

CORRIERE ECONOMIA

Direzione, Redazione, Amministrazione, Tipografia Via Solferino 28, Milano 20121 - Tel. 02.62.82.1111 - Fax 02.63.73.73.10

CORRIERE DELLA SERA



Sorie L'editore italiano della «bibbia» delle biografie professionali a caccia di capitali per rilanciare il sito e il marchio

«Who's Who» cerca un socio. E sbarca in Cina

Vigato: «il 50% delle consultazioni viene dall'estero, da chi vuole notizie sul made in Italy»

Una panoramica delle eccellenze italiane, un prodotto editoriale a vocazione internazionale, con oltre 55 anni di storia e lo sguardo al futuro, che vanno dal rafforzamento delle attività digitali allo sviluppo di nuovi mercati, partendo dalla ricerca di un partner con cui superare l'emergenza crisi.

«Who's Who in Italy», storica pubblicazione dedicata alle storie professionali dei protagonisti del mondo economico ed istituzionale italiano, ha seguito negli ultimi anni un'evoluzione legata ai rapidi cambiamenti in atto nel settore editoriale. Fulcro dell'attività è stata per decenni l'edizione cartacea in tre volumi, in

lingua inglese, che contiene, racconta il direttore editoriale Enrica Vigato, i profili personali degli esponenti più significativi di ogni area professionale. La pubblicazione traccia un quadro del sistema socio-economico italiano attraverso i profili dei personaggi e delle imprese monitorate, con 8 mila biografie e 4.800 strutture selezionate.

Il nuovo volto di «Who's Who in Italy» è rappresentato dalle attività digitali, con il sito www.whoswho.eu, che nel 2013 ha totalizzato 45 mila visitatori unici giornalieri, e la «app» consultabile su smartphone e tablet. La versione digitale viene aggiornata ogni due mesi ed è a libera consul-

tazione. «La diffusione del cartaceo è calata — racconta Vigato —, ma abbiamo visto un aumento dell'audience sul sito. Viene consultato per il 50% dall'estero, come strumento di lavoro», spiega. Recentemente, «è aumentata la



Who's Who in Italy
Enrica Vigato

nostra visibilità in Oriente, soprattutto in Cina e Giappone, ed in Sudamerica, aree dove sono state avviate iniziative da parte di aziende italiane». La direzione è chiara: «Si va verso un discorso esclusivamente Internet, è il modo che permetterà di tenere più aggiornato in tempo reale il nostro pubblico».

Il target è medio-alto, aziendale-istituzionale: è costituito da imprenditori e manager, gruppi bancari, Camere di Commercio, ambasciate, investitori istituzionali. Per quanto riguarda i contenuti, dice Vigato, «sono fondamentali l'autorevolezza e la sicurezza del dato: puntiamo molto sull'affidabilità». I profili da

realizzare, prosegue, «vengono scelti secondo alcuni criteri: devono essere persone che realmente creano valore per il Paese, arrivate all'apice della propria carriera professionale. Anche la rilevanza internazionale è un criterio preferenziale».

L'editore si trova oggi a superare difficoltà economiche dovute soprattutto al calo degli investimenti in comunicazione da parte delle aziende, sui quali si fonda il modello economico di Who's Who. «Abbiamo sentito la crisi soprattutto negli ultimi due anni», dice Vigato. «Who's Who in Italy» è oggi alla ricerca di un alleato strategico e sta valutando l'ingresso di un socio —

spiega Vigato — ma anche la cessione finalizzata al rilancio delle attività editoriali. «Il partner può essere del settore web o un imprenditore che voglia mettersi in casa un marchio boutique conosciuto in tutto il mondo». Sull'ingresso di un investitore che porti nuove energie, Who's Who punta per implementare un ampio piano industriale che comprende il rinnovamento del sito, il riposizionamento del marchio, la riapertura di alcuni uffici ed il rafforzamento della presenza su alcuni mercati. «Abbiamo in programma un'edizione cinese — spiega Vigato — per ora abbiamo un abbozzo della pubblicazione che vorremmo fare. Abbiamo anche in programma la riapertura del marchio in Germania, che è fermo da tempo, come le versioni spagnola e russa».

MILENA VERCELLINO

© RIPRODUZIONE RISERVATA