30 anni di Mixer: un giornale per i NOSTRI lettori

screenshot-99-6a043803

30 anni di Mixer: il racconto di giornale pensato per i NOSTRI lettori

di David Migliori

Trent'anni di trasformazioni nel fuori casa, come recita la copertina, ma anche 30 anni di Mixer che questa evoluzione ha cercato di raccontare, mese dopo mese, per tre decenni. 30 anni di vita editoriale, di cui poco più della metà vissuti in prima persona dal sottoscritto, sono tanti, specie nel campo dell'editoria professionale. Ricordo molto bene che nel 2000, quando mossi i primi passi in redazione, Mixer era UNA delle tante testate che si rivolgevano alla sterminata "platea" dei pubblici esercizi. Se nel giro di poco tempo, la rivista si è affermata e si è imposta, lo si deve alla capacità avuta di distinguersi in maniera chiara e netta dai concorrenti, con una formula originale e inedita nel settore. Spiegare a parole la ricetta di questa formula magica non è semplice, ma alcuni ingredienti fondamentali possono essere svelati senza difficoltà.

[caption id="attachment_110474" align="alignleft" width="200"]David Migliori David Migliori[/caption]

Innanzitutto aver scelto come "faro guida" del lavoro i nostri lettori. Sembra una banalità, ma in un settore in cui c'è sempre stata molta autoreferenzialità (giornali "belli" fatti per piacere agli addetti ai lavori), Mixer ha saputo trovare il giusto equilibrio tra le esigenze informative, il rapporto con le associazioni di categoria (in primis la Fipe di cui siamo organo di stampa da moltissimi anni), e quello con le tante aziende che hanno investito sulla testata intuendone le potenzialità come strumento di comunicazione delle loro proposte per gli esercenti. E il merito principale di questa alchimia va innanzitutto ad una persona che ho qui l'occasione di ringraziare. **Franca Leeman Borgio**, che ancora oggi ci osserva con sguardo critico e attento, del giornale è stata l'anima e il direttore dalle origini fino al 2012. Sento ancora nelle orecchie la sua voce: "*Questo articolo bisogna farlo per i "nostri!*"; "*Ma cosa diranno i "nostri"?"; "Dobbiamo sentire i "nostri" e raccogliere i loro pareri".* Non

c’era bisogno che aggiungesse la parola “lettori”: per Franca Leeman Borgio “i nostri” erano “i nostri lettori” ed erano al centro di ogni scelta e decisione. Ed è lei che è riuscita a trasmettere, a tutti noi che lavoriamo al giornale, l’importanza di avere sempre presenti i bisogni, le richieste, le necessità delle persone per le quali le pagine di Mixer vengono confezionate.

Per questo Mixer è e resta un giornale utile e di servizio. A Franca Leeman Borgio vanno i ringraziamenti miei e della redazione per averci insegnato una serietà ai limiti del perfezionismo nella cura delle pagine e un’attenzione fino ai dettagli nella scelta degli argomenti, delle parole e delle immagini. **Un altro ingrediente vincente della formula di Mixer potremmo chiamarlo “cronaca del pubblico esercizio”.** E in questo caso, noi giornalisti dobbiamo molto a un’altra persona, **Sergio Redaelli**, per anni nostro caporedattore, che ha il merito di aver saputo portare in una rivista di settore il suo bagaglio di esperienze acquisito lavorando nei quotidiani. È lui ad aver inserito nel Dna del giornale (e di noi giovani giornalisti alle prime armi) il gusto per la caccia allo scoop, la ricerca di “casi”, l’ideazione di inchieste su argomenti delicati (dal prezzo del caffè, alle commissioni sui buoni pasto, alle infiltrazioni della criminalità e così via), che nessuna rivista specializzata aveva trattato in precedenza. Inoltre, se i titoli e gli “attacchi” degli articoli hanno poco della freddezza della rivista tecnica ma molto del “gridato” tipico del quotidiano e delle pubblicazioni da edicola, lo si deve a questa passione trasmessa da Sergio e dalle esperienze di molti redattori di Mixer nel giornalismo non specializzato (e questa è un’altra peculiarità che contraddistingue Mixer). **Queste esperienze, e l’attenzione per le nuove tendenze del sottoscritto,** hanno aperto le porte a nuovi argomenti: la ricerca un po’ “ossessiva” dei nuovi trend, quella per le analisi in grado di fotografare il settore e delinearne le caratteristiche, la caccia ai nuovi segnali che arrivano dall’estero, sono tutti ulteriori ingredienti che fanno la loro parte per il successo di Mixer. Infine, un ringraziamento particolare va all’attuale direttore Antonio Greco per averci dato l’opportunità di proseguire su questa originale strada, senza farci mancare i suoi consigli e suggerimenti, ma senza imporre un cambio di stile, anzi favorendo la crescita professionale e di autonomia della redazione. Tuttavia, anche le formule magiche migliori non sono eterne. Anzi, necessitano ogni tanto di ingredienti nuovi e di ritocchi nei dosaggi per evitare di cadere nella ripetitività. Per questo Mixer si presenta rinnovato nella grafica, con un nuovo look più accattivante e immediato del precedente. Ma al di là dell’abito, nei prossimi mesi non mancheremo di presentare nuove rubriche e servizi all’insegna dell’utilità e della praticità. Come sempre, pensati per i NOSTRI lettori.

30 ANNI DI BAR E RISTORANTI

Trent’anni fa il bar era IL bar. Ci si andava per bere il caffè o per un bicchierino. E anche tra gli esercenti, che si trattasse di bar, ristorante o pizzeria, a vincere erano sempre la tradizione e la fedeltà

ad un modello che si era rivelato vincente. Che l'evoluzione di mentalità o la fine della crescita economica abbiano costretto all'innovazione, resta il fatto che gli ultimi anni sono stati all'insegna della novità, dell'originalità, dell'inventiva, della ricerca di nuovi modelli, nuovi format, nuove soluzioni. Abbandonata l'idea che si potesse continuare a proporre la vecchia concezione di bar, un settore molto affollato ha capito che lo spazio per tutti si andava sempre più restringendo e che per emergere tra la concorrenza fosse necessario rinnovarsi: sul fronte delle proposte, sul fronte del servizio, sul fronte dell'assortimento e così via. Di questa positiva "ossessione" per il cambiamento, alla rincorsa dei gusti e delle esigenze di un cliente sempre meno fedele e più volubile che in passato, cerchiamo di dare conto tutti i mesi su Mixer. In questo numero celebrativo abbiamo voluto raccogliere alcuni articoli speciali che provano a ripercorrere la storia degli ultimi tre decenni di alcune delle principali categorie di locali (bar, ristoranti, pizzerie, gelaterie), di alcuni momenti di consumo (quello della prima colazione) e di alcuni elementi di contorno fondamentali (la comunicazione e la distribuzione). Gli articoli non hanno un'impostazione storica e non guardano al passato con nostalgia: al contrario, raccontano l'evoluzione per mostrare quello che è successo e provare a prevedere cosa può succedere. Conoscere il passato per capire il presente e prevedere il futuro. Sulle pagine di Mixer di quest'anno continueremo il percorso avviato con nuovi argomenti: i pub e le birrerie per quanto riguarda i format, la tecnologia come evoluzione generale; l'aperitivo come momento di consumo e così via.

Nella seconda parte del giornale presentiamo in anteprima i risultati di una ricerca che TradeLab ha realizzato in esclusiva per noi. Si tratta di un primo assaggio delle principali scoperte sul consumatore e il suo approccio al mondo del fuoricasa su cui abbiamo intenzione di concentrarci con attenzione anche in futuro. Per i nostri lettori abbiamo cercato di tradurre in consigli e suggerimenti pratici le informazioni raccolte. Non si tratta di un lavoro semplice e quelli che trovate sono una prima serie di stimoli che arricchiremo prossimamente nell'ottica del supporto agli esercenti nella loro attività quotidiana.