



Gruppo SAE punta sul digitale e sul legame col territorio nel nuovo piano industriale



Tra i progetti in cantiere 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 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, durante un evento in streaming, il suo piano industriale il nuovo progetto editoriale che vede al centro il digitale.

Il gruppo guidato dal Presidente Alberto Leonardis 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.

Leggi anche: [DA OGGI SAE È IL NUOVO EDITORE DE IL TIRRENO DI LIVORNO, GAZZETTA DI MODENA, GAZZETTA DI REGGIO E LA NUOVA FERRARA](#)

Un progetto, che metterà al centro anche il rafforzamento del legame con il territorio, e che Leonardis definisce: "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".

Il piano è stato presentato da Leonardis, con i direttori delle testate Tirreno

Stefano Tamburini e Giacomo Bedeschi, l'azionista Alberto Tivoli, il direttore relazioni esterne Gianni Giovannetti e il Direttore Operativo Luca Baldanza, entrato recentemente nel Gruppo dopo aver ricoperto il ruolo di Direttore Marketing di BFC Media e dopo esperienze trasversali maturate sui principali media on e offline, maturate sia presso editori sia nelle concessionarie di pubblicità.

La raccolta pubblicitaria è gestita da Manzoni.

Dall'Informazione Locale al Futuro: l'editoria italiana tra crisi e nuove sfide



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.

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”.

