

Il giornale del futuro? Notizie e la nuova frontiera della Rete

Calato il sipario sulla due giorni che ha portato a Bergamo 280 partecipanti da tutto il mondo. L'esperienza d'integrazione e successo di Kauppa

SUSANNA PESENTI

Il pellerossa cavalca a lato del taxi, un uomo prende fuoco, l'autista si sfilia i pantaloni e guida in mutande, un astronauta attraversa la strada, ma nulla distoglie il passeggero dell'auto dalla lettura dei quotidiani. Il test, realizzato dall'organizzazione mondiale degli editori per dimostrare quanto la carta stampata coinvolga, è stato mostrato alla conferenza internazionale Wan-Ifra conclusa ieri a Bergamo al Centro Congressi con 280 partecipanti da tutto il mondo.

A tema le iniziative vincenti messe in atto per sconfiggere la crisi di vendite e pubblicità che dal 2008 attanaglia l'editoria occidentale, schiacciata tra la perdita di lettori e la rivalità cartaweb che occorre trasformare in cooperazione. Ma come? Rimettere al centro le notizie è il primo suggerimento degli esperti. Poi, redazioni capaci di giocare su molti media, ma anche supportate da nuovi professionisti: web designer, cacciatori di trend, esploratori dei blog per saggiare le aspettative rispetto a grandi eventi, selezionatori di immagini e di video. Per la carta, la ricetta

vincente è il legame stretto con il territorio: cucire il giornale addosso alla gente attraverso inserti a tema e pubblicità iperlocale. Con sorpresa i bergamaschi hanno scoperto di aver già fatto cose sbandierate come avanguardia assoluta, come il punto d'incontro del «Guardian», molto simile a Eco café, o i droni per le foto aeree del territorio. Il pubblico internazionale ha apprezzato il «made in Bergamo» di Kauppa (in finlandese, «affare»), il

*Sangalli:
le nostre offerte
strettamente legate
al territorio*

network di migliori sconti sul territorio creato da MediaOn, che l'amministratore delegato Marco Sangalli ha presentato nella sezione coordinata da Claudio Calzani, direttore dei progetti editoriali Sesaab. La rete Kauppa, nella quale una settimana fa è entrata anche «La Gazzetta di Parma», a un anno e mezzo dalla costituzione si appoggia a testate locali

dal marchio affidabile e noto al proprio pubblico. L'impressione di serietà operativa viene rinforzata con la coprogettazione con il cliente dell'offerta e della localizzazione più adatta, mentre al lettore viene garantita qualità del servizio, semplicità di accesso, assenza di overbooking (sovraprenotazioni). La pubblicizzazione è garantita dall'utilizzo di tutto il sistema dei media associati, carta e web.

«In questo modo - ha spiegato Sangalli - le offerte di Kauppa vengono percepite come qualcosa che il territorio offre al territorio». In 18 mesi l'80% dei lettori si sono dichiarati del tutto soddisfatti e l'11% quasi soddisfatti. Gli iscritti sono 60 mila, 20 mila hanno acquistato un'offerta sulle 1.150 proposte per 600 clienti con una vendita media di 45 coupon al giorno e un fatturato di un milione e mezzo di euro. Alle testate della Rete sono in automatico garantiti tutti i miglioramenti del sistema, il materiale per la campagna di pubblicizzazione, la formazione per gli addetti. È possibile anche concordare una divisione dei ricavi presentando la stessa offerta su diversi territori.



I relatori della seconda giornata della conferenza internazionale Wan-Ifra conclusasi ieri al Centro Congressi BEDOLIS



Marco Sangalli (MediaOn)

Il confronto 2012-2013 mostra che il trend triplica mese su mese. A Parma, che ha utilizzato l'esperienza accumulata sul campo da Kauppa, gli iscritti sono stati 9489 nella fase di lancio, saliti dopo una settimana di attività a 12.600 iscritti, con 12 mila euro di ricavi e 5 offerte su 7 esaurite. Il quadro delle esperienze di successo nate fra Bergamo e Brescia è stato completato da Laura Airaghi di Opq, concessionaria pubblicità per editori locali, che copre oggi 17 province e vanta un partenariato con Publicitas per le iniziative che coinvolgono testate estere.

In futuro vivranno i giornali capaci di coinvolgere. A livello internazionale, fra le buone idee già provate, c'è l'organizzazione di concerti web, le app per ascolta-

re il giornale, il database che raccoglie tutti i discorsi dei politici e permette di controllare se dicono la verità, la realizzazione di una pagina del giornale in un quartiere o in un paese, coinvolgendo in un'esperienza diretta proprio le persone che non leggono. Ancora, l'approfondimento dei contenuti con le tecniche di «realtà aumentata» accessibili dalla carta via smartphone. Fondamentale l'analisi dei dati demografici della propria audience, così come l'utilizzo di infografiche e mappe tematiche interattive. «Si apre un mondo nuovo - ha affermato Lisa McLeod, del «Financial Times» - che le redazioni devono guidare perché è la notizia che attira la pubblicità, non il contrario». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Editoria, truffa sui contributi Indagato il Pdl Angelucci

ROMA

Tra il 2006 e il 2007 avrebbe percepito circa venti milioni di euro dei fondi per l'editoria in modo illecito. Tegola giudiziaria per il deputato del Pdl Antonio Angelucci, fondatore del gruppo che edita il quotidiano «Libero» e in passato «Il Riformista».

La Procura di Roma gli contesta i reati di falso e truffa e ieri i finanziari hanno sequestrato con-

ti correnti e titoli per un valore che ricalca la cifra dei finanziamenti ottenuti in modo illecito da «Editoriale Libero» ed «Edizioni Riformiste», le società che all'epoca dei fatti pubblicavano i due quotidiani.

Antonio Angelucci, fondatore della «Tosinvest», è noto anche come il re della sanità privata del Lazio, con un impero di 25 cliniche. Secondo quanto rico-

struito dalla Finanza, le due società hanno dichiarato di appartenere a editori diversi per aggirare il divieto di richiedere contributi pubblici per più di una testata da parte dello stesso editore. Al centro di questa operazione, sostengono gli inquirenti romani, ci sarebbe il deputato del Pdl Antonio Angelucci che, attraverso persone fisiche e società residenti all'estero, avreb-



Il deputato del Pdl Antonio Angelucci

be nascosto il controllo reale delle aziende editoriali. I contributi pubblici sarebbero stati percepiti indebitamente nel 2006 e nel 2007, mentre dal 2008 al 2011 sono stati bloccati in seguito all'indagine. Assieme ad Angelucci, sono indagati i rappresentanti legali delle sue società, Arnaldo Rossi e Roberto Crespi.

Sull'iniziativa della Procura, Angelucci si dice «sorpreso». In una nota si segnala, inoltre, «l'intemperatività del provvedimento, tenuto conto dei numerosi e avanzati contatti con il dipartimento dell'Editoria, con la quale era in corso una intensa attività volta alla formalizzazione delle intese per la definizione

della controversia, circostanza anch'essa portata tempestivamente all'attenzione degli inquirenti».

Il procedimento avviato dalla Procura di Roma trae origine dalla segnalazione inviata dall'Agcom nell'agosto 2010, nell'ambito di un parallelo procedimento amministrativo finalizzato a individuare gli assetti proprietari degli editori dei due giornali. Contro la delibera dell'Agcom, le imprese editrici hanno presentato ricorso al Tar del Lazio. Ne è seguito un lungo iter giudiziario-amministrativo al termine del quale il Consiglio di Stato ha dichiarato la fondatezza della delibera. ■



Speciale abbonamento 3x2

Per l'estate L'Eco di Bergamo ti propone un'offerta di abbonamento speciale. Riceverai il giornale comodamente a casa tua 3 mesi al prezzo di 2.

Affrettati, la promozione è valida fino al 12 Luglio!

Prezzo scontato **53€** Abbonamento Estate 6 giorni (da lunedì a sabato)

Per informazioni e adesioni: Ufficio Abbonamenti tel. 035 358899

L'ECO DI BERGAMO
CUORE BERGAMASCO