

→ to delle qualifiche, ma per una buona gestione dei flussi di lavoro la redazione ritiene comunque necessario un organigramma e il Cdr sta trattando per ottenerlo.

Per quanto riguarda *Donna Moderna*, la decisione di rinnovare il settimanale parte da una ricerca che rivela che le lettrici, pur apprezzando sempre molto la praticità del giornale, chiedono più glamour, soprattutto nella moda. "Continueremo a mettere in copertina una donna vera perché è un aspetto irrinunciabile dell'identità di *Donna Moderna*, ma stiamo lavorando con nuovi fotografi e in generale l'idea è che il tema della moda sconfini anche nelle altre sezioni", precisa Monfreda. "Inoltre ci sono diversi marchi di abbigliamento molto interessati a investire sul brand *Donna Moderna* che però hanno bisogno di un'immagine di moda più aspirazionale". Realizzarla sarà compito di Paola Salvatore, 50 anni, una lunga carriera nel giornalismo di moda (*Vogue Gioiello* e *Vogue Pelle, Flair, A, Amica*) e vice direttrice di *Tustyle* dal febbraio 2015. Se a *Donna Moderna* Salvatore sostituisce di fatto Orsina Baroldi, la storica caporedattrice moda andata recentemente in pensione, il suo ruolo è più ampio e consiste nell'arricchire e diversificare i contenuti moda di tutti e tre i settimanali.

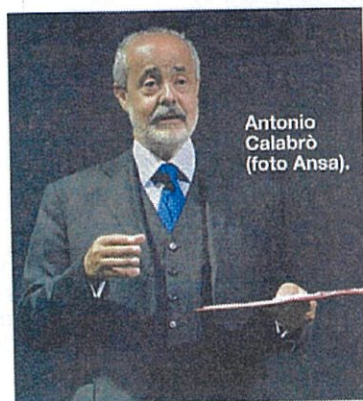
Una funzione complementare a quella di una nuova figura che collaborerà con Monfreda: il consulente moda della concessionaria Mediaworld, Paolo Lapicca, che si occuperà del rapporto con i clienti e dei progetti speciali, tra cui il primo che *Starbene* dedicherà alla moda.

Assolombarda affida a Calabrò 'Il Cittadino' di Monza

Un giornale aperto allo sviluppo e ai valori civili. Con questo titolo, un editoriale uscito il 20 e il 21 luglio sulle cinque edizioni del *Cittadino* (periodico di Monza e Brianza) annunciava la nomina di Antonio Calabrò presidente del consiglio di amministrazione della società editrice del giornale. Una nomina importante, Calabrò ha lunga esperienza nei giornali e nelle imprese editoriali (una su tutte, *Il Sole 24 Ore*). A Monza c'è da lavorare, non esiste un amministratore delegato, e Calabrò si occuperà anche di quello che di solito compete a un ad.

C'è sintonia tra il nuovo presidente e il direttore Claudio Colombo, giornalista di grande esperienza, con carriera interna al *Corriere della Sera*, soprattutto sulle pagine delle cronache locali. "Calabrò", dice il direttore, "significa maggiore stabilità e scenari nuovi per il giornale. Lavoreremo bene insieme, con una visione condivisa".

La nomina è stata fatta dall'Assolombarda, che controlla *Il Cittadino* (altre quote sono della Chiesa di Monza, dell'*Eco di Bergamo* e della *Provincia di Como*: ndr) e di cui Calabrò è (e rimane) vice presidente. "L'Assolombarda vale il 12% di Confindustria nazionale, è la più grande associazione territoriale italiana.



Antonio Calabrò (foto Ansa).

Monza e il suo territorio hanno oltre mille aziende.

"Il giornale diretto da Colombo viene fatto in una terra con l'orgoglio delle radici e lo sguardo aperto al mondo, certo anche con problemi di infiltrazioni mafiose, che denunciamo e combattiamo. La Brianza, dove il design italiano ha trovato aziende capaci di realizzarlo, è zona vivace, con molta forza nell'associazionismo, nel volontariato, nelle attività sportive. Un territorio di provincia che non è provinciale, visto anche il legame sempre più stretto che ha con Milano: a breve a Monza arriverà la metropolitana, ed è un bene".

Calabrò pensa a un rilancio editoriale, non a nuovi prodotti. "Bisogna seguire la strada che stiamo percorrendo: in Rete le notizie, sulla carta le storie e gli approfondimenti".

Nel consiglio d'amministratore con Calabrò ci sono Corrado Bergagna, Fabio Felice Colombo, Gian Battista Pesenti e Luca Sorteni, sindaco unico Daniele Ferrerio.

Storace si avvicina a Salvini e divorzia dal 'Giornale d'Italia'. Che chiude, per ora

L'ex governatore del Lazio, Francesco Storace, lasciato il Movimento nazionale per la sovranità che aveva fondato con Gianni Alemanno, è passato dalle parti di Matteo Salvini. Mossa non indolore, perché ne è conseguita il 4 luglio la sospensione delle pubblicazioni del *Giornale d'Italia*, testata chiusa nel 1976 che Storace aveva resuscitato il 10 ottobre 2012 come quotidiano online. A darne notizia è lo stesso Storace, informando che la sua direzione si è conclusa per volontà dell'editore che intende "ripensare la missione editoriale" del *Giornale*. Ci sta, visto che l'editore, l'imprenditore edile e televisivo Marco Matteoni è invece rimasto nel movimento sovranista di cui è responsabile del dipartimento affari esterni.

Giuseppe Scognamiglio, dai diplomatici alle edicole

A Roma c'è la redazione dell'unica rivista europea di geopolitica, dal nome che spiega subito come sia il pianeta intero, con tensioni e conflitti, il tema di quelle pagine: *EastWest*. L'ha fondata e la dirige Giuseppe Scognamiglio, uomo dal passato diplomatico (è stato per anni console a Smirne, in Turchia, e nella sede diplomatica di Buenos Aires) e da dirigente bancario (15 anni in UniCredit, vice presidente



Giuseppe Scognamiglio; un'edicola di Roma chic e innovativa; il numero di luglio-agosto di *EastWest*.

Da Parma a Verona, Montan ad di Athesis

Le ultime cose di cui Matteo Montan si è occupato, come amministratore delegato del gruppo Gazzetta di Parma, sono stati il lancio della nuova grafica e del nuovo formato del quotidiano, con il corollario di un accordo con la Poligrafici Editoriale per esternalizzare la stampa del giornale (febbraio 2018) e la fusione di Radio Tv Parma, la tv del gruppo, con la concorrente 12 Teleducato, un'operazione che il 12 maggio scorso ha dato vita alla nuova 12 Tv Parma.

Tutto ciò fatto, il 20 settembre Montan lascerà Parma, dov'è nato il 6 luglio 1963, per migrare a Verona, dove probabilmente già il giorno dopo assumerà il ruolo di amministratore delegato e direttore generale della Società Athesis a cui fanno capo *L'Arena*, *Il Giornale di Vicenza*, *BresciaOggi*, la casa editrice libraria Neri Pozza, Telearena, Telemantova e il centro stampa di Caselle di Sommacampagna.

"Per me è un amico", dice Mauro Del Rio, che ha lavorato a lungo con Montan nella società di creazione e distribuzione di contenuti multimediali Buongiorno (oggi Docomo Digital). "Dal punto di vista professionale è molto determinato, ben organizzato. Il suo pregio maggiore è sapere da dove viene l'editoria, essendo stato un giornalista 'tradizionale', ma anche avere chiaro dove va l'innovazione, grazie ad anni d'impegno nel digitale".

La sua carriera è così, una, tutta nell'editoria, e trina: giornalista, poi impegnato nell'appena citata avventura di Buongiorno, quindi manager. Sposato, due figlie, è laureato in giurisprudenza, con una tesi di filosofia del diritto. Al di là del mondo del lavoro ha due passioni: la montagna (con casa in Valle d'Aosta) e le moto enduro (ha una Honda Africa Twin).

A lavorare comincia all'inizio degli anni Ottanta, studente, scrivendo per l'edizione locale del *Resto del Carlino*. Promette bene, e nel 1989 la *Gazzetta* lo assume. È cronista, vice caposervizio, capocronista. Collabora a lungo con il *Corriere della Sera*. S'intestardisce sul caso della famiglia Carretta e riesce a scovare a Londra il figlio, fuggito dopo aver ucciso i genitori e il fratello. Un colpo che gli vale il Premiolo 1998 e il premio Cronista dell'anno 1999.

A questo punto Montan si guarda intorno. Vede che

il mondo sta mutando e nel 2000 butta il cappello al di là dell'ostacolo entrando nella partita di Buongiorno, società fondata a Parma nel 1995 da Del Rio. Sono anni di crescita che Montan segue diventando responsabile globale dei prodotti e poi responsabile new business.

Nell'aprile 2013 il ritorno in casa *Gazzetta*, chiamato a guidare un gruppo che ha bisogno di riportare in utile i conti e rinnovarsi online: missione compiuta con un piano basato sul rilancio del giornale locale e della tv multicanale, lo sviluppo delle attività digitali e della multimedialità, la creazione di nuove linee di business e un'attenta politica dei costi.

In Athesis Montan è stato individuato dall'editore come l'uomo giusto per sostituire Alessandro Zelger, 73 anni a dicembre, che guida il gruppo dal marzo 1994. Una proprietà ben radicata nel territorio, con le associazioni industriali di Verona e Vicenza soci di maggioranza, bilancio in attivo, Athesis ha come asset principale *L'Arena*, anch'esso di antiche origini (il primo numero è del 12 ottobre 1866), leader nella sua provincia, del quale è direttore dal febbraio 2003 Maurizio Cattaneo. L'ultima importante ristrutturazione è del 2015, con il rinnovo multimediale del sistema editoriale e il trasferimento di Telearena nella sede del quotidiano. A Vicenza la situazione non è molto diversa, con un quotidiano la cui storia

inizia il 5 febbraio 1946, che è leader sul territorio, con un sito rivisto nel maggio 2014 dallo studio Cases. Direttore a Vicenza è dal 1° ottobre 2016 Luca Ancetti.

Ma se il gruppo veneto può somigliare a quello parmense, qui dal 2007 c'è un centro stampa in piena attività, c'è *BresciaOggi* che deve combattere con concorrenti più forti e radicati, c'è la tv di Mantova, c'è una casa editrice libraria. Ci sono turbolenze, come quella recente al *Giornale di Vicenza*, dove la redazione ha preso male la chiusura dei rapporti con la Cooperativa operai vicentini addetti ai giornali, che curava composizione e redazione (vedi i Trend), e c'è una prudente attesa delle rappresentanze sindacali sintetizzata a *Prima* dal comitato di redazione dell'*Arena*: "Con l'uscita di Zelger si chiude un'epoca. Ora ci aspettiamo dal nuovo amministratore idee per il rilancio delle testate, nel rispetto delle singole professionalità".



Matteo Montan (foto Annarita Melegari).

esecutivo, istituto che ha lasciato lo scorso febbraio), oltre che da mancato politico (si è candidato per la Camera alle ultime elezioni, nella lista +Europa di Emma Bonino, la quale però non ha raggiunto i voti necessari ed è rimasta fuori dal Parlamento).

La globalità, nel suo significato più innovativo, è la 'religione' di Scognamiglio, che ha aggiunto alla rivista su carta e digitale, in italiano e in inglese, diffusa in 3 continenti, 22 Paesi e 250 città il think tank EastWest European Institute. "Si tratta", dice

Scognamiglio, "di una scuola di formazione nelle carriere internazionali e per le aziende che, come oggi succede quasi sempre, intendano internazionalizzarsi. Gli studenti devono essere iscritti alle università italiane o straniere - sono 50 gli atenei →

→ nazionali con i quali lavoriamo, 30 le università estere – in facoltà economiche o di scienze politiche. Con noi svilupperanno una competenza internazionale fatta non soltanto di nozioni e numeri, ma basata su vere esperienze emotive. Abbiamo portato 20 studenti in Palestina, per far loro vivere sul campo i problemi di quella terra tormentata: sui libri e sui giornali sarebbero rimaste notizie come tante altre. Gli studenti prenderanno crediti validi per il loro corso di studio, ma l'esperienza fatta conta ancora di più". Scognamiglio, entusiasta (sono già migliaia, e moltissimi vengono dall'estero, gli allievi del suo Institute), dice che si è ispirato a un metodo americano. "Negli Stati Uniti sono più pragmatici: far vivere esperienze dirette a futuri diplomatici o persone che avranno a che fare con le crisi del mondo intero, anche quelle remote, è cosa collaudata". Ma noi, in Europa, di sicuro in Italia, siamo parecchio indietro. "No, il nostro personale diplomatico, e parlo per esperienza diretta, ha tutte le carte in regola per operare sullo scenario globale, quando non raggiunge punte di eccellenza", dice l'ex diplomatico. "Il problema, semmai, è che l'Italia merita una riorganizzazione in modo da avere più peso in zone strategiche per i nostri interessi nazionali. Esempio, la Libia e il Nordafrica. Bisognerebbe potenziare i nostri sforzi lì, anche a costo di ridurre le attenzioni in altre parti del globo, meno in relazione con noi". Gli allievi della scuola di Scognamiglio sono circa 5mila all'anno, trend che se verrà confermato ne fa una realtà di tutto rispetto. La vocazione internazionale di Scognamiglio si sposa anche, a sorpresa, con un progetto per la sua città, Roma. "Ho rilevato l'edicola di lungotevere dei Mellini, all'angolo con il ponte Cavour, proprio davanti al celebre bar caffè Ruschena. Il progetto, presentato alla giunta di Virginia Raggi, che ha chiesto ai cittadini migliori in vari settori, prevede che il chiosco, brandizzato EastWest, sia una vera edicola. Niente gadget per i turisti, ma giornali, riviste italiane ed estere per lettori, con possibilità di fermarsi e sedersi in un luogo storico. Un'edicola moderna, bella, con al centro le parole stampate. Ritornare alle origini a volte è la strategia vincente".



Cristina Tajani con Emanuele Farneti.

— Vogue for Milano torna il 13 settembre

Era la sera del 10 settembre 2009 quando Franca Sozzani e l'allora sindaco di Milano Letizia Moratti inaugurarono nel Quadrilatero della moda la Vogue Fashion's Night Out: tutti i negozi aperti con musica e cocktail per gli ospiti, talvolta accolti dagli stilisti in persona; tante celebrities non solo del fashion e migliaia di persone che affollavano all'inverosimile le strade.

Nel corso degli anni la manifestazione ha conquistato altre strade del centro, si è via via arricchita di eventi come proiezioni cinematografiche, mostre di fotografia, performance di musica live e la partecipazione è cresciuta, ma l'essenza è rimasta la stessa: "Una grande festa democratica e inclusiva che avvicina al pubblico i brand della moda e celebra il legame sempre più stretto tra il nostro giornale e Milano", dice il direttore di *Vogue Italia*, Emanuele Farneti.

Proprio per sottolinearlo, da questa decima edizione il nome cambia in *Vogue for Milano*. L'appuntamento è per il pomeriggio e la sera del 13 settembre con un palinsesto che comprende per la prima volta una caccia al tesoro, oltre alla mostra fotografica 'Dreamlike' a Palazzo Morando curata dalla senior photo editor di *Vogue Italia* Alessia Glaviano e da Francesca Marani, photo editor di *Vogue.it*; alla proiezione nel cortile di palazzo Bagatti Valsecchi degli short movies realizzati dai registi emergenti del Fashion Film Festival Milano per *Vogue Italia* sul tema Radici; a una performance musicale live in piazza del Duomo. "Lo scopo di *Vogue for*

Milano è offrire al pubblico insieme di esperienze che con i brand spesso percepiti come inaccessibili", sottolinea il vice direttore di *Vogue Italia* Sara Maino, in occasione della manifestazione.

Da sempre la fashion night è anche occasione per costruire un'iniziativa benefica a favore della città. Quest'anno, annunciata alle Attività produttive e Crisi, i proventi della vendita di prodotti, realizzati dai brand, sono destinati all'allestimento di laboratori didattici della scuola superiore di arte applicata e di design. "Una fabbrica di idee dove si fonde arte e artigianato con quella industriale per formare artigiani del bello e del bene con la nuova sede di via Amedea, annovererà anche la periferia".

— 'LabParlamento': Simone Santucci alla direzione

Simone Santucci è il nuovo responsabile di 'LabParlamento', testata edita da Adl Consorzio nel 2013 da un gruppo di esperti del mondo delle istituzioni, degli affari e della comunicazione. L'ambizione di costituirsi come un'entità indipendente sull'attività parlamentare attraverso i social network. Santucci prende il posto di S...



Colli (66 anni, un passato di studi della Bnl, poi direttore della *Quotidiana* e del *Quotidiano*) e, nonostante la giovane età, vanta un ricco curriculum di giurisprudenza, con la comunicazione al ministero dello Sviluppo economico e alla Camera delle Infrastrutture, addetto stampa alle Camere penali, ha scritto *Il Giornale* e *Ofes.repubblica*, inoltre, è impegnato nella direzione della rivista Einaudi, della quale ha diretto la politica.