

Il gruppo presenta il nuovo corso del mensile Domus. Più digitale per rafforzarsi all'estero

Editoriale Domus cerca slancio

Contropiano dei giornalisti per evitare esuberi e chiusure

DI MARCO A. CAPISANI

Domus riparte sotto la nuova direzione di **Nicola Di Battista** (e la guida di **Giovanna Mazzocchi**, presidente dell'omonima editoriale), per diventare un mensile selettivo ma non elitario a priori, pronto a intercettare le nuove sfide con giovani architetti e a raccogliere le eredità passate con i grandi maestri. Intanto, però, nella sede della società a Rozzano, alle porte di Milano, i giornalisti discutono coi rappresentanti aziendali del loro contropiano per evitare 21 esuberi su 53 redattori complessivi e la chiusura delle tre testate *Meridiani*, *Volare* e *Quattro Ruotine*. Tra le proposte redazionali quelle di nuove iniziative soprattutto su digitale, tv (già esistente per *Quattroruote*) e radio, oltre che maggiori sinergie tra le testate del gruppo per approfittare dell'Expo 2015.

La vertenza sul prossimo stato di crisi (il terzo per l'editoriale a partire dal febbraio

2010) si concentra su come spingere il fatturato dopo che i costi hanno superato di 2 milioni i ricavi a fine 2012, esercizio chiuso con una perdita di 1,9 milioni di euro (vedere *ItaliaOggi* del 6/9/2013). Sempre alla fine dell'anno scorso, i ricavi diffusionali sono diminuiti del 12,6% a quota 21,7 milioni mentre quelli pubblicitari hanno contratto del 3,4% a quota 24,6 milioni.

Per il 2013 Editoriale Domus

punta quindi a rafforzare la raccolta pubblicitaria, arrivando a porre un argine al calo delle inserzioni fermandosi al -5/-6%. L'attenzione del responsabile della concessionaria interna **Massimo Bergia** è posta in particolare sul digitale che dovrebbe aumentare quest'anno del 20%, toccando quota 7,8 milioni di euro. Il digitale «permetterà anche

di consolidarci ulteriormente sui mercati esteri, come quelli americani», ha precisato ieri la brand manager **Anna Amodeo**, «dove le spese di spedizione dell'edizione cartacea iniziano a essere troppo onerose per i lettori». Solo per *Domus*, per esempio, l'estero assorbe il 49% della diffusione mentre il digitale ha già assicurato pubblicità per 300 mila euro nel 2012, budget che dovrebbe salire sulla soglia dei 450 mila quest'anno, in rapporto a una raccolta totale attesa di 3,1 milioni di euro per il mensile.

Nel frattempo, da ieri, il mensile di architettura, arte e design è ripartito in edicola col direttore Di Battista che ha fondato il Centro Studi per riunire una squadra di giovani architetti che proponano idee e fomentino il dibattito. Nasce in parallelo pure il Col-

legio dei Maestri, formato da nomi del calibro di **David Chipperfield**, **Kenneth Frampton**, **Hans Kollhoff**, **Werner Oechslin** ed **Edouardo Souto de Moura**. Obiettivo: «orientare la rivista sui trend del futuro, fare tesoro delle eredità feconde del passato», ha spiegato Di Battista, «senza essere una rivista settaria a priori e tornando invece all'architettura intesa come progetti per gli uomini prima ancora che per i clienti (degli stessi architetti, ndr)». In pagina, infine, la nuova *Domus* battezza pure le sezioni Progetti e Coriandoli, quest'ultima incentrata su tutti gli strumenti necessari a un architetto «per fare bene l'architetto».

Si preannuncia quindi un 2013 intenso per Giovanna Mazzocchi che dovrà trovare la strada del rilancio aziendale ma ha già iniziato in salita l'anno con la candidatura (senza elezione) alle ultime elezioni politiche con la lista di **Mario Monti**.

© Riproduzione riservata