

Viaggio tra i periodici delle amministrazioni. Una voce di spesa sempre più forte

I Comuni-editori: a ciascuno il suo giornale

Sono diventati anche editori, gli enti locali, dando vita a un business di centinaia di milioni, pagati dai contribuenti. "Giornalini dei Comuni", sono riduttivamente definiti. L'ultimo nato è "edito" dal Comune di Loano: "Qui Palazzo Doria" (il numero zero è in lavorazione), ma ha già suscitato le prime reazioni. Il consigliere leghista Maurizio Strada ha chiesto al sindaco, Francesco Ceneri, di revocare il progetto, bollando l'iniziativa come «discriminante per le minoranze e senza attinenza per lo sviluppo del turismo». Direttore responsabile è Pier Franco Rembado (loanese, ex capo redattore Rai a Genova, già presidente dell'azienda di soggiorno). Strada, alla luce di questa nuova iniziativa editoriale, ritiene ingiustificabile il contributo di 10 milioni che il Comune versa alla "Gazzetta di Loano", mensile spedito anche in abbonamento e diretto dallo stesso Rembado. La risposta di Palazzo Doria, affidata al consigliere G.B. Cepolina, segretario cittadino di Forza Italia, è al vetriolo, «il giornale - spiega - sarà composto da quattro facciate e, tra le altre rubriche, ne riserverà una alla minoranza. Lo spazio è stato calcolato in proporzione ai voti ottenuti alle ultime elezioni amministrative. Strada potrà avere più spazio quando godrà di maggiori consensi elettorali». Scende in campo anche il sindaco Ceneri: «Il contributo alla Gazzetta di Loano continuerà per far sopravvivere una delle testate più antiche del savonese». "Qui Palazzo Doria" sarà trimestrale, stampato in 6000 copie dalla "Tipo Lito Ligure", distribuito a tutte le famiglie e costerà circa 15 milioni all'anno.

Altro periodico comunale nato recentemente è "Borghetto News": 8 pagine quadrimestrali, stampate in 3000 copie dalla Tipografia Stalla di Albenga e diretto da Marisa Siffredi. Il costo dell'operazione si aggira intorno ai 15 milioni di lire, compreso il numero speciale la cui uscita è programmata per la stagione estiva. Più consolidato è "Res Pubblica", gazzettino del Comune di Pietra Ligure. Direttore responsabile Augusto Rembado, direttore editoriale Marco Pe-

GLI ALTRI

"Savona Provincia" il meno caro

"Savona Provincia": è il mensile dell'Amministrazione provinciale. Al suo ottavo anno di vita. Una sorta di "battistrada", ma con qualche variante rispetto ai periodici dei Comuni. Stampato a colori, formato tabloid, 20 mila copie, gran parte nelle edicole, costa 9 milioni a numero per la stampa e 2 milioni per la distribuzione. Il costo, largamente inferiore rispetto a tutti gli altri periodici delle amministrazioni pubbliche citate a fianco (tenuto conto del numero di pagine e delle copie stampate), è scaturito attraverso un'indagine di mercato che ha visto partecipare a una gara a inviti una decina di concorrenti. Viene stampato a Milano e curato integralmente dalla "E. di. 3". Direttore editoriale il presidente della giunta provinciale Alessandro Garassini, direttore responsabile Enrica Brocardo. C'è un Comitato di garanzia di cui fanno parte Livio Bracco (Forza Italia), Luciano Chianzera (An), Marco Melgrati (Lega Nord), Massimo Trogu (Ds). Ogni gruppo consiliare ha uno spazio che è stato deciso dal Comitato di garanzia (maggioranza e minoranza). Gli spazi dei gruppi consiliari escono come sono, senza censurare. Oltre alla Provincia, ci sono periodici anche delle Comunità Montane savonesi. Una curiosità: il Comune capoluogo, Savona, non ha un suo giornale, ma pubblica l'Agenda.

sce, funzionario del Comune. Il bimestrale costa circa 12 milioni all'anno, escluse le edizioni speciali a colori e quella estiva. È distribuito alle famiglie, tirato in 2000 copie e stampato dalla "Tipo lito ligure" dei fratelli Sportino, con sede a Ceriale e Loano.

"Città di Alassio", trimestrale, diretto da Marco Strizioli, ruota sulle 8 pagine, 6 mila copie punta tutto sulla sintesi delle delibere comunali, sul parere del capigruppo e del sindaco. La stampa è della Coop Tipograf di Alassio, la spesa 25 milioni all'anno.

LA STORIA

La "Bacchetta" compie 70 anni

Albenga. Ha compiuto 70 anni la tipografia Bacchetta di Albenga, seconda solo al secolo di vita della "Fratelli Stalla". Un'azienda, la tipografia Bacchetta, che racchiude anni di storia locale. Il fondatore fu Piero Bacchetta, l'attività proseguiva dal figlio Carlo e dal nipote Piero, attuale titolare. Saranno i figli Carlo, Vittorio e Andrea a mantenere viva la storia di questa famosa famiglia di tipografi.

La tipografia Bacchetta, nella sua lunga attività, ha stampato decine di mensili e periodici, centinaia di libri di propria edizione, migliaia di cataloghi ed opere di vario genere, oltre, naturalmente, a tutti i prodotti tipici (volantini, manifesti, depliant, materiale commerciale e pubblicitario).

Attualmente, la "tipotitobacchetta" conta undici dipendenti e sotto la gestione di Piero

"Laguiglia Informa", trimestrale, è diretto da Alessandra Badino, costa 14 milioni all'anno. "L'Informatore andrese", trimestrale, diretto da Marco Strizioli, stampato alla Coop Tipograf, costa 4 milioni a numero. Prevede oltre alle delibere, approfondimenti, articoli di cultura, storia. "Qui Villanova", a cura del Comune e dell'aeroporto, 16 pagine, è stampato dalla tipografia Stalla, direttore responsabile Emanuele Aicardi. "La Gazzetta di Ceriale", trimestrale, formato tabloid a colori, 3.000 copie, costa 3 milioni e mezzo a numero, direttore responsabile Ermani Iezzi, stampato a Genova. "La lettera al cittadino di Boggio", direttore responsabile Romano Strizioli, quadrimestrale di 8 pagine e notizie utili, 1.100 copie, 3 milioni, compresa la distribuzione. La minoranza ha un pagina. "La Voce di Finale", esce quattro volte all'anno, direttore responsabile Silvano Rosa, vice segretario generale del Comune. Il giornale esce "chiavi in mano" dalla "I & C" di Marco Strizioli, spesa 20 milioni annui. "Sporto Informa", uscita 4 volte all'anno, realizzato "chiavi in mano" da Marco Strizioli, costa al Comune 16 milioni 200 mila all'anno.

Bacchetta, 47 anni, albaneganesa, ha avuto un notevole impulso. «Praticamente fino agli anni sessanta - racconta il titolare - il lavoro tipografico era molto simile a quello tramandato addirittura dai secoli precedenti, poi, di colpo, con il "boom tecnologico" e con l'avvento dei primi computer, a fine anni settanta, si è rivoluzionato totalmente. Oggi cerchiamo di realizzare dei prodotti di alto livello ed artistici, pur utilizzando le tecnologie più avanzate. Tanto che possiamo considerarci all'avanguardia».

In effetti fra i tanti clienti della gloriosa tipografia ingauna vi sono molte aziende del Nord Italia che considerano elevato il livello dei prodotti di questa azienda leader nei stampati.

Ma il nome di Bacchetta è addirittura molto apprezzato e conosciuto anche all'estero per la qualità, la creatività di molte sue produzioni per clienti svizzeri, francesi, tedeschi ed inglesi.

Anche un'azienda di export, insomma, che da lavoro, crea ricchezza e valuta con l'esportazione sui mercati stranieri dove sicuramente la concorrenza non manca.

Claudio Almanzi