

PRIMA CAMPANELLA

LA CRISI NELLA CARTELLA
IL PREZZO MINIMO SI È RESO
NECESSARIO PERCHÉ SONO
DIMINUITI GLI INSERZIONISTI

IL PESO DELLO STUDIO
NEGLI ANNI SONO STATE
DISTRIBUITE 70 TONNELLATE
DI DIARI GRATUITI

Il diario etico Un successo made in Varedo

Adottato da 600 scuole in Italia

di **VERONICA TODARO**

— VAREDO —

UN DIARIO per tenere d'occhio la crisi e il caro scuola. Con contenuti tematici di altro profilo e un inserto redazionale per ciascuno degli istituti che lo richiede. Un modello di business etico che è

IL COSTO

Fino al 2012 era gratuito da quest'anno le famiglie lo pagano 2 euro più iva

già entrato in più di 600 scuole, primarie e secondarie di primo grado ed ora nelle mani di 130mila studenti di nove regioni italiane. Fino all'anno scorso gratuito,

perché interamente pagato dalla pubblicità, oggi acquistato dalle famiglie a un costo di 2 euro più iva, il diario «Tienimi d'Occhio» nasce nel 2002 a Varedo. La casa editrice è la S&G Partners Srl, che ha distribuito circa 70 tonnellate di diari gratuiti in 600 scuole sia pubbliche che private. Un primato pronto per essere bissato l'anno prossimo.

«SONO numeri imponenti - dichiara Gianni Camerini, direttore della testata giornalistica 'Tienimi d'Occhio' e amministratore unico della società editrice S&G Partners - che confermano l'altissimo livello di gradimento del progetto e dei suoi contenuti da parte delle scuole, dei ragazzi e delle famiglie, evidenziando la



sua unicità nel panorama editoriale italiano». Ma la crisi economica si è fatta sentire anche a livello di disponibilità agli investimenti

IL SISTEMA

Viene finanziato grazie alla pubblicità inserita da aziende locali e nazionali

pubblicitari da parte degli operatori nazionale e locali, e il progetto Tienimi d'Occhio ha rischiato di dover soccombere a logiche di mercato, anche per la crescita

INIZIATIVA
Il diario «Tienimi d'Occhio» realizzato dalla casa editrice S&G Partners Srl

esponenziale di insolvenze. La soluzione adottata a partire dallo scorso anno scolastico per alcune aree e per l'anno appena iniziato per l'intera tiratura per poter garantire la prosecuzione del progetto, passa attraverso la richiesta di un piccolo contributo alle scuole: due euro a copia per aderire al progetto assicurandosi il numero di diari necessari a rispondere all'utenza. La caratteristica di

«Tienimi d'Occhio» è quella di destinare a ciascuna realtà scolastica che lo richiede un inserto redazionale di 32 pagine costruito ad hoc in collaborazione con dirigenti e docenti della scuola stessa. La presenza della pubblicità è molto discreta, mai superiore al 7/8 per cento dello spazio editoriale. In fondo al diario è presente una tesserina con la quale studenti e genitori possono anche avere sconti presso le attività aderenti al circuito: centinaia di soggetti tra rivenditori, società di servizio, banche, associazioni sportive e altro, nelle aree toccate dall'iniziativa.