



Il Gazzettino punta all'adv nazionale e si rilancia con un restyling, il quotidiano "nuovo" in edicola domani

La testata edita dal gruppo Caltagirone Editore festeggia 130 anni di vita; tra le novità introdotte spiccano il formato berliner, il full color e la sezione "Macro" del Messaggero, dedicata alle soft news

10

Media Il Gazzettino punta all'advertising nazionale e si rilancia con un restyling, in edicola da domani

Il quotidiano edito da Caltagirone Editore festeggia 130 anni di vita; tra le novità introdotte spiccano il formato berliner, il full color, e la sezione "Macro" del Messaggero per le soft news

di Silvia Antonini

E' in edicola domani il restyling de Il Gazzettino, che si rilancia in occasione dei 130 anni di pubblicazioni. Il quotidiano della Caltagirone Editore punta a rafforzarsi soprattutto sul fronte della raccolta nazionale, per attirare gli investitori istituzionali che ancora mancano all'appello sulle pagine del giornale, già ben radicato sul territorio. Attualmente la locale è prevalente, ma la concessionaria Piemme punta a raggiungere un rapporto paritario di presenza tra questa e la nazionale. Complessivamente, l'adv sul Gazzettino è in calo del 4%: «Un andamento in linea con quello del Gruppo, ma migliore della media di mercato di riferimento - spiega Franco Cisco, amministratore delegato della Piemme -. Il Gazzettino è una testata che opera in un'area tra le più importanti in Italia per imprese e consumi. Questo rilancio è importante per conquistare terreno a livello nazionale, rafforzando comunque la leadership che già abbiamo sul territorio». Il Gazzettino, grazie anche all'introduzione del full color, entra nel sistema già inaugurato per Il Messaggero e Il Mattino con l'obiettivo di sviluppare progetti comuni da condividere tra i quotidiani del Gruppo Caltagirone e portare i grandi investitori nazionali sulle pagine della testata veneziana. «Il modello collaudato da Il Mattino ha portato quest'ultimo a passare da giornale di area a punto di riferimento per Campania e centro-



In questa foto, il direttore del quotidiano Il Gazzettino, Roberto Papetti

sud» continua Cisco. Complessivamente, la raccolta del Gruppo registra un andamento negativo tra il 4,5% e il 5%, con un andamento invece positivo del digitale intorno al 4%.

Il restyling

Il Gazzettino passa dal formato tabloid piccolo al berliner, adottando il full color e una grafica firmata dallo studio Sergio Juan di Barcellona, che ha realizzato molti progetti per quotidiani tra cui quello de Il Messaggero e del Sole 24 Ore. Il colore avrà un ruolo importante perché verrà utilizzato per identificare le diverse sezioni del giornale. «Per realizzare questo progetto il Gruppo ha investito oltre 5 milioni di euro nell'acquisto di una rotativa KBA, che entrerà in funzione stanotte.

La rotativa si trova nella sede del Gazzettino, l'unico quotidiano ad avere un ciclo produttivo tutto interno» spiega il direttore, Roberto Papetti. «Il rilancio riguarda sia la grafica, sia i contenuti. Ma conserviamo il logo, per mantenere una continuità con la tradizione del giornale. Conserviamo anche l'impostazione del giornale, che ha due anime: quella nazionale e quella locale». Il Gazzettino mediamente diffonde oltre 60mila copie, nello scorso luglio si è avvicinato alle 61mila (dato ADS luglio 2017), e oltre al dorso nazionale vanta sette edizioni locali. «Ogni giorno, al netto della pubblicità, pubblichiamo circa 180 pagine, e con questo restyling le supereremo. Per le pagine nazionali abbiamo mutuato dal Messaggero la sezione

"Macro" dedicata a cultura, spettacolo e notizie diverse sulla società, che fa da confine tra la prima parte con le hard news e la seconda dedicata a sport e rubriche». Su una foliazione media complessiva di 60 pagine (per le edizioni più importanti quali ad esempio Venezia e Rovigo, ndr) 28 sono nazionali e 32 locali. Il colore distintivo delle pagine locali sarà il rosso, mentre lo sport è identificato dall'arancione. Anche il lettering è distintivo nelle varie sezioni, quello nazionale più morbido di quello locale, che invece è più evidente, mentre sullo sport si cerca un effetto anche più forte, incisivo e "urlato".

Iniziativa a sostegno del restyling

Il lancio del nuovo Gazzettino è sostenuto in primo luogo da una gala che si tiene questa sera a Venezia presso il Palazzo Ducale, alla presenza del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella. Durante la serata sarà proiettato un documentario di Rai Storia dedicato alla storia della testata veneta, e si terranno due talk condotti da Alessio Vinci, uno dedicato al tema nel Nord-Est con Ilvo Diamanti e Romano Prodi, il secondo sul rapporto tra territorio e quotidiano, con Federica Pellegrini, Arrigo Cipriani, Carlo Nordio e il direttore Papetti. Una campagna radio, tv e affissioni è in corso per un mese su mezzi areali, a cui si aggiunge un vaporetto veneziano interamente "vestito" con il logo del giornale. La concessionaria organizzerà momenti di condivisione sul territorio, con esponenti delle istituzioni e del mondo imprenditoriale di ogni singola provincia.