

OSSERVATORIO PERMANENTE GIOVANI-EDITORI

# Big match dell'editoria a Bagnaia

## Primo confronto tra i direttori di New York Times e Wall Street Journal

16

di Cesare Peruzzi

**Q**uando il gioco si fa duro, i duri cominciano a giocare. La celebre frase detta da John Belushi in *Animal House*, film cult del 1978, descrive bene il senso di un incontro inedito che si verificherà sabato 25 maggio a Bagnaia, in provincia di Siena, nel corso dell'ottava edizione di "Crescere tra le righe". Gerard Baker e Jill Abramson, direttori rispettivamente del *Wall Street Journal* e del *New York Times*, le due corazzate dell'informazione americana e mondiale, una vicina allo spirito conservatore e alla cultura del mercato, l'altra d'ispirazione liberal, parteciperanno alla due giorni sull'editoria organizzata dall'Osservatorio permanente Giovani-Editori presieduto da Andrea Ceccherini e, per la prima volta, si confronteranno in pubblico sul futuro di un settore in crisi, ma indispensabile alla democrazia.

L'obiettivo del convegno che si aprirà venerdì 24 nel borgo toscano in effetti è ambizioso: aiutare gli editori ad avere più coraggio e visione strategica, per individuare un nuovo modello di business che salvaguardi (o aiuti a ritrovare) l'autorevolezza e l'indipendenza dell'informazione.

Con i politici lasciati fuori dalla porta (non ci saranno esponenti italiani di partito o di Governo) e la platea formata da 251 studenti (sugli oltre 2 milioni) che hanno preso parte al progetto del "Quotidiano in classe", il confronto sarà tra protagonisti: Benito Benedini e John Elkann, presidenti rispettivamente del *Sole 24 Ore* e della *Stampa*; l'amministratore delegato di Rcs media group, Scott Jovane, quelli di *New News corporation*, Robert Thomson, e di *Axel Springer*; Mathias Doepfner; il premio Pulitzer Peter Kann e Roberto Napolitano, direttore del *Sole 24 Ore*, Ferruccio de Bortoli del *Corriere della Sera*, Mario Calabresi della *Stampa* e Giovanni Morandi del *Qn*.

Ci saranno anche imprenditori come il leader di *Confindustria* Giorgio Napolitano, banchieri come Alessandro Profumo (Mps), Federico Ghizzoni (Unicredit),

Enrico Cucchiani (Intesa Sanpaolo), Giovanni Bazoli e Giuseppe Guzzetti, il presidente del Pontificio Consiglio della cultura Gianfranco Ravasi e l'ambasciatore americano in Italia, David Thorne. E, con un colpo a effetto annunciato ieri dall'Osservatorio permanente Giovani-Editori, per la prima volta l'inedita accoppiata Baker-Abramson.

«Spero che due leader internazionali di questo calibro - commenta Ceccherini - possano ispirare gli editori italiani nel ritrovare la rotta perduta. Oggi c'è più bisogno che mai di infondere fiducia e coraggio a un mondo dell'editoria che deve rimboccarsi le maniche piuttosto che piangersi addosso - aggiunge il presidente dell'Osservatorio -. Sarà questo lo spirito di Bagnaia: quello di chi vuol suonare la carica per spingere i nostri editori a giocare più in attacco e meno in difesa».

La ricetta "sacchiana" di Ceccherini prenderà le mosse da due ricerche realizzate da GfK-Eurisko sull'indice di gradimento dei media nell'universo giovane e sul comportamento di un campione di mille studenti di tutta Italia del progetto il "Quotidiano in classe" che hanno letto i giornali in versione digitale e altri mille che invece l'hanno fatto nel formato cartaceo. Nessuno sembra in grado di dispensare certezze, e anche negli Stati Uniti dove l'avventura digitale ha fatto più strada non mancano esempi di segno contrario, con testate che tornano alla distribuzione tradizionale e investitori che (almeno per quanto riguarda la stampa locale) investono sul futuro della carta.

L'appuntamento di Bagnaia ha il pregio di mettere a confronto esperienze diverse in ambito internazionale, offrendo ai giovani che formeranno la stragrande maggioranza del pubblico l'opportunità davvero speciale di porre domande e ascoltare l'opinione di alcuni dei big del settore, che a loro volta potranno mettere a frutto le indicazioni degli studenti. La partita dell'editoria non è semplice, ma il risultato dipende dall'intensità con cui sarà giocata. E quando il gioco si fa duro...

### L'OSSERVATORIO

#### La fondazione

■ L'Osservatorio Giovani-Editori nasce nel giugno 2000, dopo aver preso coscienza del fatto che dal 1975 al 2000 in Italia si è perso oltre un milione di lettori acquirenti di quotidiani.

#### Il ruolo

■ La missione è quella di aiutare i giovani a sviluppare - con la lettura dei quotidiani - lo

spirito che rende l'uomo libero.

#### Gli alleati

■ Aderiscono all'Osservatorio il *Corriere della Sera*, *Il Sole 24 Ore*, *La Nazione*, *Il Giorno*, *Il Resto del Carlino*, *L'Unione Sarda*, *l'Adige*, *Il Tempo*, *L'Arena*, *Il Giornale di Vicenza*, *Bresciaoggi*, *La Stampa*, *la Gazzetta di Parma*, *Il Gazzettino*, *la Gazzetta dello Sport* e *l'Osservatore Romano*.