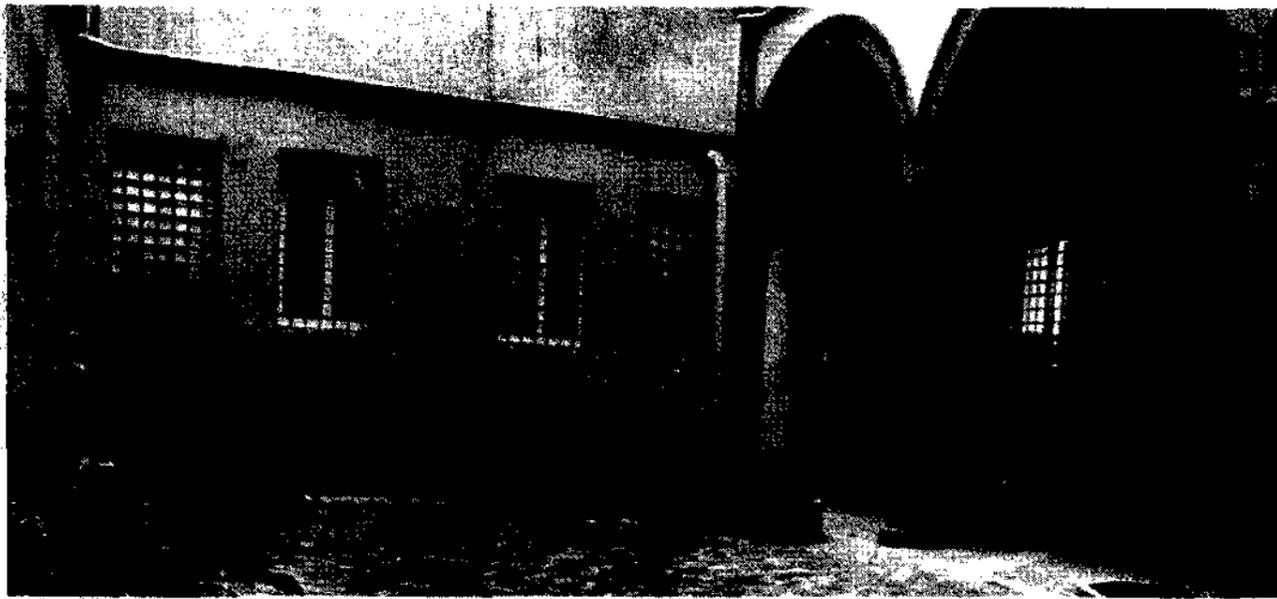


CAMBIA L'INFORMAZIONE. Nasce in Emilia e Toscana una nuova iniziativa editoriale. Redazioni locali e ricchezza di notizie e di linguaggio



Il palazzo dove aveva sede la redazione del giornale regionale dell'Unità, sotto, la testata del nuovo giornale

BOLOGNA. Telefonano, chiedono, si informano. Aspettano. Dall'ultima pagina dell'Unità che arriva in Emilia Romagna, uno slogan curioso che termina solitamente con un «Meglio saperlo dalla Mattina» strizza l'occhio, ma ancora non si rivela.

Si sa che arriva il 12 settembre, di mattina presto. Che darà notizie e fatti, informazioni spicciolate e servizi utili, da Piacenza a Rimini. E la gente telefona, chiede, si informa. Ancora pochi giorni e l'attesa la grande attesa che si è creata attorno a questa Mattina, sarà soddisfatta. I primi cartelloni pubblicitari affissi nelle città danno un'informazione in più: assieme al logo di Mattina compare anche quello dell'Unità.

Dunque, una cosa che esce col giornale. Dunque, un nuovo giornale di cronaca, formato tabloid, un vero giornale pieno di notizie, di fatti, di numeri utili, di cinema, teatro, appuntamenti, sport, di curiosità, inchieste, di pagine dedicate ai giovani, all'università... Quattro edizioni, quattro redazioni al lavoro (Bologna, Modena, Reggio Emilia e Romagna), e tante pagine da preparare al meglio per il gran debutto del 12. E dal 26 di settembre un'altra Mattina in Toscana e poi, l'anno prossimo, a Roma e in Lombardia. Siamo sempre noi, giornalisti dell'Unità, ma vi stiamo per offrire molto, ma molto di più. Un nuovo giornale, nuovo graficamente, nuovo di idee. Ventotto pagine di cronaca, diciotto dedicate alle città e dieci di respiro regionale. Pagine per Bologna, Modena, Reggio Emilia, pagine per la Romagna, per Ferrara, Parma e Piacenza. Più di un centinaio al giorno. Pagine per Firenze e per tutte le altre città della Toscana.

Una scommessa, dicono alla casa madre dell'Unità, una scommessa da vincere tutti insieme. La redazione di Mattina, la direzione nazionale dell'Unità e i tecnici di Bologna, Roma e Firenze, fianco a fianco per gli ultimi, faticosissimi, strappi, per imparare al meglio il nuovo, potentissimo sistema editoriale. Per arrivare preparati al gran giorno. Batticori confidati e entusiasti, stanchezza e voglia di vincere questa scommessa decisiva. E una settimana appena per raddizzare l'impossibile. L'amministratore delegato e direttore generale dell'Arca società editrice dell'Unità spa, Amato Mattia, annuisce. «C'è, come ovvio qualche preoccupazione per il debutto del 12, ma anche la consapevolezza che questa scommessa decisiva si può vincere». E proprio Mattia il «matto» che ha avuto l'idea di puntare in alto, di rilanciare. Nonostante la crisi strutturale che sta investendo il mondo dei giornali, nonostante l'aumento del costo della carta, nonostante le resistenze. «E Veltroni e la direzione del giornale sono stati matti come me».

Mattia si aggira nel casino della nuova redazione, tra tecnici che devono ancora attaccare fili e imbianchini che imbiancano le porte, tra giornalisti che imparano a ciccare e a simulare pagine e riunioni volanti. «Quando penso a noi», dice Mattia, «penso a una macchina senza freni condannata ad andare in salita che però arriva, sempre».

E su questa «filosofia» editoriale che ha già prodotto ottimi frutti, inizia la chiacchierata su Mattina. Da dove vogliamo prenderla? Dal nome? Questo nuovo prodotto non poteva chiamarsi Unità 3 o Cronaca?

Il nome l'ha proposto Veltroni e credo sia una gran bella idea. Perché comunica che inizia una giornata e che si prende contatto con la propria realtà, con le notizie e i fatti di questa realtà.

Il legame con la casa madre resta intatto, almeno in una prima fase. E allora che bisogno c'era di costruire nuove società o di costruire un prodotto diverso?

Diverso, ma complementare. Per rispondere a questa domanda è necessario svolgere un ragionamento più ampio sull'informazione. Intanto credo che nell'attuale situazione del mercato editoriale, che è in crisi, ci dobbiamo interrogare se non sia successo qualcosa di diverso di nuovo nel rapporto coi lettori. Dobbiamo cioè chiederci se non si sia consumata, probabilmente anche con il contributo della televisione, ma soprattutto per i grandi e convulsi mutamenti che hanno attraversato la società, modificandone gerarchie e valori, una rottura del linguaggio con il quale comunicavano coloro che facevano il prodotto giornale e coloro che lo consumano. Insomma questa crisi strutturale che sta investendo quotidiani e settimanali, che provoca bilanci in rosso, costi eccessivi e anche omologazione, si può risolvere solamente con una pro-

fonda riforma del sistema informativo. Inoltre, l'Italia è un Paese che legge poco. Con Unità 1 abbiamo cercato di tener conto di questi fattori e la chiave di volta è stato il linguaggio non autoreferenziale, il tono non gridato. La stessa strada che vogliamo percorrere per l'informazione locale su cui abbiamo deciso di investire pesantemente.

Ma se c'è crisi la si vede anche nei giornali locali. E allora?

Secondo noi esiste ancora un significativo spazio editoriale in quel settore. Mentre è più dura la concorrenza delle tv sui giornali nazionali, sul locale la carta stampata ha ancora un vantaggio a condizione, però, che non venga trattata come informazione minore. Con Mattina vogliamo dare dignità al fatto locale senza scadere in localismi. È una scommessa che può dare buoni risultati. Per questo motivo abbiamo pensato di trasformare le presenze di cronaca che esistevano sull'Unità in veri e propri giornali. Prima l'Emilia Romagna con tante edizioni, poi la Toscana con due edizioni dal 26 e poi l'anno venturo Roma e la Lombardia. Ci presentiamo con un'offerta che non ha molti precedenti: con Unità 1, Unità 2 e Mattina.

Emilia Romagna e Toscana, teste di ponte in un mercato ben presidiato da concorrenti temibili... E i grandi giornali nazionali che sommano i gadget.

Certo non abbiamo il monopolio dell'informazione locale, ma sappiamo anche che la nostra presenza già oggi non è subalterna a nessuno e siamo convinti che l'offerta attuale sia datata. La nostra ambizione è quella di dare voce a quanto di nuovo è andato maturando. L'informazione locale è

una scelta strategica, il modo concreto con il quale offrire al lettore un servizio utile, il tentativo di costruire un linguaggio che, parlando di fatti, della vita di queste comunità, ne esalti lo spirito autonomo. Prima mi hai chiesto perché si sono dovute costituire nuove società. Per quanto riguarda la situazione di mercato, che resta estremamente pesante e nonostante il

fragoroso intervento delle corazzate editoriali, abbiamo davanti a noi una ripresa autunnale estremamente significativa. Il nove settembre saremo in edicola con il primo titolo della nostra nuova collana dedicata al cinema americano, il 12 partono i giornali dell'Emilia Romagna, il 26 quelli della Toscana, mentre ci stiamo già organizzando per installare, tra



novembre e dicembre, il nuovo sistema editoriale per il giornale nazionale. Quanto agli altri giornali e ai loro gadget devo dire che la cosa non mi preoccupa più di tanto anche se mi chiedo quale possa essere la capacità di assorbimento del mercato... Ma? Ma sono convinto che l'essere stati i primi faccia un po' la differenza.

Quattro redazioni (Bologna, Modena, Reggio Emilia e Romagna), quattro redazioni al lavoro, tantissime pagine da preparare. Si chiamerà Mattina, e arriverà in edicola il 12 settembre. Un nuovo giornale, formato tabloid, ricco di notizie, sport, spettacoli, inchieste, pagine dedicate ai giovani e all'università. Sarà distribuito con l'Unità a

un prezzo globale di 2000 lire. Dal 26 settembre, poi, sarà Mattina anche in Toscana, con pagine per Firenze e le altre città. Il prossimo anno toccherà a Roma e Milano. Amato Mattia, amministratore delegato e direttore generale dell'Arca: «Crediamo nella strada dell'informazione locale, sono fiducioso».

za. Si insomma, i lettori apprezzano le idee originali. Così è stato per i milioni di libri che abbiamo venduto ai nostri lettori, così è stato per gli album delle figurine di nini, così, credo, sarà anche per i film. L'originalità e una linea rigorosa, pensata, nella scelta dei titoli, vengono premiati dai lettori.

Torniamo alla nuova società che sono state costituite per realizzare Mattina.

Le nuove società autonome che editeranno Mattina sono: Arca editrice, controllata dall'Arca, che edita Unità e sono istituzioni pensate anche in vista di partner privati. Abbiamo già avuto avances molto interessanti, ma in questa prima fase è bene che il controllo societario sia nelle nostre mani. Il rapporto con la proprietà che è forte anche per i vicini politici ed umani che ci legano, è venuto, in questi anni, molto più maturo e consapevole. Noi abbiamo il mandato di fare informazione, prodotti editoriali destinati ad un mercato che in larghissima misura coincide con quella area politica, culturale e sociale che si trova nello schieramento di centro-sinistra. E dobbiamo farlo, senza produrre perdite, ma puntando decisamente a bilanci che siano come minimo in pareggio. Questa strada l'abbiamo imboccata con grande determinazione, raggiungendo il frutto del lavoro di tanti compagni e operando i cambiamenti necessari. I fatti ci stabiliscono: Tullavia, tensione, rigore e coraggio non devono venir meno, sarebbe esiziale per il nostro futuro.

Erano in molti a pensare a un ridimensionamento delle cronache e invece siamo qui a parlare di investimenti e di rilancio.

Abbiamo preferito questa strada perché ci crediamo. Questa riform-

«Lieve, amico, utile». Per un quotidiano che sia il più possibile semplice ed efficace. Sarà facile da leggere e capace di ascoltare

«Mattina» sarà un quotidiano, dato inedito nel panorama dell'editoria italiana, interamente dedicato all'informazione locale, non dovrà, per così dire, «sprecare» neanche un angolo di pagina per il notiziario nazionale e internazionale, per i quali i lettori avranno a disposizione «Unità 1» e «Unità 2», assieme alle quali «Mattina» sarà venduta. Quando si è cominciato a lavorare sull'idea di trasformare radicalmente, «inventando» un prodotto nuovo, le vecchie, ancorché gloriose, cronache locali inserite dentro «Unità» ci siamo posti essenzialmente due ordini di problemi. Il primo: come far aderire questo giornale al territorio, alle comunità cui si rivolge, ma in modo non corrivo, bensì rispettoso delle culture, delle sensibilità, della diversità. Il secondo: la scelta dei contenuti, le cose da scrivere e come scrivere, anche in questo caso rivolgendoci al pensiero sempre alle attese dei lettori. Questi obiettivi hanno costituito il filo rosso del lavoro svolto con Pier Giorgio Macconi, autore del progetto grafico di «Mattina», prezioso interlocutore-

suggeritore al fine di realizzare un prodotto non poco ambizioso, perché in apparenza antitetico alla carta stampata: una sorta di giornale interattivo. Una definizione, quest'ultima, rigorosamente appartenente all'informazione elettronica, non certo a uno strumento che per definizione si fa usare passivamente, come il foglio di carta stampata. Abbiamo ritenuto che la strada giusta fosse quella di aderire quanto più possibile alle pieghe delle regioni alle quali «Mattina» si rivolge e, quindi, strutturare il giornale per edizioni locali, con un sistema modulare che consente, a condizioni date, di sviluppare a seconda delle necessità. Di qui, come ipotesi di partenza, una doppia edizione per la Toscana: una dedicata a Firenze e ai comprensori che le gravitano intorno, la seconda alla regione, quattro le edizioni per l'Emilia Romagna, organizzate in modo da garantire una copertura dell'intero territorio regionale. In entrambe le regioni «Mattina» si presenta-

rà come una sorta di fascicolo diviso in tre sezioni: la prima dedicata alla cronaca cittadina; la seconda agli avvenimenti e alle informazioni di interesse sovracittadino, regionale; la terza sezione dedicata nuovamente alle città, ma con l'attenzione rivolta a tutto ciò che può essere utile sapere e conoscere per distinguersi tra i mille problemi della vita quotidiana, dalle strade che è meglio evitare uscendo di casa, all'organizzazione del tempo libero. Abbiamo deciso di puntare sul binomio cronaca-informazione di servizio. Intanto, dando al termine cronaca il significato più ampio: i fatti, i protagonisti, anche il gusto di scandagliare le ragioni che muovono i protagonisti, provocano i fatti. E con alcuni ingredienti nuovi. Troppo spesso i giornali impongono al lettore, che non lo riceve gratis ma che lo paga, indebite fatiche per decodificare linguaggi e informazioni. Il nostro obiettivo è quello di realizzare, con tutti gli aggiustamenti che si renderanno necessari,

un giornale che il lettore possa definire con questi tre aggettivi: lieve, amico, utile. Sviluppando questo itinerario abbiamo immaginato luoghi del giornale che consentano al lettore di intervenire, nel modo più semplice ed efficace possibile, per essere egli stesso in qualche modo coautore del prodotto. Giornale interattivo, dunque, in questo senso: facile da leggere, da consultare e da utilizzare, capace di ascoltare e dare risposte. Siamo avvertiti dei rischi nei quali si rischia di cadere quando ci si pone obiettivi del genere. A noi l'onere di evitarli. Ma abbiamo deciso di andare un po' oltre il gran dibattito sulle ragioni antiche e nuove della crisi dell'informazione scritta, di provare davvero a utilizzare una tecnologia di frontiera e nuove formule organizzative per un prodotto giornalistico nuovo, capace cioè di aprire almeno degli squarci nei veli, nei filtri che a tutt'oggi impacciano e il rapporto tra i produttori giornalisti e i consumatori-lettori, impedendo loro spesso di incontrarsi e capirsi.

na della nostra informazione locale consentirà di rivedere e rilanciare il giornale nazionale, un giornale che dovrà guardare al Duemila e a quanto di nuovo si sta muovendo nel mondo dell'informazione. In questa prospettiva abbiamo realizzato l'investimento del sistema editoriale per i giornali locali e ci siamo assicurati il servizio di nuovi centri stampa. La novità è che saranno giornali veri, operazioni editoriali, economiche e organizzative senza precedenti. Saremo presenti in edicola con una proposta di informazione completa e a un costo poco maggiore di un solo quotidiano: 2.000 lire per acquistare tre giornali.

Ma parlate anche di scelta economica e finanziaria, di tecnologia avanzata. Ma i costi sono così...

Certo. Se vogliamo dirlo tutta abbiamo ereditato una situazione pesante dal punto di vista occupazionale. Ed è anche per questo che abbiamo deciso di utilizzare quelle risorse che abbiamo in azienda e che hanno contribuito a risanare il giornale. Risorse di qualità. Insisto sulla qualità che sarà ben visibile anche nel nuovo giornale. Mattina sarà fatto da professionisti il cui valore è già stato ampiamente collaudato. Abbiamo messo a disposizione di questa impresa il meglio delle nostre risorse professionali, dal direttore responsabile Antonio Zollo al vice Gabriele Capelli e Daniele Pugliese. Perché l'azienda, i suoi manager, i suoi tecnici, i suoi tipografi, amministrativi e giornalisti ci credono fermamente e stanno realizzando veri miracoli organizzativi. In Emilia come in Toscana, a Roma come a Milano. In queste piazze, che sono difficili, ci siamo attrezzati al meglio.

E il sindacato?

Vedi, le numerose riunioni che abbiamo avuto in questi mesi col sindacato, non erano davvero episodi di una vecchia liturgia, ma un confronto vero a causa del forte contenuto innovativo della tecnologia usata e della conseguente organizzazione del lavoro. Il sindacato ha difeso occupazione e professionalità, ha chiesto garanzie e ha accettato la sfida di giornali fatti con una metodologia organizzativa e strumenti tecnologici che non hanno precedenti nel mercato italiano. Insieme abbiamo compreso che solo una grande innovazione poteva rendere economicamente accettabile il rischio che, come è ovvio, è presente anche in questa impresa.

La tua «Mattina» com'è?

Un mezzo utile che può essere letto anche al pomeriggio. Un giornale che insieme ai fatti e alle notizie sia uno strumento che accompagna le ore del cittadino, del giovane, del nostro lettore abituale e del nuovo lettore. Un giornale che aiuti a decifrare la realtà in cui si vive con un tono rispettoso sia di chi legge che di chi diventa protagonista, nel bene o nel male, del fatto di cui ci si occupa. Alla lunga è anche il tono che può far vincere, perché la gente si stanca in fretta di grida e personalismi. Lo dico con estrema sincerità: le premesse per vincere la scommessa ci sono tutte.

Quattro edizioni, Bologna, Modena, Reggio Emilia, Romagna, 28 pagine a edizione, un fascicolo più ricco e speso meno in grafica, con giochi, racconti e altre sorprese. Ma quanto durerà?

Durerà. Durerà. Abbiamo di base quello che vende l'Unità da questi anni, aggiungiamo un prodotto diverso, ma complementare, con una spiccata personalità grafica, con un maggiore appeal complessivo. Durerà sempre, ne sono convinto. Siamo tutti qui, l'azienda è qui e ci crede. È un atto di fiducia sul futuro dei giornali. Una previsione nel periodo medio lungo, con l'affermarsi dell'informazione elettronica non è necessariamente pessimistica. Siamo stati il primo giornale nazionale ad andare su Internet e vogliamo proseguire su questa strada. Le nostre iniziative editoriali si sono sempre caratterizzate per rigore e trasparenza e il nostro lettore sa benissimo che quelle iniziative hanno un costo e devono produrre utili e quindi accettare la nostra politica del prezzo di copertura. Noi non facciamo la politica del gadget, ma siamo il giornale che in questi anni ha investito di più sul prodotto primario, sull'informazione. Per qualità e quantità. E i giornali locali vanno esattamente in questa direzione anche e soprattutto nello sforzo di ritrovare quel linguaggio comune, quel sentire comune cercando di farlo proprio in relazione ai lettori di un mercato estremamente importante e significativo per noi.