Lunedì, 30 Settembre 2013 22:01
Di Pino Timpani

Dossier. Ecologia dell'informazione. Intervista a Matteo Riccardo Speziali di MBNews: il vero problema oggi è la crisi economica, che frena tutto, persino l’editoria online promettente e innovativa

MB

News è il quotidiano on-line nato insieme alla **Provincia di Monza e Brianza**. Prima della testata diretta da Matteo Riccardo Speziali, a Monza pubblicavano già la nostra rivista, Arengario, Il Cittadino, di cui abbiamo trattato qui e Monza la Città, di cui MBNews ha ereditato archivio e, almeno per i primi mesi, redazione.

Matteo Riccardo Speziali, come nasce l'idea di lanciare un giornale focalizzato nel perimetro territoriale di Monza e Brianza?
L’idea è nata nel momento in cui stava per prendere forma la Provincia di Monza e Brianza e da un’analisi condotta è emerso che c’erano dei giornali online ma nessuno, ovviamente, si occupava in modo specifico di questa area che era in divenire. Un’opportunità unica che si è deciso di cogliere con umiltà e convinzione, sapendo che il lavoro che si prospettava sarebbe stato, e lo è, molto duro, intenso ma ricco di soddisfazioni. Lo spirito con cui ci si è messi alla tastiera, per così dire, è stato quello di porci al servizio di questo territorio la cui mancanza più grande era, e forse lo è ancora, l’identità.

> Ci siamo messi al servizio di questo territorio la cui mancanza più grande era, e forse lo è ancora, l’identità

Il vostro giornalismo fin dall'inizio è caratterizzato da una forte relazione con il territorio: contatti diretti con i Comuni, le Associazioni, le Scuole, le Aziende, i Club Sportivi ecc. È stata questa la chiave del vostro successo? E quanto ha influito l'essere stati l'unico quotidiano on-line locale?
La fase in cui siamo stati l’unico giornale online credo non sia durata più di tre o quattro mesi,

Phoca PDF

troppo poco per determinare un vantaggio netto sulla concorrenza. Il segreto del nostro successo, e mi fa piacere che lei parli di successo, significa che il nostro lavoro ci ha portato anche più lontano di dove vediamo noi stessi, credo sia da trovare nella genuinità del nostro lavoro, ma anche nella capacità di saper ricercare le soluzioni più innovative del nostro settore. Creare una comunità che ti segua costantemente sul web credo sia più difficile che mantenere l’abitudine di chi va in edicola, e la differenza la fa il mezzo stesso in quanto quel supporto fisico, che sia il giornale o la rivista, crea quel legame col lettore che noi abbiamo creato ugualmente se non più forte avendo un rapporto diretto con chi ci legge. Che siano associazioni di categoria o cittadini che ci segnalano disagi, noi diamo a tutti loro la massima attenzione.

Phoca PDF

Matteo Riccardo Speziali

Come le altre testate del web anche la vostra è impostata su articoli e servizi molto brevi, tranne qualche eccezione. Questo è dovuto alla fugace fruizione del web o a una scelta editoriale? Non pensate di inserire anche servizi di approfondimento, soprattutto quei temi identitari del territorio?
Sfatiamo questo mito della brevità ad ogni costo sul web. Se andiamo a contare le battute di un nostro pezzo normalmente sono intorno alle 30 righe: misure che si troverebbero anche in un giornale di carta per lo stesso pezzo.
Altre volte siamo capaci di uscire con una riga pur di dare al lettore il prima possibile un’informazione: la brevità non vuol dire superficialità, come spesso si vuol far credere, ma rapidità e servizio d’informazione. Poi la stessa notizia data in poche parole è da noi ripresa, approfondita, anche con fotografie e servizi video.
Altre volte abbiamo pubblicato dei focus, come quelli sulla mobilità sostenibile in città, per portare avanti dei temi che ci stanno a cuore. In futuro è sicuramente continueremo a lavorare con questo mix di misure dove la brevità è bilanciata dall’approfondimento e la rapidità da pezzi che richiedono magari anche intere settimane di lavoro prima di essere pubblicati.
Ma il nostro lavoro non si esaurisce qui. Su certi temi “identitari” cerchiamo di coinvolgere il più possibile i lettori aprendo anche dei veri e propri dibattiti che spesso arricchiscono noi e loro.

> la brevità non vuol dire superficialità, come spesso si vuol far credere, ma rapidità e servizio d’informazione.

In questo servizio Andrea Indiano sostiene: "Nessuno di quelli abituati al giornale di carta sta trasmettendo questa passione al figlio. Per quale motivo dovrebbe farlo? Se il figlio è interessato a certi argomenti li cerca su internet, non c’è alcuna possibilità che rimanga a corto di notizie. Grazie alla vastità del web, non esiste questo rischio". Il modello “vecchi giornalisti” della stampa sembra stia tramontando con l'avvento dello spazio web e della contrazione occupazionale, perdurante da alcuni anni come ricaduta della crisi economica e dei costi eccessivi di gestione. La vostra testata è condotta esclusivamente da giovani professionisti. Pensi ci sia ancora un futuro per la professione di giornalista o assisteremo a una mutazione profonda dei sistemi d'informazione?
La redazione è composta in modo equilibrato tra giornalisti di una certa esperienza e che collaborano oltre che con MB News da anni con testate nazionali e giovani che si sono avvicinati a questa professione magari poco più che maggiorenni e oggi alcuni di loro ancora scrivono e crescono con noi. Ritengo questo essere il giusto mix per rispondere alla modernità dei tempi che richiede da una parte delle basi solide di giornalismo e dall’altra la capacità di evolversi e utilizzare al massimo le opportunità offerte dalle nuove tecnologie. In questi anni ho visto crescere con la stessa rapidità e voglia di imparare sia i “veterani” sia le “matricole” in ciò che erano più carenti.
Non tenderei a confondere la migrazione dell’informazione sul web con la crisi della professione giornalistica. La tecnologia è un’occasione per migliorare non per impoverire un

Phoca PDF

mestiere e credo che il lavoro che facciamo in redazione ne sia una dimostrazione. La crisi dell’editoria è una delle facce della crisi più vasta che stiamo vivendo. I vecchi modelli, che portano con loro anche situazioni impari di privilegi, stanno tramontando. Oggi siamo in una fase di cambiamento di cui non sappiamo la forma finale. Il presente e il futuro del giornalista è da inquadrare da una parte come un professionista tecnologicamente evoluto dall’altra parte tutelato da un nuovo contratto sostenibile dagli editori e che garantisca i diritti del lavoratore. Noi dell’Anso, Associazione Nazionale Stampa Online, stiamo infatti lavorando in questa direzione.

La tecnologia è un’occasione per migliorare non per impoverire un mestiere

Nell'intervista sempre sullo stesso tema fatta qui a Massimiliano Rossin si parla di sostenibilità economica del sistema, dell'idea diffusa e controproducente che informazione in rete debba essere gratuita. Ma la sopravvivenza delle imprese diventa sempre più complicata anche dalla crisi del mercato pubblicitario.
MB News non può che adattarsi a quello che è un modello mondiale dominante ovvero che l’informazione online sia gratuita. Ma questo non è un male assoluto perché dà la possibilità a chiunque abbia una connessione internet di informasi e farsi un’idea. Che poi si ritenga che questa sia la causa della moria dell’informazione, dell’impoverimento del panorama editoriale non lo credo affatto. Il modello giornale online è un modello economico sostenibile. Il vero problema oggi è la crisi del sistema economico, che frena ogni campo persino quelli più innovativi e promettenti come quello dell’editoria online. Noi ci crediamo ancora, crediamo nel fatto che arriveremo ad un modello aziendale solido e forte. Speriamo da un lato che la crisi demorda, ma dall’altro stiamo facendo degli importanti investimenti affinché il nostro servizio sia sempre più performante per i lettori e per gli inserzionisti.

I numeri dichiarati da MBNews.it

Al giorno dai 7.000 ai 8.000 visitatori con punte superiori
Mensilmente oltre 220.000 visitatori
Tempo medio di visita 2’05”
Pagine visitate oltre 450.000 al mese
Click/Impression sui pubbliredazionali - 1,36%
Click/Impression sui banner - 1,04%
Newsletter Inviata a 10.000 e-mail dal lunedì al venerdì (5 invii settimanali)

Phoca PDF

Da dove ci leggono
Search Engines (71.50%)
Direct Traffic (15.53%)
Referring Sites (12.98%)
Come arrivano a
Visitor Type
Visits
1. New Visitor 67.49%
2. Returning Visitor 32.51%
Visitatori nuovi
Visitatori fedeli
32.51%
67.49%
Profilo lettori
Uomini (55%), donne (45%) - Età compresa dai 21 anni ai 55
In genere persone colte e professionisti di diversi settori
che stanchi di leggere mere notizie di cronaca cercano qualcosa di diverso in noi.

Web Immagini Video Maps News Gruppi Gmail altro
Google news Italia
monza provincia
Cerca
Risultati notizie: Versione standard | Versione testo
Notizie principali di oggi
Recenti
Ultima ora
Ultimo giorno
Ultima settimana
Ultimo mese
Archivi
Tutte le date
Provincia Monza e Brianza, debutto tra ori e polemiche
Eccola, la Provincia di Monza e Brianza. La grande «casa comune» di tutti i brianzoli, il grande sogno dell'imprenditore Walter Fontana e di Umberto Bossi ...
IL DEBUTTO DELLA PROVINCIA DI MONZA E BRIANZA Comune di Seregno
Monza, la pdl Panzeri lascia la maggioranza La Repubblica
tutte le notizie (4) »
Invia articolo
MB News è riconosciuta fra le fonti di Google News.
E' stata registrata ed accettata.

Phoca PDF