

Contro il caro scuola un diario pagato dalla pubblicità

di Veronica Todaro

VAREDO — Da anni ormai rappresenta un segno di controtendenza nel panorama editoriale italiano. Il gradimento di studenti, genitori e insegnanti, e soprattutto il «passaparola» da dirigente a dirigente, da prof a prof, da genitore a genitore, ha generato la sua progressiva diffusione tanto da arrivare all'attuale copertura degli oltre 50 istituti, tra pubblici e privati, che ne hanno richiesto l'adozione. Si tratta del diario «Tienimi d'occhio», giunto alla sua quinta edizione e ideato dalla S&G Partners, un piccolo editore di Varedo. La formula è semplice. Il diario è realizzato attorno ad un tema conduttore (quest'anno i libri e la lettura, ndr), ha una grafica gradevole, allegra e colorata, è personalizzato per ogni istituto scolastico con 32 pagine dedicate e può essere ottenuto sia gratuitamente (i costi in questo caso sono coperti da discreti inserti pubblicitari di operatori locali), sia a pagamento (senza inserti pubblicitari) a un costo estremamente contenuto.

«Con un tasso di crescita pari a circa il 40 per cento all'anno - spiega Gianni Cameroni, titolare della S&G Partners - questo diario "che nasce a scuola" è passato in cinque anni da poco più di 2mila copie alle 38.600 distribuite quest'anno, di cui 37.800 personalizzate per ogni



Col diario «Tienimi d'occhio» anche una tesserina sconto per avere sconti nei negozi

scuola, ed è stato adottato in 52 istituti scolastici sia pubblici che privati. Il diario è particolarmente apprezzato per i contenuti editoriali attenti al percorso educativo e definito da alcuni anche "una risposta concreta al Caro Scuola". La gratuità che contraddistingue questo progetto consente infatti alle famiglie di poter contare su un consistente risparmio. Tienimi d'occhio rappresenta in sé un momento di saldatura tra scuola, famiglia e operatori locali, e favorisce da una parte un approccio univoco al mondo scolastico e dall'altra un rapporto nuovo e positivo con gli operatori economici lo-

cali la cui discreta e controllata presenza pubblicitaria consente di raggiungere la gratuità per le famiglie».

Nella versione «con pubblicità», che è la più gettonata, è anche presente una tesserina con la quale studenti e genitori possono avere un trattamento di favore presso gli operatori del Circuito Tienimi d'Occhio Card: quasi 400 soggetti, tra rivenditori, società di servizio, associazioni sportive e altro nelle aree toccate dall'iniziativa. Il diario, rivolto alla scuola primaria e secondaria di primo grado, è stato adottato quest'anno in molte località delle province di Milano,

Varese, Lecco, Biella e Vercelli. In quest'ultimo caso addirittura il diario è presente nell'intera provincia. In Brianza ben 20 istituti scolastici hanno adottato il Tienimi d'occhio tra Bovisio Masciago, Barlassina, Lentate sul Seveso, Meda, Cesano Maderno, Varedo, Seregno, Biassono, Desio, Meda e Nova Milanese.

L'idea di un diario simile era già venuta nel 2001 ad un gruppo di ragazzi della scuola Leonardo da Vinci di Seveso, che appoggiati da uno sponsor avrebbero dovuto dare alle stampe un diario fatto, pensato e disegnato dagli alunni stessi. Ma all'ultimo

momento, lo sponsor si era tirato indietro, facendo cascare nel vuoto le aspettative dei giovani redattori. E' a quel punto che viene contattata la S&Partners che è arrivata al successo di oggi.

«Lo scopo dell'iniziativa - prosegue Cameroni - è di soddisfare due esigenze. La prima quella dei genitori, alleggeriti di un'ulteriore spesa. La seconda quella stessa degli alunni che tra le pagine di questo diario personalizzato trovano 32 pagine dedicate alla propria scuola, alle attività, al piano formativo, ai propri lavori, ai commenti degli amici e dei compagni, le note degli insegnanti, le foto delle gite scolastiche».

Lo stesso diario può essere scambiato quasi per un libro di studio. La versione attuale infatti, curata sia per la parte grafica che per i contenuti redazionali da Caterina Cameroni, si basa sul tema dei libri e della letteratura. «Ogni pagina - spiega Gianni Cameroni - contiene una citazione. Lo scopo dell'iniziativa - prosegue Cameroni - è di soddisfare due esigenze. La prima quella dei genitori, alleggeriti di un'ulteriore spesa. La seconda quella stessa degli alunni che tra le pagine di questo diario personalizzato trovano 32 pagine dedicate alla propria scuola, alle attività, al piano formativo, ai propri lavori, ai commenti degli amici e dei compagni, le note degli insegnanti, le foto delle gite scolastiche».