



Leonardis (testate locali ex Gedi): “I giornalisti devono anche organizzare eventi”

12 Marzo 2023

Giornalisti che cambiano volto. Che non si occupano più soltanto di notizie. In un mondo dell'editoria che non può più puntare tutto soltanto sulla produzione di informazione.



E' il quadro del presente- non del futuro- che disegna Alberto Leonardis, presidente e amministratore delegato del Gruppo Sae (Il Tirreno, Nuova Ferrara, Gazzetta di Reggio, Gazzetta di Modena, Nuova Sardegna). In una intervista ad "Amolaradio on the road" ha detto: "La comunicazione deve essere integrata. Noi vogliamo fare editoria tradizionale e digital, accompagnata da organizzazione di eventi, da produzione di format". Nei suoi giornalisti Leonardis dice di cogliere "un approccio diverso rispetto al passato, una visione della comunicazione integrata. Noi vogliamo coinvolgere i giornalisti non solo nelle attività tradizionali, ma anche su progetti diversificati, che aprono nuove prospettive occupazionali anche per loro. La cultura del giornalista sta cambiando, nella direzione di responsabilità diverse e professionalità allargate".

VENDITA SUL MERCATO

Leonardis per la sua azienda non pensa di utilizzare meno persone, ma di "spostare esperienze e professionalità su vari fronti". Il suo obiettivo è una comunicazione fatta di vari strumenti da vendere sul mercato. Con giornalisti professionisti "pagati nel mondo giusto", con una parte decisiva nel progetto generale.

Sae ha cominciato ad acquistare testate dal Gruppo Gedi due anni fa. Ha chiuso il 2022 con 50 milioni di fatturato e un ebitda (profitto prima delle imposte) di un milione e 700 mila euro. Leonardis punta sull'editoria locale ed è convinto che "un editore puro ha la possibilità di guadagnare". Il Gruppo Sae in questo momento appare il più dinamico, nel mondo in crisi dell'editoria, dove in maggioranza si chiedono finanziamenti pubblici, sotto varie forme.

MAMME MAGAZINE

Il piano industriale 2023-2025 di Sae -illustrato su DailyMedia- prevede la quotazione in Borsa e il raggiungimento di un fatturato 2023 fra i 120 e i 150 milioni di euro. Nel piano c'è l'acquisizione di società specializzate in organizzazione di eventi, comunicazione d'impresa e degli enti pubblici, in produzione di contenuti audio-video, in produzione cinematografica per realizzare docufilm, reportage e docuserie di stampo giornalistico, sia da proporre a pagamento sulle piattaforme di Gruppo sia da vendere sul mercato tv. Altro progetto: un marketplace, "dove i cittadini dei territori su cui insistiamo -dice Leonardis- che sono territori ad alta produttività possono cercare e acquistare prodotti e servizi". Ultimo acquisto di Sae, il sito Mamme Magazine (direttore Luciano Tancredi, già responsabile di tutti i quotidiani del Gruppo, meno La Nuova Sardegna). Inoltre è stato stretto un accordo con SportVision Lab per realizzare pagine di statistiche calcistiche per i siti dei quotidiani. In cantiere ci sono un

periodico sulla cyber security e uno sull'economia circolare e energie rinnovabili, un mensile "Sani e Belli", podcast per tutte le testate, un Tg Social alla Gazzetta di Modena e audiovisivi quotidiani del Tirreno.

(nella foto, Alberto Leonardis)

