



Gruppo Sae, più digitale e rapporto col territorio nelle nuove strategie

• Emilia Romagna

29 Gennaio 2021

Facebook

Twitter

Linkedin



BOLOGNA (ITALPRESS) – Più forza alle notizie locali, più digitale e contenuti multimediali, un rapporto se possibile ancor più stretto con il territorio, ma anche nuovi investimenti per guardare lontano, tra cui un centro di produzione di nuovi format e una scuola di formazione per giornalisti. È il piano editoriale del Gruppo Sae-Sapere Aude Editori per le testate Il Tirreno, Gazzetta di Modena, Gazzetta di Reggio e la Nuova Ferrara, da poco acquisite dal gruppo Gedi. Lo ha presentato il presidente Alberto Leonardis, con i direttori delle testate Tirreno Stefano Tamburini e Giacomo Bedeschi, il direttore operativo Luca Baldanza e l'azionista Alberto Tivoli, e moderati dal direttore relazioni esterne Gianni Giovannetti.

Attualmente la tiratura media delle testate è di circa 65 mila copie giornaliere, numeri a cui si aggiungono gli abbonamenti contenuti digitali. Si parte da qui, con il fermo proposito di “tornare a consumare le soles delle scarpe” e di allargare l’orizzonte. La promessa è anche quella di essere “editori senza altri interessi al di fuori di quelli editoriali”, come ha chiarito subito Leonardis, aggiungendo anche di non avere “mai letto nella mia vita il giornale prima che uscisse”.

“La mia convinzione – ha detto Leonardis nel suo intervento – è che l’editoria del futuro è prevalentemente di racconto del locale. In futuro il racconto di ciò che avviene vicino casa e il fatto di saperlo raccontare avrà un valore aggiunto anche dal punto di vista dei ritorni economici”. Quanto all’organico, Leonardis ha confermato che non sono previsti tagli: “Licenziare non mi appartiene per carattere, gestiremo in modo giusto e in modo che tutti vivano serenamente questa avventura”.

Il piano, presentato da Luca Baldanza, prevede un piano di marketing territoriale che metterà al centro le edicole, una forte attenzione al territorio e una forte spinta verso le nuove tecnologie. “Ci rivolgeremo ai lettori come un social, ma con autorevolezza e i valori delle nostre testate”, ha spiegato Baldanza. E l’intenzione è anche quella di arrivare a produrre sempre più contenuti originali, tanto che il progetto include un centro



multimediale per generare audiovisivi, e di contribuire all'educazione culturale dei giornalisti con la formazione giornalistica digitale. E' prevista infatti la nascita di una scuola a livello universitario a Reggio Emilia, e di un centro per la formazione di giornalisti culturali a Ferrara. A questo si unisce l'idea di aprirsi al mondo delle startup con un acceleratore di imprese nel campo digitale, che sorgerà a Modena.

Al momento le edizioni digitali sono ancora gestite da Gedi digital, ma Sae sta lavorando per portare all'interno dell'aziende le attività. Sempre nell'ottica di accentrare la maggior parte delle attività, la società sta riportando l'organizzazione a Livorno, così come i poligrafici. La raccolta pubblicitaria resta per il momento affidata a Manzoni, ma con l'intenzione è di portare dentro anche quella.

Infine il piano costi: Baldanza ha specificato che la parola d'ordine sarà ottimizzazione e controllo di entrate e uscite, grazie anche all'acquisto di un software gestionale, ma sempre "con la massima attenzione al personale".

(ITALPRESS).

