

Editoria. Tempi ritorna: «La realtà letta in modo originale»

PAOLO VIANA

Rieccoci. Si presenta con questo titolo di copertina il “nuovo” Tempi. Ai meno giovani, torna alla memoria il “do-ve eravamo rimasti?” con cui si ripresentò al suo pubblico Enzo Tortora, ma nel caso del settimanale di area ciellina non c’è magistrato o pentito con cui prendersela. La crisi del settimanale di Luigi Amicone (poi sostituito al timone da Alessandro Giuli) è interamente figlia della crisi economica, che ha prosciugato il serbatoio pubblicitario. Il neo direttore Emanuele Boffi lo ammette senza reticenze, raccontandoci questa ripartenza della storica rivista che per 23 anni ha molto parlato e molto ha fatto parlare di sé, anche nel mondo cattolico. Un rilancio che sa di novità, sia perché la periodicità passa da settimanale a mensile, sia perché la formula editoriale della cooperativa Contrattempi, sostenuta da **Sorgente Group** e Musa Comunicazione, scommette interamente ed esclusivamente sull’abbonato. **Partiamo dalla fine: perché ha chiuso Tempi?** Perché sono calati gli investimenti pubblicitari. Lo dicono i numeri. I lettori non hanno subito flessioni significative, ma il bilan-

cio del settimanale era insostenibile senza una raccolta pubblicitaria importante e nell’ottobre scorso abbiamo chiuso, per costituire una cooperativa di giornalisti e riaprire in questi giorni un mensile dai costi molto più contenuti e dall’organizzazione più flessibile.

Avete sempre dedicato una grande attenzione alla politica: sperate che una vittoria del Centrodestra il 4 marzo possa riportare indietro i Tempi?

A dirla tutta, chi vince le prossime elezioni è irrilevante per il destino di un’impresa editoriale, perché ci sono risorse pubblicitarie limitate sul mercato e perché la politica non le controlla più. Quindi, bisogna ragionare secondo altre logiche: tornare a parlare al lettore e inventarsi cose nuove. Quello che faremo noi: forniremo un bel giornale agli abbonati e offriremo la competenza dei nostri giornalisti per eventi e servizi. Ovviamente il passaggio decisivo è stato abbassare l’asticella dei costi, passando dal settimanale al mensile, ma la nostra formula si basa soprattutto sulla convinzione che sia possibile produrre e vendere un giornale per raccontare la realtà in modo originale.

Quale lettore cercate?

Chi ama la bella scrittura. Churchill diceva che un uomo che non sa scrivere non è degno d’attenzione. A chi si abbona offriamo la realtà ben scritta e ben descritta, interpretata secondo i nostri lavori e l’esperienza di giornalisti ed editorialisti che hanno vissuto le realtà che raccontano. Inoltre, lo faremo con uno stile, quando necessario, ironico, perché immaginiamo di parlare a lettori intelligenti, che vogliono cogliere tutte le sfumature della vita.

Lettori ciellini?

Non ci definiamo ciellini, per quanto lo siano le storie personali di alcuni giornalisti di Tempi, e con il nuovo mensile vogliamo parlare a tutti, cattolici e laici. Italiani.

Tempi sarà sul web?

Gli articoli venduti agli abbonati non si troveranno in rete, perché trufferemmo i lettori. So bene che si fa, so bene che altri lo fanno, ma noi crediamo che si debba stringere un nuovo patto con il lettore, rinunciando a diffondere i contenuti con internet. Non significa che non saremo nella rete. Il sito web di Tempi seguirà i fatti di cronaca offrendo commenti più immediati, mentre la rivista di approfondimento, con la sua lettura articolata e documentata della realtà, la si potrà leggere solo quando la consegnerà il postino.

Lo storico settimanale diventa mensile. Il neo direttore Boffi: «Cerchiamo lettori che amino la bella scrittura»



Il direttore di Tempi, Emanuele Boffi e la prima copertina del mensile, ritornato in stampa



Peso: 18%