

**Italians**di **Beppe Severgnini**

## Ecco il Corriere per i «digItalians»

A metà degli anni Ottanta avevo i capelli neri, vivevo a Londra e scrivevo per il *Giornale* di Montanelli. Il biglietto da visita diceva: «London Bureau Chief». In effetti non c'era alcun ufficio da condurre, né uno staff da dirigere. Lavoravo solo in una stanza d'affitto — prima a Clapham South, poi a Notting Hill, infine a Kensington — e avevo tre fonti d'informazione: la tv e la radio, per capire cosa succedeva in Gran Bretagna; e i giornali italiani, per sapere cosa succedeva in Italia.

Ogni giorno uscivo a comprarli: il *Giornale*, il *Corriere della Sera*, la *Repubblica*, la *Stampa*, il *Sole 24 Ore*. Li trovavo tutti, in qualunque newsagent, tra gli avvocati e il vino rosso cileno. Cercate i giornali italiani, oggi, a Londra o in un'altra città straniera: è una caccia al tesoro (anche per il prezzo del giornale medesimo!). Quante copie di carta del *Corriere* arrivano ogni giorno a Detroit, Michigan? Forse una, sulla scrivania di Sergio Marchionne. Ma non è detto. Probabilmente legge l'edizione digitale. E non è una cosa diversa.

Perché il *Corriere* non è la carta su cui è stampato. È l'insieme di informazioni, spiegazioni, interpretazioni, previsioni, commenti, numeri, immagini e intrattenimento. È la velocità e la varietà di *Corriere.it*. Questo vi offriamo: non dodici fogli piegati a metà. Non importa dove ci leggete; l'importante è che ci riteniate degni d'essere letti.



**Si attiva online un abbonamento speciale per i nostri connazionali all'estero**

Non è la fine del giornalismo: è una rivoluzione industriale. È accaduto ai tessitori, ai macchinisti, ai linotipisti. Ora tocca a noi. Dispiace? Certo: alle macchine e ai materiali ci s'affeziona, come ai parenti (di più, dite?). Ma il rimpianto non può diventare feticismo. Stampare e distribuire copie di carta costa, e presto (2030?) diventerà insostenibile. Il pubblico che le pretende, ogni giorno, si riduce. Già oggi, dicevamo, portarle all'estero è diventato illogico, a meno d'averne un pubblico planetario, come *The Economist*, *FT*, *Wall Street Journal* e *New York Times*. Ma un pubblico planetario, a pensarci bene, ce l'ha anche il *Corriere della Sera*. La nuova diaspora italiana vuole sapere cosa accade in Italia: per capire, per preoccuparsi, per sperare, per decidere se restare o rientrare. Per capire qual è il nostro posto e il nostro ruolo nel mondo. Quattrocentomila italiani nell'Inghilterra del sud, cinquecentomila in Germania, duecentomila in Svizzera, altrettanti negli Stati Uniti, almeno centocinquanta mila tra Spagna, Belgio e Olanda, più di ventimila — giovanissimi — in Australia. Per loro — per questi lettori altrimenti irraggiungibili — abbiamo creato un abbonamento su misura, scontato del 35%. Un mese di prova gratuita. La promozione si attiva entrando dall'estero nel sito [www.digitalians.it](http://www.digitalians.it). Consente l'accesso alla versione digitale del quotidiano da tablet, computer e smartphone; accesso da smartphone a [corriere.it](http://corriere.it). C'è anche un servizio d'assistenza (controllato personalmente!): scrivete a [digitalians@corriere.it](mailto:digitalians@corriere.it). È un modo di andare incontro a lettori lontani: ci sembrava opportuno e doveroso. Italiani per nascita, *Italians* per scelta, digitali per età, necessità e formazione. *DigItalians*.