

Mezzo secolo b2b

Tecniche Nuove celebra i 50 anni nell'editoria specializzata inaugurando una nuova sede che ospiterà anche le 42 testate acquisite dal Gruppo 24 Ore

Si, non abbiamo mai dato grande visibilità al gruppo Tecniche Nuove, perché abbiamo preferito spingere le singole testate. Per quale ragione? Magari se il dentista scopre che la sua rivista è realizzata dalla stessa società che edita anche quella per l'idraulico non troverebbe le giuste assonanze". Ivo Nardella, direttore generale e amministratore di un gruppo editoriale del settore b2b fondato dal padre Giuseppe, presidente dell'editrice, non trascurava l'ironia nel presentare una realtà, Tecniche Nuove, che il 5 giugno celebrerà il mezzo secolo di attività. E lo farà inaugurando una torre di 15 piani che amplia la sede milanese di via Eritrea, all'estremo Nord della città: un complesso edilizio di 9mila metri quadrati, in cui sono stati investiti 13 milioni di euro. "In pratica gli utili di cinquant'anni di duro lavoro", spiega Nardella, precisando che "secondo gli usi di famiglia" per il palazzo non è stato fatto alcun debito: "Quindi, non è stato acceso alcun mutuo e nemmeno siamo ricorsi a leasing".

In portafoglio Tecniche Nuove ha 88 riviste specializzate che vanno a toccare un po' tutti i settori (meccanica, medicina e sanità, farmacia, psicologia, erboristeria, benessere, agricoltura, edilizia, alimentazione, ospitalità, sport, musica, impiantistica, design, distribuzione, logistica, carta, sicurezza sul lavoro, turismo, eccetera) per 510.800 copie mensili, con edizioni on line per 1.280.250 contatti e 500mila newsletter inviate ogni mese, un catalogo di 800 libri, 35 collane tematiche; è attiva nel settore dei corsi di aggiornamento professionale e inoltre nell'organizzazione di fiere e congressi.

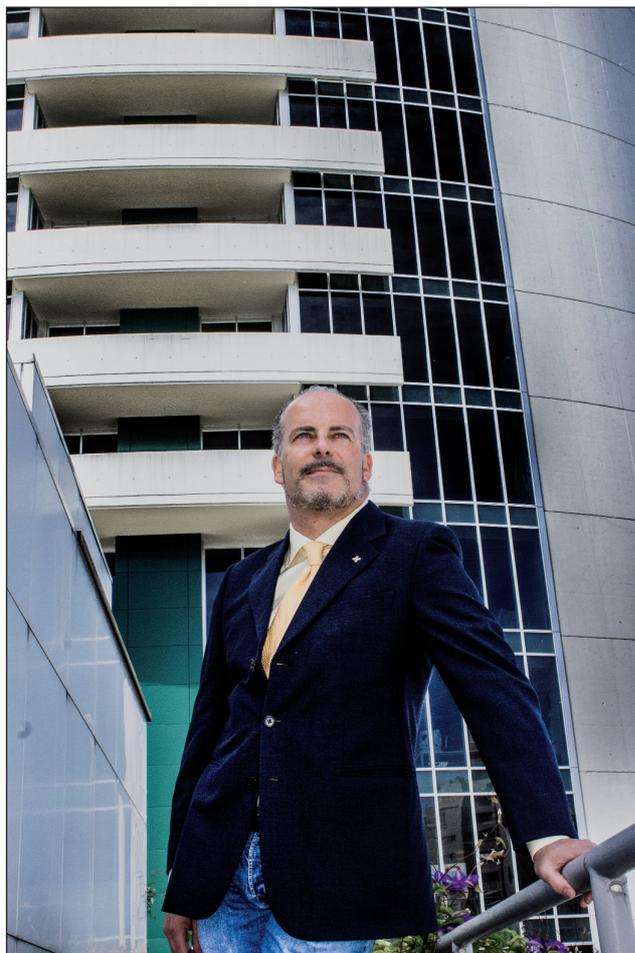
Fanno parte del gruppo Quadrifoglio, società di prestampa con una trentina di dipendenti che lavora anche per terzi, e Senaf, organizzatrice di fiere professionali. "La Senaf è la maggiore in questo settore tra quelle private e non legate ad alcuna associazione di categoria", specifica Nardella. Tecniche Nuove partecipa anche a Nextre, prodotti digitali e multimediali. Ed è presente da cinque anni in Cina, dove i

Nardella sono riusciti a costituire a Pechino una casa editrice, società di diritto cinese ma controllata al 100% da Tecniche Nuove - impresa non facile in un Paese dove lo Stato vuole mantenere il controllo, soprattutto quando si tratta di informazione - che edita tre testate: una light and design, una seconda di architettura (recentemente acquisita da Area di Marco Casamonti) e una terza, *Global heating and cooling* (climatizzazione). Per il mercato cinese - presidiato anche da due uffici commerciali a Hong Kong e a Shanghai - è previsto il lancio di una testata per dentisti.

Nel 2013 Tecniche Nuove ha acquisito la maggioranza di Casa Nova, editrice brasiliana di San Paolo che edita *Máquinas & Inovações Agrícolas* e *Dentista Hoje*, due testate di golf e una di attrezzature sportive, e produce in service due riviste delle camere di commercio sugli scambi italo-brasiliani e franco-brasiliani. Sempre in Brasile il gruppo milanese ha organizzato nell'ultimo anno tre fiere su infrastrutture e trasporti.

Ritornando in Europa, in Svizzera i Nardella controllano il 100% di Ticino Edizioni, gruppo di Lugano che ha

in portafoglio *Cerca e Trova* (80mila annunci di offerte e richieste), *Ticino Case* (annunci e informazioni immobiliari), *Ticino Motori*, *Ti Sposo*, *Ticino Salute & Bellezza*. "Anche qui siamo entrati nel settore dell'organizzazione di fiere ed eventi, tenendo conto che il Canton Ticino con una popolazione di 300mila abitanti ha un Pil equivalente a un



Ivo Nardella, direttore generale e amministratore del gruppo Tecniche Nuove, oltre che ad di New Business Media, acquisita a gennaio come ramo d'azienda dal Gruppo 24 Ore. Milane, 45 anni, lavora in azienda da 22, dopo aver passato un anno in Germania, a Düsseldorf, in una media editrice di testate specializzate, e altri 12 mesi negli Usa, alla Penton di Cleveland, un colosso nell'informazione b2b. "In azienda sono entrato facendo la gavetta, cercando di farmi apprezzare per quello che ero e per quanto facevo, non per il mio cognome", afferma Nardella, sposato con tre figli. Ha un fratello affermato chirurgo plastico in Francia e una sorella che ha seguito la carriera artistica, sempre Oltralpe.

pezzo d'Africa", commenta Ivo Nardella.

Per allargare la presenza internazionale Tecniche Nuove punta molto sul settore medicale, particolarmente l'odontoiatria: in Spagna opera già una joint venture, e ne stanno preparando altre nei Paesi scandinavi e in Sudafrica.

Complessivamente i ricavi del gruppo si aggirano sui 50 milioni di euro (l'utile 2013 è di circa un milione) e i dipendenti sono 500, comprendendo Business Media, con 42 testate e portali web acquisiti all'inizio di dicembre come ramo d'azienda dal Gruppo 24 Ore. Un'operazione, perfezionata il 30 gennaio 2014, davvero importante, che ha avuto vasta eco nel settore dell'editoria specializzata, e non solo, conclusa con il versamento da parte di Tecniche Nuove di un corrispettivo simbolico di un euro. "Bisogna tener conto che ora noi abbiamo 114 stipendi in più da pagare, 35 sono giornalisti (28 a Milano, 7 a Bologna), e soprattutto dobbiamo mantenere sul mercato e rilanciare un buon numero di riviste", sottolinea l'amministratore dell'editrice, che da tempo aveva messo gli occhi sulle testate b2b del Gruppo 24 Ore.

Ma perché Tecniche Nuove si è lanciata in un'iniziativa tanto impegnativa, come il rilancio di un numero così grande di testate? "Nel 2001 eravamo interessati a Edagricole, l'editrice bolognese della famiglia Calderini", racconta Ivo Nardella. "Eravamo a buon punto nella trattativa, quando il Gruppo 24 Ore si intromise rilanciando con un 40% in più rispetto alla nostra offerta. A quel punto non potevamo che ritirarci. Intanto, il gruppo di Confindustria, in vista della quotazione in Borsa avvenuta alla fine del 2007, si è mosso per arricchire il suo portafoglio di testate specializzate, incorporando tra l'altro le riviste del gruppo Agepe. Ma già tra il 2008 e il 2009 c'è stato un nuovo abbozzamento tra noi e il Gruppo 24 Ore per Business Media: il 95% di quelle testate non andavano in sovrapposizione alle nostre, a cui sono complementari. I colloqui sono proseguiti per oltre un anno, ma alla fine all'editrice di via Monte Rosa ci hanno fatto capire che la cessione non rientrava nelle loro strategie. La svolta è dell'anno scorso: abbiamo saputo che Mediobanca faceva da advisor per cercare un acquirente e ci siamo rifatti avanti".

Come spiega Nardella la crescita di Tecniche Nuove è avvenuta per metà ideando e realizzando nuove testate e per l'altro 50% con almeno un'acquisizione ogni due anni. "Pro-



Giuseppe Nardella, fondatore e presidente del gruppo Tecniche Nuove.

prio oggi ne abbiamo presa una dell'area medicale che, come l'alimentare, è un settore anticiclico", aggiunge l'editore, che tiene a sottolineare il grande lavoro fatto negli ultimi mesi, "uno sforzo comune di tutti i dipendenti" per integrare New Business Media, come è stata ribattezzata la nuova società, nei meccanismi del gruppo. "Sono scattati i contratti di solidarietà e anch'io non mi darò lo stipendio per un anno, in pratica lavorerò gratis per New Business Media", afferma. "Ho visto in tutti quanti un grande entusiasmo e spero che nella nuova realtà a cui sono approdati possano esprimere tutta la loro professionalità".

A partire dal numero di aprile *Mark Up*, mensile dedicato al mondo del retail e del largo consumo, e una delle testate di punta di New Business Media (con *Bargiornale*, *Terra e Vita*, *Ambiente e Sicurezza*, *GdoWeek*), è stato rinnovato nella grafica e nella formula, trasformandolo da strumento di analisi e di studio a canale di comunicazione tra industria, distribuzione e istituzioni. "Poi, toccherà a *Bargiornale* e a *Terra e Vita*, ma ovviamente interverremo anche su tutte le altre testate per valorizzarle", assicura l'editore. "Già stiamo monitorando il mondo dei bar con 60mila telefonate per capire le esigenze del settore. E complessivamente, siamo impegnati a far entrare sempre più nelle nostre logiche il sistema proveniente dal Gruppo 24 Ore".

Una parte della tiratura di *Mark Up* continua a essere diffusa nelle edicole, dove vengono vendute altre due testate del gruppo Tecniche Nuove: *Strumenti Musicali* e *Cucina*

Naturale, mensile diretto da Venetia Villani, che ha una diffusione sulle 25mila copie ed è destinato a un target femminile tra i 35 e i 50 anni. "Più mamme che single", commenta Ivo Nardella, aggiungendo che sull'agroalimentare il gruppo che amministra sta studiando in vista di Expo 2015 iniziative sulla filiera agricoltura, food processing, distribuzione, consumatore. "Già abbiamo vinto la gara per editare *Lombardia Verde*, *LoVe*, il periodico della Regione Lombardia, dopo che da tempo collaboriamo con la Regione Emilia-Romagna e la Regione Sicilia".

Il modello di business di Tecniche Nuove punta solo in parte sulla pubblicità. "Noi offriamo ai professionisti pacchetti per informarsi e rimanere aggiornati su quanto accade nel loro settore: riviste, libri, corsi, congressi ed eventi", dice Nardella. "Mio padre ha iniziato negli anni Sessanta con la meccanica, ma abbiamo presto diversificato l'offerta puntando sempre sulla qualità".

"Dieci anni fa, ad esempio, abbiamo acquisito da Utet *Il Dentista Moderno*, una testata con una tiratura di 15mila copie, ma un migliaio di abbonamenti", prosegue l'editore. "Ci siamo dati da fare, abbiamo lavorato sulla squadra e sui contenuti, oltre che sulla proposta di formazione a distanza, e gli abbonati - a un prezzo medio di circa 120 euro





La riunione della redazione retail di New Business Media (*Mark Up* e *GdoWeek*) con al centro il direttore responsabile Cristina Lazzati. Qui accanto la copertina del numero di aprile di *Mark Up*, rinnovato nella grafica e nella formula, e quelle di *GdoWeek*, *Bargiornale* e *Terra e Vita*, altre testate acquisite dal Gruppo 24 Ore.

→ ognuno – sono arrivati a 12mila. Noi mettiamo la testata al servizio dei lettori, non degli inserzionisti. Oltretutto, se il contenuto non c'è, non arriva neppure la pubblicità. Ora, visto che gli studi dentistici in Italia sono tra i 30 e i 33mila, dobbiamo andare a recuperare altri 15mila. Ma viene anche il dubbio che molti professionisti in Italia abbiano perso purtroppo il treno dell'aggiornamento professionale. Comunque, il modello vale per tutte le altre testate e tutti gli altri settori: i lettori sono disposti a pagare per prodotti che contribuiscono ad aumentare le loro competenze. E categorie come quelle dei medici hanno l'obbligo dell'aggiornamento. Lo scorso anno abbiamo organizzato 100 corsi on line, il 70% con l'accreditamento ministeriale, e i partecipanti sono stati 40mila”.

Con la nuova sede Tecniche Nuove aggiungerà ai corsi a distanza anche quelli in modalità residenziale che verranno ospitati nella parte vecchia, ristrutturata, del complesso immobiliare di via Eritrea.

Per quanto riguarda la parte commerciale, la struttura del gruppo amministrato dai Nardella comprende, con l'acquisizione di New Business Media, circa 90 agenti monomandatari per la pubblicità, altri 20 agenti si dedicano alla pro-



mozione dei libri, mentre i call center si occupano degli abbonamenti e della formazione. “Forniamo alle aziende anche servizi a supporto delle azioni di marketing, compresi direct marketing, web marketing e software anche con soluzioni personalizzate”, dice Nardella.

Durante la sua attività Tecniche Nuove ha editato complessivamente circa 5mila libri. “Sono volumi che affrontano temi che fanno da corollario a quelli delle nostre riviste e contribuiscono a divulgare la materia”, osserva Ivo Nardella. “Siamo stati tra i primi a lanciare dei manuali sull'uso dei computer. Erano la versione italiana delle 'Idiot's Guides', che per il titolo non proponibile sul nostro mercato abbiamo ribattezzato 'Informatica per non credenti'. Attualmente abbiamo realizzato volumetti sulla realtà aumentata, dopo che (anche su questo siamo dei precursori), ne abbiamo fatto uscire

uno sulla stampa in 3d a cui abbiamo dedicato un convegno a Parma e su cui stiamo preparando un corso. Una vera e propria case history è certamente il lancio ideato alla fine degli anni Novanta da mio padre dei libri su, per esempio, come curare il mal di testa con la medicina alternativa. Venivano proposti in espositori anche sui banchi delle farmacie. In tre anni nelle librerie ne vendemmo 5mila copie, 500mila nelle farmacie. E costavano 5mila lire ognuno”.

Nardella non nasconde che anche Tecniche Nuove ha risentito degli effetti della crisi: “L'importante è avere in cassetta il fieno necessario a superare la contingenza”, afferma. “Noi abbiamo sfruttato questo periodo per rivedere le testate dal punto di vista grafico e dei contenuti, per interagire in modo differente con i lettori e integrare l'offerta con l'on line e i corsi di formazione. Non per niente un po' sontuosamente abbiamo chiamato la nuova sede Palazzo della cultura. Infatti, ci piacerebbe che diventasse un centro per la diffusione della cultura professionale. Come vice presidente dell'Anes, l'associazione che raggruppa l'editoria periodica specializzata, ho varato un progetto per dare supporto a quanti nel nostro settore fanno fatica a rimanere sul mercato e per aiutarli a continuare nella loro attività. La solidarietà tra editori c'entra, ma non è la sola molla. Insomma, non voglio essere l'ultimo dei dinosauri. E come lui non avere futuro”.

Carlo Riva