



I piani del nuovo editore del Tirreno e delle 3 Gazzette. Tra web, eventi, podcast e audiovisivo

Sae, recuperare identità locale

Il gruppo aprirà più centri di specializzazione sul territorio

DI MARCO A. CAPISANI

Recuperare l'identità locale de *Il Tirreno* di Livorno, *Gazzetta di Modena*, *Gazzetta di Reggio* e *La Nuova Ferrara*, raccontando i singoli territori senza scivolare nei campanilismi ma facendo emergere le loro debolezze strutturali e chi sono oggi le fasce più deboli della popolazione, dai piccoli imprenditori ai rider, dalle partite Iva ai dipendenti che affronteranno il prossimo sblocco dei licenziamenti. Come farà tutto questo Sae (Sapere aude editori)? Puntando sulla carta e sul digitale ma anche e soprattutto diversificando. Non solo dal punto di vista dei contenuti prodotti tra articoli, podcast, notiziari radio, contenuti audiovisivi ed eventi ma anche geograficamente visto che Sae si estende a cavallo dell'Appennino tosco-emiliano.

Se Livorno resta il centro della casa editrice, «Piombino ospiterà il nostro centro di produzione multimediale; in-

vece a Reggio Emilia vogliamo aprire una scuola di formazione giornalistica, incentrata sul digitale, mentre a Modena ci sarà l'acceleratore di start-up e valutiamo se inaugurare a Ferrara un centro di formazione per giornalisti, specializzato in ambito culturale. Su tutte queste direttrici si basa il nostro piano di sviluppo, oltre ai giornali di carta, le loro

edizioni online e a un calendario di eventi sponsorizzati da grandi gruppi», ha annunciato ieri **Alberto Leonardis**, presidente e a.d. di Sae nonché capofila di un gruppo

di soci-imprenditori che dalla metà dello scorso dicembre sono ufficialmente gli editori delle ex testate Gedi (gruppo *Repubblica*). L'occasione si è presentata durante la presentazione online delle strategie editoriali e industriali di Sae.

Tra gli obiettivi di business, c'è un margine ebitda al 15% entro i prossimi due anni, a fronte di ricavi attuali pari a circa 24 milioni di euro (vedere *ItaliaOggi* del 16/12/2020). Al momento, come per gran parte del settore dei media, «il 2020 si è chiuso in negativo sul fronte pubblicitario»,

ha aggiunto **Luca Baldanza**, direttore operativo e commerciale di Sae, «ma le proiezioni sul 2021 sono positive».

In vista c'è anche un piano di efficientamento dei costi che, però, «non prevede tagli occupazionali al momento», sottolinea Leonardis. «Prima si prova ogni via per stimolare la crescita». E così, intanto, si procede per internalizzare la produzione digitale così come la distribuzione. La raccolta pubblicitaria è ancora in mano alla Manzoni, concessionaria interna del gruppo Gedi, mentre per quanto ri-

guarda la fase di stampa





le tre testate emiliane sono passate al gruppo Farina, che si espande in questo modo attraverso il suo centro stampa Litosud di Pesano con Bornago, alle porte di Milano (mentre *Il Tirreno* continua a essere stampato dal gruppo Monrif).

In particolare diversificare significa, nell'ottica di Leonardis, aumentare i punti di contatto col pubblico, attirare la sua attenzione, sia in un rapporto più stretto e capillare con le edicole «sia pensando ai giovani, al mondo delle scuole e a ogni pubblico di lettori oggi distratto dall'informazione», è intervenuto **Alberto Tivoli**, direttore comunicazione e digitale, oltre che socio di Sae.

Secondo le ultime rilevazioni Ads sullo scorso mese di novembre, *Il Tirreno* difonde complessivamente 29,3 mila copie su carta e digitale, *Gazzetta di Reggio* 6,9 mila copie, *Gazzetta di Modena* 6,2 mila e *La Nuova Ferrara* 5,2 mila copie.

© Riproduzione riservata

