

I giornaloni di carta sono in crisi, ma la stampa locale va a gonfie vele

VIAGGIO TRA QUOTIDIANI, NETWORK, SETTIMANALI DEL TERRITORIO. DOVE SI SPECCHIA (E SI SFOGA) IL PAESE REALE. NUMERI DA BOOM

Si inizia a leggerli dalle ultime pagine, necrologi e cronaca minuta. Notizie che però sono notizie, monitoraggio del territorio, direbbero gli esperti di comunicazione: "Punta da un calabrone è finita al pronto soccorso", o la cronaca di incidenti stradali, di quartiere, domestici. D'altronde sono le vicende che interessano, raccolte in un lavoro meticoloso che batte palmo a palmo il territorio per "dar conto di fatti e fatterelli", così come scrive la Prealpina dal 1888, quando si chiamava anche "La Gazzetta dei Tre Laghi", nata grazie all'intraprendenza di Giovanni Bagaini, figlio di un pizzicagnolo e ragioniere mancato. Contrariamente a quanto si potrebbe pensare, in un'area macro-metropolitana e interconnessa come la nostra i giornali locali hanno la forza di un leone, pronti a mangiarsi i cosiddetti giornaloni - sfogliati, al massimo, al bar per dare una sbirciata veloce alle pagine sportive. Mangiarseli a suon di copie, nella misura delle migliaia di differenza. Non ci si permetta lapuzza sotto il naso, quando si parla di quotidiani territoriali, vera e ultima risorsa della carta stampata e non solo.

In Lombardia, e a Milano lo confermano i numeri. Basta guardare Netweek, che si definisce l'interlocutore di riferimento della piccola e micro impresa del Nord Italia. E che nella realtà significa 67 testate locali (32 solo in Lombardia) con quasi 700 mila copie diffuse in 6 regioni e oltre 3 milioni di lettori settimanali; 29 quotidiani online con oltre 12,5 milioni di pagine viste al mese; oltre 600 autori giornalisti che si dedicano quotidianamente alla realizzazione delle versioni cartacee e digitali; una forza vendita di 130 agenti per ricavi pubblicitari che superano i 16 milioni di euro. "Se vogliamo dare una data d'inizio della nostra storia, dovremmo probabilmente scegliere il 7 dicembre 1979:

quel giorno debuttava in edicola il Giornale di Merate. Era, infatti, il primo dei settimanali che oggi, insieme agli altri 67, fanno di Netweek il primo circuito di media locali a livello nazionale", dicono al gruppo. Che comprende periodici come Settegiorni di Legnano, di Bollate, di Magenta fino al Giornale di Monza, di Merate, di Olgiate, di Seregno, di Erba. "Gli azionisti nascono tipografi, il gruppo fa capo a Mario Farina, il più grosso stampatore indipendente di quotidiani con la Litosud - precisa Alessio Laurenzano, ad e presidente della capogruppo quotata Netweek e ad della DMedia group, la subholding cui fa capo l'attività editoriale - la chiave di volta è sviluppare nuove testate".

Le storie di ogni quotidiano poi, sono meglio di mille romanzi. Il Cittadino Giornale di Monza e della Brianza (30 mila copie vendute delle edizioni settimanali), uscì per la prima volta il 17 agosto 1899 dalla tipografia degli Artigianelli di Milano, espressione dei cattolici monzesi che volevano far sentire la loro voce in un momento molto difficile, in cui il non expedit di Pio IX li emarginava dalla scena politica italiana. Nel giugno 2006 la testata è stata acquisita dal gruppo Sesaab (Società Editrice Santi Alessandro, Ambrogio, Bassiano casa editrice fondata nel 1988 e di proprietà della diocesi di Bergamo) editore di molti giornali lombardi tra cui L'Eco di Bergamo, La Provincia, La Provincia di Lecco, di Sondrio, di Como. Ma ora le cose stanno cambiando. Si sta rafforzando l'impegno di Assolombarda nella compagine azionaria del Cittadino che si prenderà la maggioranza delle quote. Rimarranno comunque dentro Sesaab e la Chiesa di Monza. "Il nostro giornale è in edicola a Monza il giovedì - racconta il direttore Claudio Colombo - e il sabato escono quattro edizioni che riguardano quattro zone diverse della Brianza. E tra

le novità la settimana prossima usciremo con un giornale "Oltre i confini", scritto dai detenuti del carcere di Monza che inseriremo periodicamente nel giornale". Il mondo della stampa è sempre più variegato ma anche radicato. "Oltre il 70 per cento dei nostri lettori non legge altri quotidiani - spiegano all'Opq - Il nostro network riunisce le edizioni digitali di tutte le nostre testate in Lombardia (esclusa La Voce di Mantova), delle testate piemontesi Corriere di Novara, Eco di Biella, Eco Risveglio, Il Monferrato, Il Piccolo e di Gazzetta di Parma". Cui aggiungere MiTomorrow (390 mila lettori al giorno), l'unico quotidiano in distribuzione gratuita pomeridiana su Milano.

E Milano è l'anima delle pagine interne dei grandi quotidiani. Il Giorno, addirittura, ne ha fatto una filosofia. "Siamo più forti nelle zone limitrofe che in centro città dove abbiamo competitor molto potenti", dice Bruno Riffeser Monti, responsabile immagine e comunicazione della Poligrafici Editoriale. Buccinasco, Melegnano, Gaggiano, Corsico, San Donato sono solo alcuni dei comuni della cerchia d'influenza del quotidiano di QN. E, ovviamente, si parla delle pagine milanesi del Corriere della Sera e di Repubblica. "Il rapporto privilegiato con la città e con le pagine che la raccontano c'è da sempre - spiega Venanzio Postiglione, vice direttore del Corriere - da 142 anni con un'attenzione particolare, dagli anni '50 con 4/5 pagine al termine dello sfoglio nazionale e si chiamavano Cronache di Milano fino ad arrivare al 2000 con un dorso vero e proprio, un giornale nel giornale, costruito sul modello del Corriere nazionale con molta cronaca ma anche con l'editoriale tutti i giorni per dare la linea quotidiana, molte opinioni, molte inchieste, la politica, i quartieri, la vita delle persone". Un dorso da 24 pagine, quello del Corriere,

che si stimi raggiunga in città, tra carta e digitale, i 200 mila lettori. Senza dimenticare il ViviMilano, settimanale che esce il mercoledì che narra la vita della metropoli. "Il fatto che Milano abbia un periodo molto positivo è importante anche per noi del Corriere che rappresentiamo lo specchio della città".

Anche il Giornale dedica molta attenzione al territorio dove ha un forte radicamento. "Possiamo considerarci laboratorio della politica di centrodestra ma non solo: tanta città, società civile, appuntamenti culturali, terzo settore", aggiunge Giannino Della Fratina, responsabile della cronaca. Insomma, le città lombarde comunicano e a Milano ancora di più. Associazioni, comitati di quartiere, scuole, parrocchie hanno modo di trovare spazio sui giornali milanesi e non solo, capaci di intercettare problemi del territorio e di scatenare attenzione attraverso una vasta e variegata produzione di fogli, bollettini, riviste. A questo punto, sono migliaia le testate giornalistiche stampate e teradiodiffuse (solo di tv se ne contano 89 marchi) che trattano temi di vita sociale, culturale, religiosa, economica, politica della città e che hanno una diffusione di quartiere o cittadina. E, assieme alle televisioni locali, di cui GranMilano si era già occupata in passato, la stampa locale quotidiana e periodica è uno specchio molto più fedele del "sentiment" politico del cittadino medio: quello che appunto si abbevera poco all'informazione nazionale: e lì, prevalgono spesso il disagio, la richiesta alla politica di essere più concreta, persino lo sfogo dei malumori e delle paure. Insomma, per capire cosa avviene poi alle elezioni è spesso più utile sfogliare i giornali locali che il resto. In ogni caso, se nel paese la stampa è in crisi, in provincia va a gonfie vele.

Paola Bulbarelli