica e dell'ottimizzazione, oltre che i disegnatori professionisti con tariffe sindacali.

Anche i ragazzi dell'Accademia Albertina di Belle Arti di Torino che collaborano ai disegni del giornalino ricevono un compenso, attraverso l'utilizzazione dei Voucher INPS. Sono una sorta di assegni sui quali è prelevata, alla fonte, una percentuale Inps. Questo consente loro di "aprirsi" una posizione pensionistica a 20 anni e non a 30 (se va bene, considerando la disoccupazione giovanile allucinante in questo Paese). Inoltre, per il periodo in cui lavorano sono assicurati. Certo, lo fanno soprattutto per cominciare a farsi conoscere da voi ma, intanto, maturano anni per la pensione.

E' la prima volta che viene utilizzato questo sistema di pagamento per questi giovani "lavoratori" (disegnatori, letteristi, copertinisti, coloristi, etc) tanto che sono stati collocati alla voce "altre attività produttive".

Per questo, vanno ringraziati i nostri sponsor come la Regione Piemonte, il Movimento Cristiano dei Lavoratori, la Scuola Cottolengo di Torino, l'Associazione sportiva GIUCO e tutti quelli che trovate nei credit della rivista.

Recentemente ai finanziatori di cui sopra si è aggiunta La Presidenza del Consiglio dei Ministri.

### ***Distribuzione***

Il giornalino a fumetti gratuito on line, è pubblicato attualmente sui siti:

1. [www.afnews.info](http://www.afnews.info)
2. [www.scuolacottolengo.org](http://www.scuolacottolengo.org)
3. [www.air.it](http://www.air.it)
4. [www.città.torino.it/circ7](http://www.città.torino.it/circ7)
5. [www.cr.piemonterugby.it](http://www.cr.piemonterugby.it)

