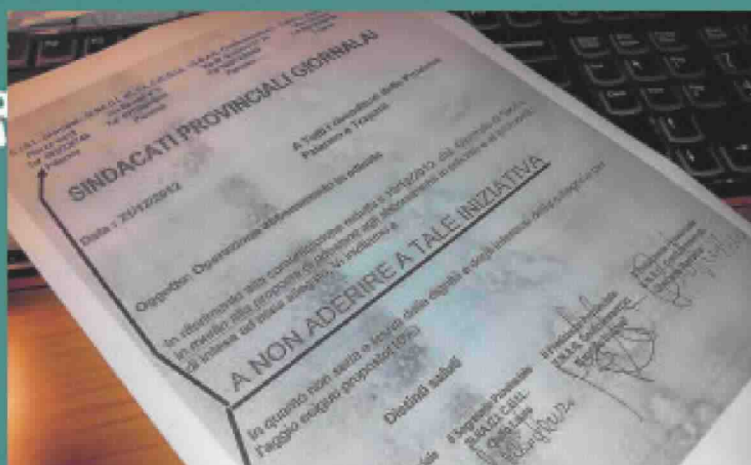


RASSEGNA STAMPA

27 Dicembre 2012

Argomento	Testata	Autore
Pag. Data Articolo	Titolo	
2	27/12/2012	PUBBLICO GIORNALE L'EDICOLA DI OGGI
3	27/12/2012	PRIMACOMUNICAZIONE FEMMINILI ADRENALINICI

L'EDICOLA DI OGGI



ABBONAMENTI, IL SINDACATO FIRMA MA "IL PROVINCIALE" NON ADERISCE

Tanta è la confusione sotto il sole in tema di abbonamenti in edicola. Firmato l'accordo con gli editori da alcuni sindacati nazionali, scoppia sui territori la rivolta dei locali. Qui sopra, nella foto, c'è la riproduzione della comunicazione che riguarda le province di Trapani e Palermo, ma in rete sono molte altre le situazioni analoghe dove la Cisl Giornalai, che ha firmato l'accordo nazionale, poi a livello locale si associa con Cgil e Confcommercio nel non aderire all'iniziativa degli abbonamenti in edicola. Che, evidentemente, così come stanno le cose, restano in alto mare. Nessuna sperimentazione come dice il protocollo d'intesa firmato e nessun abbonamento in edicola se i giornalisti non sono d'accordo. Salvo qualche caso isolato fa notare qualcuno, sempre su Facebook.



Femminili adrenalinici

Ventata di rinnovamento per i femminili della Mondadori cominciata con il cambio di direzione a 'Grazia'. Ma in arrivo per i prossimi mesi ci sono la nuova 'Gioia' di Hearst Italia e il restyling grafico di 'Vanity Fair' che nel 2013 compie dieci anni

La tempesta che ha investito i periodici della Mondadori per prima cosa si è abbattuta sui femminili, il comparto da cui il direttore generale dei periodici, Ernesto Mauri, ha avviato la sua rivoluzione a Segrate cominciando con lo scuotere l'albero dei direttori. La prima a cadere è stata Vera Montanari, sostituita alla direzione di *Grazia* da Silvia Grilli (borsino a pag. 23), già direttore lampo del settimanale dal novembre 2006 al 26 gennaio 2007, e seguita dalla sua primissima linea, i condirettori Nicoletta Polla-Mattiot e Silvia Motta (moda), due bravissime professioniste che hanno partecipato a tutta l'evoluzione di *Grazia* degli ultimi vent'anni. Ma l'imperativo di Mauri è innovare, ringiovanire, spingere sul digitale e soprattutto tagliare i costi e quelli che considero dei privilegi economici

non più sostenibili: il vertice di *Grazia* costava due milioni e passa di euro all'anno, cifre, appunto, di altre epoche. Che in Mondadori un'epoca si sia chiusa con le dimissioni di Nini Briglia da direttore editoriale di gruppo lo scorso 19 ottobre (vedi *Prima* n. 433, pagg. 76-78) lo pensano in molti. Non è solo un passaggio simbolico, visto quello che sta succedendo. Se l'uscita di Vera Montanari, che di Briglia è la moglie, a Segrate veniva data per scontata ("Oggi è il mio ultimo giorno di lavoro. Sono emozionata esattamente come il primo. Ho diretto giornali per quasi 30. Che impressione!", ha twittato il 5 dicembre alle 7 e 27 del mattino), non è un segreto che Mauri pensi anche a una nuova direzione per *Donna Moderna* (avrebbe già individuato a chi affidarla) e le dimensioni generali del ricambio

potrebbero essere più ampie del previsto.

Il futuro assetto e posizionamento di *Grazia*, *Donna Moderna*, *Tu Style*, la decisione di lanciare oppure no il mensile *In Style* (di cui Grilli ha già realizzato un secondo numero zero approvato anche dagli americani di Time Inc.) avranno anche un'influenza sullo scacchiere dei femminili italiani, che del resto era già in movimento prima che in Mondadori il presidente Marina Berlusconi e l'amministratore delegato Maurizio Costa convenissero sulla necessità di drastici e rapidi provvedimenti e decidessero di mettere la patata bollente dei periodici nelle mani del manager che aveva fatto così bene in Francia.

Ad aprire le danze è stato a ottobre Giacomo Moletto che, deciso assieme al vertice del gruppo Hearst il rilancio di *Gioia*, ha ingaggia-

to per la direzione del settimanale Maria Elena Viola (borsino a pag. 25) scippandola alla Mondadori dove da un anno dirigeva *Tu Style*. Poco più che quarantenne, molto vogliosa di mettersi alla prova, Viola ha sulle spalle quello che per Hearst Magazines Italia sarà l'investimento più importante del 2013. L'energia non le manca, ma l'amministratore delegato ha pensato bene di affiancarle nel progetto due pesi massimi: il direttore di *Elle*, Danda Santini, come direttore editoriale e un consulente di grande esperienza, l'inglese Ian Birch, da tre anni direttore sviluppo editoriale e progetti speciali di Hearst Magazines dopo essere stato per dieci anni direttore editoriale di Emap dove ha lanciato *Red*, *Closer* e *Grazia* Uk. L'intenzione di Moletto è infatti di far fare a *Gioia* un salto di qualità portandola nella fascia alta del mercato, dandole contemporaneamente un'impronta originale che funzioni come nuova motivazione d'acquisto.

In attesa di capire cosa succederà ai femminili di Rcs MediaGroup, nel territorio dei settimanali c'è da fare i conti con un nuovo concorrente, *F* di Urbano Cairo, diretto da Marisa Deimichei, già artefice del successo di *Tu Style*, che in sei mesi ha trovato un suo solido spazio in edicola consolidando le vendite attorno alle 190mila copie.

Ma è soprattutto *Vanity Fair*, grande protagonista del mercato dei femminili che nel 2013 festeggerà i dieci anni di vita, a prendersi la scena dopo che il direttore Luca Dini ha dato una scossa alla redazione con due avvicendamenti al vertice

→



Silvia Grilli, nuovo direttore di *Grazia*, con la figlia Anna Rocca nella fotografia scelta per il suo primo editoriale sul settimanale; Luca Dini, direttore di *Vanity Fair*; Maria Elena Viola, direttore di *Gioia*.

→

ce: a fine luglio ha lasciato il settimanale il vice direttore style e immagine Michela Gattermayer, poi sostituita dal fashion director Sciascia Gambaccini, con in più l'arrivo di Paola Ventimiglia come caporedattore moda; a metà ottobre è stata la volta del vice direttore vicario Daniele Bresciani, al cui posto è arrivata da *Marie Claire* Antonella Bussi (borsino a pag. 22).

Ora Dini annuncia per la primavera una "rinfrescata grafica" che riguarderà giornale, sito e mobile: "Stiamo lavorando con Devin Pedzwat, che in America è stato direttore creativo di varie testate e poi di Spin Media, bravissimo nel progettare per la piattafor-



Sciascia Gambaccini

ma. Voglio dare più omogeneità a tre cose che in origine sono molto diverse ma vanno tenute assieme". La riorganizzazione è stata fatta anche in funzione di queste novità? "A *Vanity Fair* il turnover è stato basso, le persone che arrivano da fuori hanno un occhio fresco e portano idee nuove", sostiene Dini. "Sciascia Gambaccini ha il glam che ci si aspetta da noi e ha introdotto nuovi fotografi importanti con cui lavoriamo anche per le copertine. Con Paola Ventimiglia forma una coppia perfetta e molto collaudata. Antonella Bussi ha una competenza trasversale che ci è sempre più necessaria".

Proprio la scelta di Bussi,

che lavorava a *Marie Claire* da tredici anni e in origine è un'esperta di bellezza, aveva fatto pensare che Dini volesse dare un'impronta più femminile. "Solo se per femminile s'intende un taglio che ti permette di parlare con le donne, l'interlocutore migliore che ci sia perché hanno quella trasversalità di pensiero e di emozioni che è anche l'anima di questo giornale", risponde lui.

Nell'ultimo anno anche la Condé Nast ha patito il calo degli investimenti pubblicitari soprattutto sulla carta, e la previsione di un calo di fatturato di circa il 6% vale anche per la corazzata *Vanity Fair*. Nelle vendite c'è stata più oscillazione, però la media Ads di agosto è stata di 313mila copie e con Michelle Hunziker in copertina il settimanale ha fatto il suo record assoluto in edicola con oltre 300mila copie. "Per chi come noi in copertina mette solo celebrities, è sempre una scommessa. La nostra fatica è tutelare la nostra differenza e, visto che di copertine non ne puoi azzeccare 51 all'anno, bisogna lavorare sulla percezione della qualità", spiega Dini.

Con la nuova versione di *Vanity Fair* il direttore vuole dare più evidenza alla sua rubrica delle lettere in apertura del giornale, amatissima dai lettori: "Più pagine e senza più distinzione tra quelle che arrivano via mail, sul mio blog o attraverso i social network", anticipa. Dini è impegnato anche sulla nuova versione interattiva dell'applicazione per tablet, su modello di quanto in Condé Nast è stato appena fatto per *Wired* e *Gq*; e sul sito intende sviluppare ulteriormente *Voices*, lo spazio social. "Oggi tutto quello che facciamo", sottolinea, "ha un unico obiettivo: spaccettare il giornale e metterlo in mobilità, in modo che sia sempre e ovunque con i lettori".

Pink Turin su 'Repubblica'

Ha esordito lunedì 10 dicembre Pink Turin, nuova sezione 'al femminile' dell'edizione torinese di *Repubblica.it* diretta da Pier Paolo Luciano. È il primo esperimento di un contenitore in chiave locale pensato per le lettrici e articolato in quattro sezioni: People (tra i primi personaggi, la concorrente torinese sedicenne di 'X Factor', Cixi, e l'attrice Sandrine Bonnaire, ospite di Sottodiciotto, il festival cittadino di film prodotti da giovanissimi), Lifestyle (consumi, moda e tendenze), Spazi liberi (weekend, locali, corsi, appuntamenti) e Noi e loro (vita con i figli). In più, alcune rubriche fisse: Parliamone (che ogni settimana propone un tema aperto ai commenti) e Visto da lui, affidata a Paolo Griseri.

'Espresso', si trattano prepensionati e futuro

Trattative a oltranza all'*Espresso* dopo che l'editore ha annunciato di avere richiesto il 16 novembre lo stato di crisi, in seguito al quale 13 giornalisti dovranno lasciare il settimanale: uno per pensionamento e gli altri 12, che ne mature-



BRUNO MANFELLOTTI

ranno in 18 mesi i requisiti, a partire dal 1° gennaio 2013, per prepensionamento (vedi *Prima* n. 433, pag. 28).

Di fatto, a parte il direttore, Bruno Manfellotto, se ne andranno quasi tutti i responsabili dei vari servizi, a cominciare dai due vice direttori Claudio Lindner e

Orazio Carabini, e il caporedattore centrale Alessandro De Feo.

Il comitato di redazione sta negoziando una cornice di garanzie che evitino tagli troppo pesanti al reddito di chi dovrà lasciare il giornale e, soprattutto, a salvaguardia di chi resta, un impegno dell'azienda per il rilancio del settimanale.

Tra l'altro dovranno essere fatti alcuni spostamenti e decise delle promozioni, prevenire alcune assunzioni che non vadano a sostituire i prepensionati (impossibili in stato di crisi) ma che rendano meno pesante l'organizzazione del lavoro in una redazione che scenderà da 47 a 34 giornalisti.

Per cui, molto probabilmente, la formula dell'*Espresso* verrà aggiornata, puntando ancor di più sugli approfondimenti e meno sulla stretta attualità.

L'editore vuole rafforzare il presidio dell'on line: una nuova versione del sito è pronta, ma per il suo rilascio si attenderà probabilmente il raggiungimento dell'accordo sui prepensionamenti.

Master Giorgio Bocca

Il master in giornalismo dell'università di Torino, da poco entrato nel suo quinto biennio, prenderà il nome di Giorgio Bocca. L'intitolazione - decisa un anno fa all'indomani della scomparsa del grande giornalista - avverrà il 16 gennaio, con interventi e saluti dell'università, del sindaco Piero Fassino, dell'Ordine dei giornalisti e della famiglia di Bocca e una lezione del direttore di *Repubblica* Ezio Mauro.

Per la scuola torinese, che accoglie 20 studenti ogni due anni, si tratta di una data di grande significato. Bocca infatti visse proprio a Torino gli anni della sua formazione professionale, entrando subito dopo la Liberazione, alla

quale aveva partecipato come partigiano, nella redazione del quotidiano *Giustizia e Libertà* e subito dopo in quella della *Gazzetta del Popolo*.

Accordo sugli abbonamenti in edicola ma non con tutti

Fra gli editori aderenti alla Fieg e i sindacati dei rivenditori Felsa-Cisl e Fenagi-Confesercenti è stato raggiunto un accordo per sperimentare per un anno la domiciliazione degli abbonamenti di quotidiani e periodici in edicola. In questo periodo verranno verificate la convenienza, le modalità e la qualità del servizio.

Come ha dichiarato il presidente della Fieg, Giulio Anselmi, l'intesa "ci avvicina di più all'Europa anche nella filiera distributiva dei prodotti editoriali" e questa opportunità, "se colta con il giusto spirito, potrà fornire un importante contributo per la sostenibilità economica dei punti vendita, nodo fondamentale del sistema distributivo".

Non sono dello stesso parere Snag, Sinagi Cgil, UiltuCs e Usiagi, sindacati che complessivamente rappresentano più o meno il 90% degli edicolanti e che non hanno sottoscritto l'accordo. Il motivo principale è la percentuale di aggio spettante alla rivendita: il 10% del prezzo di copertina, invece del tradizionale 19%.

"È un accordo che va incontro esclusivamente agli interessi degli editori", afferma Armando Abbiati, presidente dello Snag. "Il motivo per cui in Italia non c'è mai stato un vero boom degli abbonamenti è il disservizio postale, dovuto in parte anche alla conformazione geografica del Paese. E negli ultimi anni si è aggiunto l'aumento dei costi determinato dalla forte riduzione delle agevolazioni delle tariffe postali. Quindi, capiamo la necessità di abbassare i costi di distribuzione delle copie in abbonamento. Anche noi vogliamo fidelizzare i lettori: è una delle richieste che facciamo da anni. Comunque,

dalle nostre ricerche pensiamo che con gli abbonamenti in edicola l'incremento delle vendite non superi il 10%, anzi ci sarebbe il rischio di una 'cannibalizzazione' delle copie vendute quotidianamente. Insomma, noi non vogliamo guadagnarci di più, ma nemmeno smenarci. Gli editori, oltretutto, incrementando gli abbonamenti, potrebbe-

ro contare su entrate certe. Magari dovrebbero ridurre gli incredibili sconti annunciati dalle campagne che promuovono gli abbonamenti".

A sostegno delle loro tesi, le associazioni sindacali non firmatarie portano i buoni risultati degli abbonamenti domiciliati in edicola, che mantengono lo sconto del 19%, avviati da

tempo da *Sole 24 Ore*, *Corriere della Sera*, *Stampa* e *Unione Sarda*.

Dalle organizzazioni degli edicolanti viene anche giudicata interessante per la fidelizzazione del lettore l'iniziativa della *Gazzetta di Reggio* del gruppo Finegel, che dà la possibilità di prepagare con una tessera il giornale a un prezzo scontato.

'L'Unione Sarda' in guerra

Direttore e condirettore sfiduciati dall'assemblea dei redattori, sciopero delle firme e una pioggia di comunicati sindacali che, pubblicati per giorni e giorni sulla pagina delle lettere, raccontano il durissimo braccio di ferro in corso tra l'editore dell'*Unione Sarda*, Sergio Zuncheddu, e la redazione. In particolare, i comunicati sindacali diffusi a tambur battente hanno scatenato la reazione dell'azienda, che ha spedito una lettera a ciascuno dei quattro componenti del Cdr (Giuseppe Meloni, Stefano Lenza, Roberto Cossu e Andrea Artizzu). Il testo fa riferimento a danni patrimoniali e d'immagine all'azienda che sarebbero scaturiti dai comunicati sindacali. Immediata la reazione dell'assemblea dei redattori: rinnovo della fiducia al Cdr seguito da una giornata di sciopero. Assostampa e Fnsi sostengono che "la lettera costituisce un inaccettabile tentativo di condizionare l'azione dei colleghi impegnati in una dura vertenza in difesa dell'autorevolezza e della qualità del giornale", mentre il gruppo editoriale risponde di aver "soltanto invitato formalmente i sindacalisti interni ad avere rispetto della testata *L'Unione Sarda*. In nessun modo si è inteso mettere in discussione le prerogative del sindacato". Un chiarimento che però non è servito a scongiurare la giornata di sciopero (la seconda di un pacchetto di cinque) decisa improvvisamente nella tarda serata di sabato 15 dicembre.

I rapporti tra giornalisti e azienda si erano ulteriormente irrigiditi il 4 dicembre scorso quando oltre il 66% dei redattori ha ritirato la fiducia al direttore Paolo Figus e al condirettore Roberto Casu. Per Figus, al timone del quotidiano sardo dal 2005, si tratta del primo ammutinamento ufficiale. Un messaggio chiarissimo per Zuncheddu che però al momento non ha sortito l'effetto sperato. Infatti l'editore ha rispedito la cannonata al mittente confermando subito con decisione che la direzione "gode della totale fiducia" dell'azienda. E dunque Figus e Casu continuano a restare in sella. Come da tradizione è infatti assai improbabile che il cambio del direttore avvenga prima dell'esito delle elezioni politiche.

Sono tre i punti fondamentali su cui è incentrata la vertenza: il rinnovo del patto integrativo, la gestione del portale web del quotidiano e il mancato ricambio di 13 giornalisti che, tra pensionamenti, aspettative e contratti a tempo determinato non rinnovati, nel giro di poche settimane hanno ridotto il corpo redazionale. Un organico che, a detta del Cdr, è sottodimensionato. Zuncheddu sostiene che diversi reparti hanno "sistematicamente ecceduto" nell'uso dei collaboratori

esterni per la produzione dei contenuti per il 70-80% degli articoli, con punte fino al 90%, mentre altri reparti si attestano a non più del 30-40%. Secondo l'editore non si tratta di carenza di organico ma di esuberi. Il comitato di redazione punta il dito anche contro la "scarsa lungimiranza dell'azienda" e sulle sue scelte: la accusa da una parte di organizzare iniziative promozionali e investire in proprietà immobiliari, dall'altra di non assumere. Zuncheddu ha invitato seccamente il sindacato interno a non invadere le sue prerogative imprenditoriali.



Sergio Zuncheddu

Inoltre quattro giornalisti di Videolina (tra cui l'ex direttore Bepi Anziani), che nei mesi scorsi erano stati trasferiti al quotidiano per alleggerire la difficile situazione economica dell'emittente del gruppo, hanno nuovamente fatto rientro nella tivù diretta da Emanuele Dessì. Per contrastare la crisi, tra le prossime mosse del quotidiano c'è in programma il taglio della foliazione del 20%. Probabilmente da gennaio.

Se *L'Unione* ha scioperato sabato 15, il lunedì dopo è toccato alla *Nuova Sardegna*. Lo ha deciso l'assemblea dei redattori in risposta "alla posizione di chiusura assunta dall'azienda che ha disdetto unilateralmente il percorso avviato in forma consensuale un anno fa per il ricorso alla Commissione paritetica Fnsi-Fieg su temi interpretativi che riguardano le retribuzioni". I giornalisti del quotidiano di Sassari avevano già preannunciato un pacchetto di cinque giorni di sciopero e il blocco delle iniziative speciali della testata.

Emiliano Farina