

PIANO EDITORIALE E ORGANIZZATIVO

SISTEMA CORRIERE DELLA SERA

SITUAZIONE ATTUALE

Il sistema Corriere della Sera ha avuto negli ultimi anni una forte trasformazione. Il sito web compete per la leadership, sono nati nuovi canali d'informazione e tematici (cronache locali di Milano, Roma, Bergamo, Brescia. Salute, Scienze, Motori, Vivimilano, Economia, Scuola), la Digital edition è in forte crescita, sono state lanciate numerose applicazioni dedicate e di servizio (dal Vivimilano all'Imu). Completano il quadro delle iniziative una produzione rilevante di libri del Corriere, tanti blog multiautore di successo, la community del Corriere, un sistema tv con dirette e produzioni originali.

Sulla carta sono stati realizzati prodotti nuovi come la Lettura, le cronache locali di Bergamo e Brescia.

E' in corso la trasformazione tecnologica (passaggio al sistema Methode multiplatforma) che entro la fine dell'anno, completati i corsi, permetterà a tutti i giornalisti di lavorare su un unico sistema per la carta e il digitale.

Dal punto di vista organizzativo ed editoriale sono partite le redazioni integrate di Milano, Roma, Salute, Motori, Economia, Vivimilano. Una sperimentazione per alcuni versi positiva ma per altri incompleta: in alcune redazioni web e carta stanno accanto fisicamente ma sono ancora separati nell'ideazione e nella produzione.

GIORNALE DI CARTA

E' necessario un ripensamento più radicale. Il Corriere della Sera, ora al centro di un sistema complesso e ininterrotto di informazione, deve diventare rapidamente un prodotto molto più selezionato negli argomenti, capace di non seguire un'agenda di giornata che al mattino dopo sarà inevitabilmente usurata. Deve dare, in ogni pagina, un valore informativo e di opinione che meritino l'acquisto in edicola. I nostri pezzi rituali vanno

aboliti, una notizia d'agenzia può essere solo lo spunto per fornire al lettore qualcosa di davvero diverso da quello che in larghissima parte già conosce.

Esclusiva, originalità, approfondimento, inchiesta, spiegazione, informazione di servizio e opinioni che orientino il lettore debbono essere i tratti ancora più distintivi del nuovo giornale.

Il quotidiano dovrà avere una foliazione più contenuta nei giorni lavorativi della settimana. Non dobbiamo più dare al lettore tantissime cose lasciandogli il peso di scegliere: ha poco tempo da dedicare alla lettura, dobbiamo essere noi a selezionare per lui.

In particolare più asciuttezza nei primi piani e nel notiziario, riduzione della parti d'informazione ormai azzerate dal web, revisione della foliazione in tutti i settori e nelle cronache locali.

L'altra faccia della medaglia è il giornale del fine settimana (con la Lettura, il Salute alla domenica, i Tempi Liberi al sabato, o al venerdì e al sabato), la progettazione di prodotti di approfondimento nel quotidiano (come Mondì negli Esteri o le guide di servizio nell'Economia, ma anche inchieste di peso nelle cronache o nel politico) e fuori del quotidiano (instant book nella forma cartacea e digitale, libri e applicazioni di servizio o d'inchiesta), il rafforzamento della nostra presenza settimanale e quotidiana nell'Economia.

TEMPI LIBERI E CANALI VERTICALI

Le pagine dei Tempi Liberi, in uscita il Sabato (o il venerdì e il Sabato), diventeranno un laboratorio di lavoro su tre piani: carta, canali verticali, eventi.

La redazione avrà il compito di seguire le pagine e l'evoluzione/arricchimento digitale per i settori di sua competenza: società/famiglie; Viaggi (canale Viaggi); Cucina (canale cucina); design (canale Living); Moda e Benessere; Tecnologia.

La redazione potrebbe essere anche a centro dell'ideazione di eventi collegati.

E' fondamentale che ideazione e realizzazione dei servizi restino aperte a tutte le firme del giornale. Per questo si manterrà la riunione aperta del lunedì, oltre alla possibilità di ricevere proposte durante la settimana.

NUOVA FOLIAZIONE

Principali novità: Nuova foliazione della parte nazionale e delle cronache locali, Settimanale dei Tempi Liberi (16 pagine al sabato o due uscite venerdì e sabato: 10 pagine più 10 pagine. Il venerdì dedicato a viaggi e Food, il sabato a società, moda, benessere, living), un inserto del quotidiano dedicato a Scienza e tecnologia.

L'obiettivo è una riduzione media di 6 pagine.

RIFORMA GRAFICA

Indispensabile una riforma grafica che metta in rilievo questo lavoro. Semplicità, chiarezza, valorizzazione dei contenuti esclusivi e dell'immagine. Saranno abolite le vetrine di sezione e verrà dedicata particolare attenzione al valore informativo delle foto.

Punto centrale è l'utilizzazione del book grafico per tutto il giornale salvo rarissime eccezioni. Parallelamente sarà promossa la formazione di competenze grafiche sui prodotti digitali e dell'attività di photo editor.

CORRIERE.IT

NUOVO SITO

E' in corso di lavorazione il progetto del nuovo sito che risponderà all'esigenza di dare maggiore profondità di lettura alla nostra offerta. La navigazione seguirà un orientamento orizzontale e la verticalità sarà data dai canali che saranno rafforzati, rendendoli più accessibili e di elevato livello informativo e di servizio.

Ogni sezione avrà il suo canale digitale: entro la fine dell'anno partiranno quelli di Sport e Spettacoli e i canali verticali dei Tempi Liberi: food, moda, living, viaggi.

I blog multiautore di successo potranno dare vita a veri e propri canali.

A fronte di un progetto che mira a rafforzare l'ampiezza e la qualità dell'informazione online potranno essere sperimentate forme di pagamento con i sistemi paywall o premium da definire con l'azienda.

CORRIERE TV

E' previsto il potenziamento e l'allargamento dell'offerta di quella che è l'unica web tv nel panorama italiano. Essere una web tv e non soltanto un canale televisivo conferisce agilità, molteplicità di offerta e fruizione dei contenuti in movimento.

Gli eventi live, le inchieste, i servizi corredati da interviste video, la copertura di avvenimenti a 360 gradi mireranno a rendere Corriere Tv non più solo un complemento informativo ma un asse portante del sistema Corriere che dalla carta arriva al web, al mobile e torna alla carta.

Le fiction, figlie dei temi del giornale di carta e dei blog (i.e. Mamma Imperfetta), devono rappresentare la capacità del Corriere della Sera di affrontare argomenti importanti della vita dei cittadini.

A questo proposito si sta progettando Corriere Jam un'intera piattaforma che permetterà di accogliere (con la dovuta moderazione) quei contenuti visivi generati dagli utenti che altrimenti troverebbero spazio solo su piattaforme come YouTube.

MOBILE

Lo smartphone (in alcuni casi di dimensioni tali da supportare anche lo sfogliatore) rappresenterà nei prossimi anni lo snodo informativo soprattutto per le nuove generazioni. Sarà progettato un prodotto specifico, non automatico come adesso, per gli smartphone, che sarà seguito da giornalisti dedicati.

SOCIAL MEDIA

La presenza sempre più massiccia sui social media sia delle testate e delle sezioni sia di singoli giornalisti è già un buon punto di partenza. Alla presenza su piattaforme come Facebook e Twitter abbiamo associato la community del Corriere della sera <Passaparola>. Il suo semplice lancio ha fatto aumentare in maniera consistente i commenti dei lettori.

E' chiaro che l'interazione tra giornalisti e community andrà crescendo. In questo senso ogni giornalista dovrà sentirsi social editor. La trasformazione che sta determinando Internet nella professione è anche legata all'essere sempre più immersi in una comunità di cittadini dove l'essere chiusi è sinonimo di autoesclusione.

La direzione ha in progetto di definire con gli organismi sindacali e a redazione le regole per la partecipazione ai social media dei giornalisti del Corriere della Sera.

DIGITAL EDITION

Deve diventare il secondo pilastro, e in prospettiva di medio termine anche il primo, della fruizione del sistema Corriere a pagamento.

Chi paga per la Digital edition leggerà un'edizione con lo sfogliatore che dovremo integrare sempre più con contenuti multimediali. Si dovrà lavorare a un aggiornamento delle notizie contenute nel giornale di carta, a una serie di contenuti premium, sia video che cartacei, ad applicazioni per gli approfondimenti e a un aggregatore dei temi di proprio interesse. I lettori della Digital edition saranno membri del Club Corriere della Sera, con prezzi particolari per gli ebook del giornale ma anche con l'offerta di una serie di prodotti di qualità (dai viaggi alla cultura alla tecnologia). La Web tv offrirà su questa piattaforma eventi live. Il lettore avrà accesso alla community con la possibilità di interagire con i giornalisti del Corriere. Sarà presente una rubrica di dialogo dei lettori con il direttore.

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

Il passaggio di fine anno con il completamento dei corsi di formazione per il nuovo sistema Methode multiplatforma è determinante. Va previsto immediatamente anche un programma di formazione video e per il pieno utilizzo dei social media (finora questa parte della formazione era facoltativa).

L'obiettivo della nuova organizzazione del lavoro è arrivare nel primo semestre del prossimo anno ad una redazione completamente integrata. Ogni settore, prevedendo l'organizzazione adeguata, produrrà verticalmente i propri contenuti per la carta, il web, la digital edition e tutte le altre piattaforme distributive. Il programma di sviluppo delle redazioni integrate (già avviato con Salute, Motori, Milano, Roma, Economia e ViviMilano) andrà avanti progressivamente con Scuola, Food, Sport, Spettacoli, Living, Moda e via via tutte le altre redazioni, utilizzando anche le collaborazioni necessarie che possono essere fornite dalle competenze specializzate di Rcs media e dalle società di servizio che lavorano alla parte video.

L'obiettivo è di porre fine alla separazione di giornalisti per la carta e giornalisti per il web, ogni collega dovrà essere multimediale e multiplatforma.

SCHEMA ORGANIZZATIVO

Questi sono gli elementi essenziali della nuova organizzazione del giornale:

- Desk centrale multiplatforma
- Desk e redazione dedicati alle breaking news, alla Home page del Corriere.it e al coordinamento del sito e del Corriere.tv
- Desk collegato al Corriere.it per la Digital edition e per il Corriere su smartphone
- Individuazione della figura del Social editor

- Redazione integrata per ogni canale che sarà gestito direttamente dal settore, in coordinamento con l'ufficio centrale e il responsabile dell'homepage. Organizzazione dei turni di lavoro per la copertura delle diverse piattaforme.
- Semplificazione e snellimento del lavoro di desk sulla carta e del lavoro grafico con il book per dedicare maggior cura all'immagine dei prodotti
- Programma di rafforzamento e crescita di giovani competenze per dare qualità e valore sulle diverse piattaforme
- Definizione di un flusso del lavoro che individui bene le scelte da fare rispetto alle diverse piattaforme, sia per i giornalisti che scrivono sia per i coordinatori centrali e delle redazioni. Nessun punto del sistema dovrà sentirsi separato dall'altro.
- Creazione di un desk redazionale per i Tempi Liberi e per i canali verticali Food, moda, living, viaggi.
- Lavoro notturno a rotazione con la possibilità di svolgerlo da casa con postazioni di telelavoro
- Riorganizzazione dei desk e delle redazioni delle cronache di Roma e Milano

PIANTA ORGANICA

Con il Cdr la direzione è pronta ad aprire un confronto sulla nuova pianta organica
In tempi brevi sarà avviato il bando per dedicare ai nuovi canali e alle nuove funzioni dalle 10 alle 15 unità.