



Gruppo Sae: al via il piano editoriale e industriale per Il Tirreno, Gazzetta di Modena, Gazzetta di Reggio e la Nuova Ferrara

Il Presidente Leonardis: “Un’avventura culturale e imprenditoriale per nulla facile in un momento di profonda sofferenza del settore editoriale, eppure avvincente e decisiva nel tentativo di ribaltare gli esiti nefasti della crisi e per riportare l’informazione al centro della crescita civile e democratica dei nostri territori e del nostro Paese”. Questa mattina, in diretta streaming da Bologna, il Gruppo SAE (Sapere Aude Editori), da dicembre 2020 editore de Il Tirreno di Livorno, Gazzetta di Modena, Gazzetta di Reggio e la Nuova Ferrara, ha presentato alla stampa e agli stakeholder istituzionali, dell’editoria, dell’impresa e delle grandi organizzazioni sociali, il suo peculiare progetto editoriale e le sue strategie di sviluppo industriale per una nuova, ambiziosa e impegnativa impresa nel mondo dell’informazione italiana.

Sul palco virtuale si sono alternati Gianni Giovannetti, Direttore Relazioni Istituzionali, Relazioni Esterne e Media Relations del Gruppo Sae; Luca Baldanza, Direttore Operativo; Alberto Tivoli, Direttore Comunicazione e Digital e Alberto Leonardis, Presidente del gruppo Sae; insieme a

Stefano Tamburini, Direttore editoriale e Giacomo Bedeschi, Direttore delle Gazzette emiliane.

Con l’intento di diventare uno tra i principali attori del mondo dell’Editoria attraverso la realizzazione di prodotti editoriali unici, volti a diventare punti di riferimento nel settore per autorevolezza, affidabilità e puntualità di informazione, Gruppo SAE punta ad entrare in maniera strutturale nel mondo dell’Editoria Digitale, guadagnando quote di mercato ed aprendo nuovi asset strategici di sviluppo: una Scuola di Alta Formazione in giornalismo digitale, in collaborazione con le Università del territorio e le Istituzioni regionali e locali; un Centro di produzione di contenuti multimediali, che avrà come interlocutori i grandi player, nazionali e internazionali, dell’informazione e dell’entertainment news e un Digital Media Found, che sarà incubatore e acceleratore di start-up innovative nel campo dell’editoria digitale.

“Voglio esprimere un ringraziamento non formale a tutti quelli che hanno partecipato, in presenza e da remoto, all’evento inaugurale di questa nostra nuova avventura nel mondo dell’editoria italiana, manifestando un interesse e un’adesione non scontati e di cui siamo grati e orgogliosi. Un’avventura culturale e imprenditoriale per nulla facile in un momento di profonda sofferenza del settore editoriale, eppure avvincente e decisiva nel tentativo di ribaltare gli esiti nefasti della crisi e per riportare l’informazione al centro della crescita civile e democratica dei nostri territori e del nostro Paese” – ha dichiarato Alberto Leonardis, Presidente Gruppo SAE.

La presentazione è stata anche occasione per ospitare una tavola rotonda dal titolo “Dall’Informazione Locale al Futuro: l’editoria italiana tra crisi e nuove sfide”, che ha visto protagonisti la giornalista e scrittrice Lucia Annunziata, il presidente della Regione Toscana Eugenio Giani, il presidente della Regione Emilia Romagna Stefano Bonaccini e il presidente del Gruppo Sae Alberto Leonardis. Solo all’ultimo momento il Sottosegretario di Stato all’Editoria Andrea Martella ha ritenuto, per opportunità istituzionale, di non poter prender parte all’evento Bolognese, inviando un messaggio augurale alla compagine del Gruppo editoriale Sae e agli ospiti della conferenza di



Bologna.

Hanno poi portato il loro saluto all'evento il Segretario generale della Fnsi, Raffaele Lorusso e il Presidente della Fieg, Andrea Riffeser-Monti.

Per Raffaele Lorusso: "L'informazione di qualità ha bisogno di interventi di qualità. Credo che su questo ci si debba confrontare anche con le istituzioni, locali e nazionali, soprattutto con il Governo che verrà". Secondo il segretario della Fnsi: "L'informazione deve essere accompagnata anche dalle istituzioni pubbliche. Investimenti in questo settore vanno sostenuti come quelli in altri settori. Non esiste un'opinione consapevole, capace di partecipare alla vita pubblica, se non c'è un'informazione di qualità libera".

Anche per Andrea Riffeser-Monti: "l'aiuto delle istituzioni diventa una necessità nella fase che il settore attraversa, ma allo stesso tempo tocca a noi garantire la massima professionalità, la massima responsabilità nel nostro compito di fare informazione". Riffeser ha poi sottolineato che "non si deve dimenticare che noi tutti siamo un brand, un brand a tutto tondo. Su tutte le piattaforme digitali e sul cartaceo".

Il Presidente della regione Emilia Romagna, Stefano Bonaccini, raccoglie il tema del valore dell'informazione locale, quale volano di un cambio di tendenza per risalire la china della crisi: "Riteniamo, infatti, l'informazione locale una ricchezza per il tessuto democratico delle nostre comunità, una risorsa da proteggere e, se possibile, aiutare a crescere. Una regione con più voci è una regione più sana, più autorevole e per questo saluto con piacere questo nuovo investimento, legato a testate storiche nel panorama informativo dell'Emilia-Romagna". Bonaccini ricorda anche che "Come Regione Emilia-Romagna, in questi anni abbiamo sostenuto l'editoria locale, prevedendo anche un contributo straordinario durante la pandemia Covid, e continueremo a farlo anche in futuro".

Nel suo intervento il presidente della regione Toscana Eugenio Giani ha rimarcato "la grande responsabilità nei confronti della comunità da parte di chi scrive sui giornali". Per Giani occorre sin da oggi "progettare il futuro dell'informazione, coinvolgendo i più giovani, i ragazzi che sono "nati" sul web e non hanno consuetudine con la carta stampata. Eppure lì, nei giornali soprattutto quelli di prossimità, c'è la vita che scorre accanto a ciascuno di noi. Mio figlio era uno di quei giovani a cui sembrava di non aver bisogno di comperare il quotidiano al mattino. Poi si è accorto che gli sfuggiva un pezzo di realtà intorno a lui... E proprio qui ritroviamo il valore e la necessità dell'informazione locale, il senso di un'identità e di un'appartenenza".

Per Lucia Annunziata, giornalista e scrittrice: "Non bisogna dimenticare l'importanza e il ruolo di servizio pubblico dei giornali locali. Negli Stati Uniti tre quarti del giornalismo americano è fondato infatti sui giornali locali". In Italia assistiamo invece a una tendenza a ridurre gli investimenti, a fare economie: "Dispiace infatti vedere che si punta al taglio dei costi invece che porsi il problema di rendere il prodotto qualitativamente più accattivante e interessante". E ricorre alla metafora della coperta troppo corta, quanto esprime il suo fastidio sulla verticalizzazione dei processi editoriali, in atto oggi anche nel nostro paese. E spiega: "Quando la coperta si alza per arrivare a "scaldare" i piani alti del sistema sociale e politico, lascia fatalmente scoperti i piedi, ovvero gli ultimi luoghi delle nostre comunità, le periferie delle città e dei territori, dove vivono i meno fortunati". Per Lucia Annunziata "Occorre invertire questa rotta e chi oggi sceglie, come voi gruppo Sae, di progettare e investire nell'informazione di prossimità, forse riesce a dare un contributo decisivo per un'informazione all'altezza dei propri compiti e delle aspettative delle nostre società".

