

Il neodirettore della testata free press lancia la sfida: diventerà un quotidiano da portare a casa

Farò di Leggo il giornale più letto

L'obiettivo di Laurenzi è arrivare a 4 milioni di lettori al giorno

DI MARCO CASTORO

Dal 19 aprile il quotidiano gratuito *Leggo* ha un nuovo direttore, Giancarlo Laurenzi, che ha lasciato la vicedirezione della *Stampa* per tuffarsi nella nuova avventura romana. Idee chiare, buona esperienza e un biglietto da visita che la dice lunga, la chiosa nel suo primo editoriale: «Non costiamo niente e offriamo tutto. Fate un po' voi!».

Domanda. Direttore, che giornale ha trovato?

Risposta. Ho trovato una redazione giovane, interessante, stimolante. Mi segue e tutti si sentono coinvolti dal progetto.

D. Che cosa le ha chiesto l'editore? Qual è la sua mission?

R. Di dare più peso al giornale, leggerino finora. E il peso non dipende solo dalla scelta degli argomenti - più politica ed economia, assenti fino a ieri che invece ho introdotto dal primo giorno della mia direzione - ma da come li si presenta. Dalla pulizia dell'impaginazione, dalla intensità della titolazione. Non abbiamo gli spazi dei più famosi quotidiani italiani, dobbiamo sfruttare ogni singolo centimetro delle pagine. La mia mission è diventare il giornale italiano più letto. E poi salire ancora, arrivare fino a 4 milioni di lettori al giorno. Sono un patito della scrittura, quando la ricerca estetica non diventa mero esercizio retorico. La mia ricetta è semplice: un giornale è informazione, meglio se ben scritta.

D. Come è avvenuto il contatto?

R. Azzurra Caltagi-

rone è giovane e ambiziosa, piena di idee. Di *Leggo* è l'ideatrice e prima ultrà. Mi ha contattato nel modo più semplice: chiamandomi. Ho subito apprezzato la sua decisione e allo stesso tempo il rispetto delle mie idee. Mi ha messo a mio agio dal primo minuto, in questo ambiente non è facile. Lasciare *La Stampa* è stata una grande sofferenza, dopo 11 anni c'è rimasta una fetta consistente di me, quando ho firmato le dimissioni il mio cuore sanguinava. Come al solito nella scelta è stata fondamentale mia moglie: a lei devo tutto, è il motore della mia vita, il vero direttore. E' nata e vissuta bene a Torino, mi ha detto: «Andiamo a Roma, è arrivato il momento».

D. Che impronta intende dare al suo nuovo giornale?

R. Bisogna migliorare di un bel po' la parte di servizio: i cinema, i programmi tv, gli appunta-

menti in città: da quelli più strettamente culturali a quelli più pop. Chi prende *Leggo* non deve avere più bisogno di nulla e voglio che la gente si porti *Leggo* a casa perché indispensabile alla propria giornata. Una sorta di malattia contagiosa. Insieme con Mauro Anelli, l'art director, stiamo studiando una profonda revisione grafica che offri-

remo ai lettori al ritorno dalle vacanze estive.

Sono certo che rimarranno a bocca aperta, uniremo quantità e qualità, saremo popolari ed eleganti.

D. Cambierà anche il sito?

R. Sul web stiamo riflettendo. Considerate che

siamo già il secondo sito dei giornali del Gruppo Caltagirone per contatti, e ogni giorno cresciamo in maniera esponenziale. Intendo dire: prima di modificare un qualcosa che funzioni bisogna pensarci bene. Mi piacerebbe introdurre i notiziari di tutte le squadre di calcio di A in tempo reale. Finito l'allenamento subito le novi-

remo ai lettori al ritorno dalle vacanze estive.

ta: un lavoro enorme, faticoso, ma possibile. Diventeremo un punto di riferimento per ogni tifoso.

D. Quante sono le edizioni? E le copie diffuse?

R. Distribuiamo 1,1 milioni di copie: abbiamo 15 edizioni con sei redazioni (Roma, Milano, Torino, Padova-Venezia, Napoli e Bari) e 28 professionisti. Più un robusto numero di collaboratori presenti sul territorio in maniera capillare, tendenzialmente a loro - e a noi - non sfugge niente.

Nella scelta di Leggo è stata fondamentale mia moglie: a lei devo tutto, è il motore della mia vita, il vero direttore



Giancarlo Laurenzi

Giancarlo Laurenzi è nato a Roma il 6 maggio 1965. Ha iniziato nel 1989 a *Il Tempo* dove è diventato capo dello sport (1996) e capo della cronaca (fino al 1999). Nel 1999 è passato a *La Stampa* dove è stato inviato di sport, capo dello sport (2005), prima di essere nominato da Giulio Anselmi caporedattore centrale (ottobre 2005). È stato responsabile del progetto di trasformazione del quotidiano torinese in tabloid (novembre 2006). A fine 2008 è diventato vicedirettore. Dal 19 aprile è direttore di *Leggo*. Sposato con Giorgia, ha due figli: Bianca (7 anni) e Alessandro (4). Hobby: cucinare.

D. Nell'editoriale di insediamento fa riferimento all'obiettivo di raccontare «quello che ci piace e quello che ci piacerebbe». A lei cosa le piace e cosa le piacerebbe di questa avventura?

R. Mi piace lavorare in una realtà senza legacci, nella quale si può dare libero sfogo alla fantasia. Mi piacerebbe aprire altre redazioni e penetrare le diverse realtà del nostro paese. L'editore è d'accordo: bisogna solo che la pubblicità (che ovviamente condiziona i nostri investimenti) riprenda a marciare secondo canoni smarriti negli ultimi anni a causa della crisi.

D. La spaventa la potenzialità di un bacino di oltre 2 milioni di persone? Può osannarti ma può anche divorarti...

R. Ho detto che voglio raddoppiarla...

D. Fino a qualche anno fa si poteva parlare di giornali di servizio del cittadino. Oggi a pensare al cittadino è rimasta solo la free press, i quotidiani sono diventati delle armi da guerra negli schieramenti politici...

R. A essere onesti non credo che al cittadino sia rimasta solo la free press, che pure rappresenta un'oasi interessante e che del servizio fa un must. Penso che i giornali italiani a pagamento siano fatti molto meglio dei rispettivi quotidiani esteri. L'unica cosa che trovo inaccettabile è la denigrazione dell'avversario, coinvolgendo anche gli aspetti privati che tali devono rimanere anche se si tratta di personaggi pubblici. Da destra e da sinistra.