

Il Corriere della Sera ha nelle piattaforme digitali il suo punto di forza. L'adozione del paywall nel 2016, il rafforzamento dei prodotti e della qualità editoriale sul web, la diversificazione della nostra attività (app, corriere tv, newsletter, podcast, social, canali verticali), l'integrazione del lavoro redazionale carta-digitale hanno permesso al Corriere di conquistare la leadership in termini di traffico ma soprattutto di raggiungere, in questi giorni, i 500.000 abbonati, un risultato unico in Italia e rilevante anche a livello europeo. È un percorso che vogliamo arricchire e accelerare perché siamo sicuri che obiettivi ambiziosi sono raggiungibili nei prossimi anni. Ci sono tutte le condizioni per crescere nel 2023 del 20 per cento sia in termini di abbonamenti che di traffico.

Per queste ragioni presentiamo alla redazione un progetto di attività editoriale e una riorganizzazione che deve favorire l'affermazione completa del lavoro sulle piattaforme digitali nei modi e negli orari più opportuni, con la piena valorizzazione delle competenze e delle mansioni dei giornalisti nella redazione centrale e in quelle decentrate o locali.

L'obiettivo è la costruzione di un sistema davvero «digital first» in cui il nostro lavoro sulla carta sarà una parte essenziale e complementare

Dal punto di vista editoriale il 2023 sarà caratterizzato dal lavoro sui seguenti progetti:

- 1) un lavoro prioritario su tutte le nostre edizioni locali per farle diventare competitive sul digitale in ogni parte del Paese. La fusione dei dorsi locali che scatterà dal prossimo anno sarà l'occasione per rendere ancora più integrato il modello editoriale e organizzativo che sarà favorito anche dall'adozione del nuovo sistema editoriale;
- 2) i canali delle diverse sezioni del giornale e i canali verticali debbono diventare il cuore della nostra offerta informativa, con capacità di aggiornamento, analisi e approfondimento;
- 3) dovranno essere studiati e programmati format editoriali nuovi, sfruttando tutte le potenzialità di interattività del web, per migliorare la nostra capacità di inchiesta e approfondimento;
- 4) sarà rafforzata la parte di racconto e di servizio in settori importanti come l'economia, la finanza e le attività professionali;
- 5) sarà riorganizzato e approfondito il nostro lavoro Seo e social per una presenza piena su tutto l'universo digitale, per coglierne tutte le opportunità;
- 6) verranno programmati attività e prodotti dedicati agli abbonati, continuando un'esperienza positiva già avviata;
- 7) sarà potenziata l'attività video, di cronaca, inchiesta e approfondimento, sia sul nostro sito sia nei formati utili per i diversi social network.

L'accelerazione della nostra strategia digitale comporta alcune scelte organizzative che debbono renderla possibile e permettere alla nostra attività di concentrare qualità e forze nei momenti decisivi della giornata.

La direzione indica per queste ragioni alcuni punti di riorganizzazione che dovranno partire dall'inizio del prossimo anno.

Il turno che copre dalle 7 la prima parte della giornata, strategico per la quantità e qualità del nostro lavoro digitale, dovrà essere rafforzato con la presenza di una quota del 40% dei giornalisti presenti nelle diverse redazioni. Con i capidesk si metterà a punto, sezione per sezione, la nuova organizzazione, nel rispetto dell'orario di lavoro previsto dal contratto e dagli accordi aziendali.

Occorre inoltre che almeno un deskista sia pienamente dedicato all'online per ogni turno di lavoro: che segua cioè il flusso delle notizie e delle agenzie, che organizzi con i colleghi gli articoli, che «passi» i pezzi

come avviene per la carta e sia consapevole di ciò che stanno facendo i principali concorrenti.

È molto rilevante presentarsi alle 7 con un'offerta che sia pronta e completa. Ciò comporta la programmazione e preparazione di tutto quello che è possibile già dalla sera prima e l'anticipo alle 6 del mattino di una presenza del desk web, oltre all'attività di caricamento in home che può essere svolta dal collega che copre il super notturno. Dobbiamo recuperare nei tempi di caricamento lo svantaggio che tuttora abbiamo rispetto al nostro principale concorrente.

La riunione del mattino avrà come attività prioritaria la programmazione del lavoro giornalistico digitale nel corso della giornata, decidendo quali sono scelte ed esclusive che si riservano alla carta, con la definizione di un palinsesto della giornata.

Verrà costituito un nucleo redazionale dedicato alle attività di Seo e Analytics con un suo responsabile dentro il desk di Corriere.it. Tutti i dati sulla nostra attività nel giorno precedente e le indicazioni per la giornata da costruire verranno illustrati e condivisi nella riunione del mattino. Saranno dedicate risorse alla parte di grafica e infografica web

Per favorire la presenza al mattino e alleggerire il flusso e la quantità del lavoro sulla carta si propongono le seguenti azioni:

- 1) continuerà l'azione di contenimento delle foliazioni sia nel giornale centrale che nei dorsi e nei prodotti settimanali;
- 2) va reso più semplice e ordinato il flusso del lavoro sulla carta. L'ufficio centrale assieme alle redazioni farà caricare una quota importante delle pagine (circa il 50 per cento) prima dell'ora di pranzo utilizzando i book grafici. Naturalmente è necessario un cambio d'orario sia nelle presenze della tipografia che, in parte, della redazione grafica;
- 3) la riunione del pomeriggio viene anticipata alle 15 e la chiusura redazionale alle 22, salvo per le pagine dedicate a eventi sportivi o politici serali;
- 4) le pagine di cultura, spettacoli, parte dell'Economia e altre del resto dello sfoglio, decise dopo riunione del mattino, chiuderanno tra le 20 e le 21;
- 5) dopo la riunione delle 17,30, o in un altro momento da definire con i responsabili del web e dei diversi canali, si terrà un punto per preparare e programmare la serata e il mattino successivo;
- 6) l'ufficio centrale dovrà verificare che le pagine vengano cambiate solo nei casi di effettiva necessità legata a notizie rilevanti. Le ribattute notturne saranno limitate solo a cambiamenti davvero importanti, mentre tutti gli aggiornamenti saranno destinati al web;
- 7) va stabilito un coordinamento stretto carta-web in modo che non ci siano sovrapposizioni e doppioni nel lavoro sullo stesso argomento. Tutti gli inviati che coprono un evento debbono essere coinvolti e avere come loro primo riferimento il lavoro sul web.

Cari colleghi, vi invio il riepilogo degli interventi previsti sulle foliazioni che vi ho annunciato nei nostri incontri

Foliazione Corriere Nazionale: riduzione di 1,5 pagine medie giorno sul primo sfoglio del giornale.

Settimanali

Buone Notizie: entra nella foliazione del Corriere nazionale con 8 pagine medie. Mantiene il suo giorno di

uscita (il martedì). Sono previsti due numeri speciali di Buone Notizie come supplemento esterno al quotidiano.

ViviMilano: passa dall'attuale formato magazine al formato quotidiano pinzato con una foliazione media 28 pagine.

Il Corriere Salute: entra nella foliazione del Corriere nazionale con una media di 10 pagine. Sposta il suo giorno di uscita dal giovedì alla domenica. Sono previsti tre numeri speciali di Corriere Salute come supplemento esterno al quotidiano.

La Lettura: è prevista una riduzione della foliazione media di 8 pagine.

Mensili:

Taglio di 6/8 pagine medie rispetto al 2022 su Cook, Pianeta 2030, Login.

Edizioni locali:

Milano: foliazione media annua 2023 a 16 pagine contro le 17 pagine medie annue del 2022.

Bergamo: foliazione base a 8 pagine

Brescia: foliazione base a 8 pagine

Roma: foliazione media annua 2023 a 14 pagine contro le 15,4 pagine medie annue del 2022.

Bologna: foliazione media annua 2023 a 14 pagine contro le 15,5 pagine medie annue del 2022

Firenze: foliazione media annua 2023 a 12 pagine contro le 15 pagine medie annue del 2022

Campania: foliazione media annua 2023 a 12 pagine contro le 15 pagine nel 2022.

Puglia: foliazione media annua 2023 a 12 pagine come nel 2022.

Veneto: foliazione media annua 2023 a 17 pagine contro le 17,2 del 2022

Torino: foliazione media annua 2023 a 14 pagine contro le 16,3 del 2022

Trentino e Alto Adige foliazione media annua 2023 a 12 pagine come nel 2022