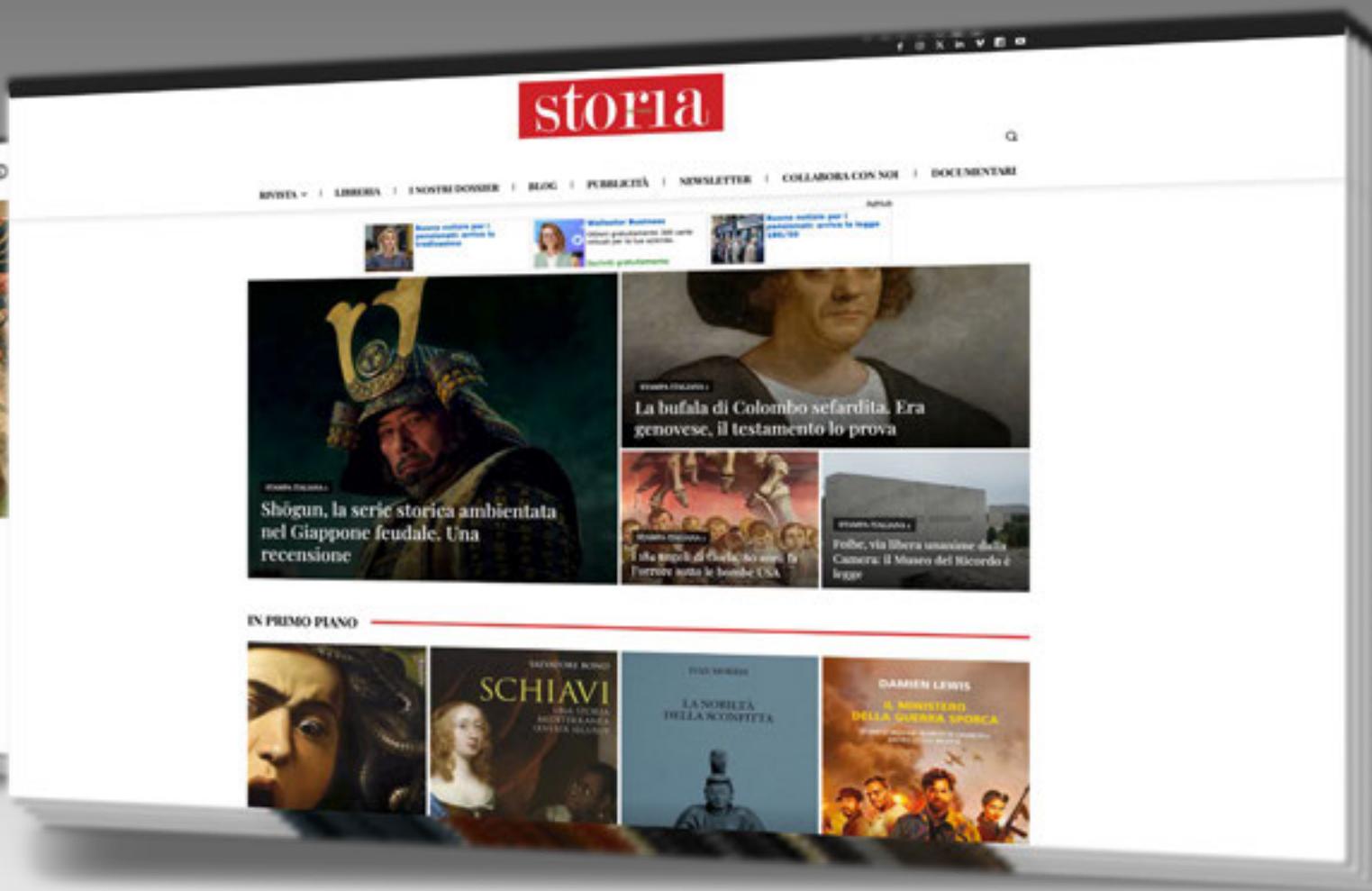


Storia in Rete 5.0

RACCONTARE IL PASSATO *NEL FUTURO*



Ottobre 2024

Storia In Rete dal 2000 – anno in cui è andato online il sito www.storiainrete.com – propone un modo diverso di raccontare la Storia. Perché “diverso”? Perché per noi parlare di Storia vuol dire non adagiarsi su ricorrenze o anniversari oppure scegliere a casaccio gli argomenti, senza una particolare ragione che non sia l’inclinazione del momento. Il passato quotidianamente incide sul nostro presente (o ci sussurra cose...) in mille modi e chi si occupa di fare informazione deve rendere conto, nel modo più equilibrato e completo, di quanto si scopre, si dibatte e si pubblica nel mondo. “Storia In Rete” nasce quindi dalla convinzione che “il passato è in movimento” e che ogni fatto - che riguardi la preistoria o il Novecento non importa - è costantemente suscettibile di aggiornamenti, integrazioni, revisioni perché ricerche, documenti e nuove sensibilità portano di continuo contri-

buti alla conoscenza. In questo poi internet è stato un acceleratore formidabile contribuendo ad una sempre più precisa e veloce circolazione di idee e notizie, una velocità e un’abbondanza impensabili fino a vent’anni fa.

Il sito e poi la rivista mensile (in edicola dal 2005 al 2023) hanno seguito e affinato questo modo di intendere l’informazione e la divulgazione storica che non è stato messo in crisi dalle continue rivoluzioni digitali ma anzi può trovare, nei nuovi strumenti e piattaforme così come nelle nuove strategie di comunicazione e diffusione, nuovi spazi e nuovi mercati. Se ieri il modello economico classico dell’editoria (generalista o di settore) si basava sulla trinità “carta-pubblicità-edicola” ormai l’informazione viaggia soprattutto tramite **post** sul web, su **social** e **newsletter tematiche**, grazie ai **podcast** e a **video** e dirette on line... In questo scenario così dinamico e diversifi-





cato c'è sicuramente (oltre ai **libri** che mantengono un loro spazio di nicchia) ancora posto per una **rivista** di settore che però si adatti ad un mercato sempre più digitale: quindi una rivista che possa essere acquistata, scaricata e letta digitalmente in pdf o in formato kindle su qualunque dispositivo lasciando a chi preferisce comunque la carta la soluzione degli abbonamenti, della stampa *on demand* o della distribuzione mirata in edicole e librerie selezionate.

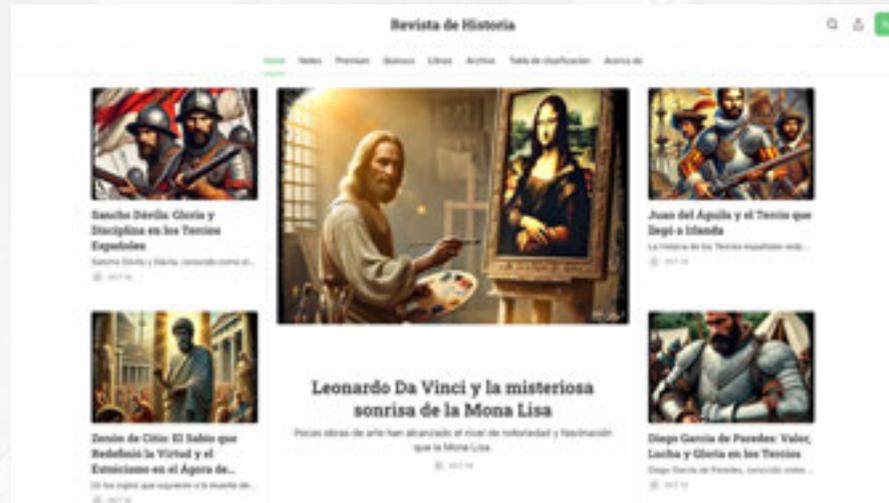
Il pubblico degli appassionati di Storia in Italia è insospettabilmente ampio – valutabile nell'ordine delle centinaia di migliaia di potenziali fruitori – ma disperso in molti rivoli: c'è chi si appassiona ai podcast e chi acquista in edicola una o più riviste (il mercato interno delle riviste di Storia in versione cartacea è valutabile intorno ad almeno 50/60 mila copie al mese). Ma quanti seguono regolarmente approfondimenti

in podcast o video su **Youtube** e altre piattaforme minori sono infinitamente di più così come è in costante crescita il mercato delle riviste e dei libri pubblicati e acquistati direttamente in formato digitale. Insomma, **la domanda di Storia c'è sempre, non diminuisce ma anzi aumenta e si diversifica sempre più**. Curiosamente, ad oggi, però manca – sia in Italia che all'estero – un'offerta complessiva che miri a “catturare” questo vasto pubblico nel suo complesso, offrendo sotto un unico marchio, prodotti e modi di fruizione diversi per favorire e incentivare il consumo incrociato dei vari media. Con il progetto **“Storia In Rete 5.0”** “Storia In Rete” propone proprio questo: la costruzione di una rete di media che, per informare e raccontare il passato, sfrutti ogni opportunità offerta dalla rivoluzione digitale che continua a permeare e a cambiare le nostre vite e quindi anche il nostro modo di informarci. ■

Il primo passo: una newsletter

La prima scommessa è quella di proporre – a inizio 2025 – una newsletter settimanale di informazione storica. Quella delle newsletter giornalistiche di settore è, nel mondo anglosassone, ormai una realtà consolidata. In Italia l’offerta storica, per lo più standardizzata e fossilizzata, invece soffre dell’assenza di un approccio giornalistico che aiuti a comprendere e conoscere meglio i molti modi con cui il passato influisce nel nostro presente. Nuove scoperte, polemiche e dibattiti, libri e ricerche, documenti inediti: in tutto il mondo, ogni giorno, la storia si riscrive, si corregge, si arricchisce, scopre nuove strade, ne abbandona altre. Forte dell’esperienza maturata in molti anni

la newsletter di “Storia In Rete” – appoggiandosi a [Substack](#), la piattaforma specializzata in newsletter tematiche - racconterà ogni sette giorni le ultime notizie dai fronti della Storia in tutto il mondo monitorando decine e decine di riviste, siti, account specialistici e pagine culturali dei maggiori quotidiani internazionali. Il tutto ad un costo molto contenuto per gli utenti: da 3 a 5 euro al mese oppure 35 a 45 euro l’anno. E, una volta consolidata l’esperienza in Italia, potrebbe essere l’occasione di “esportare” il nostro modo di raccontare la Storia anche l’estero. Dapprima con una newsletter in inglese, ovviamente, ma a seguire magari anche in francese, spagnolo, portoghese... ■

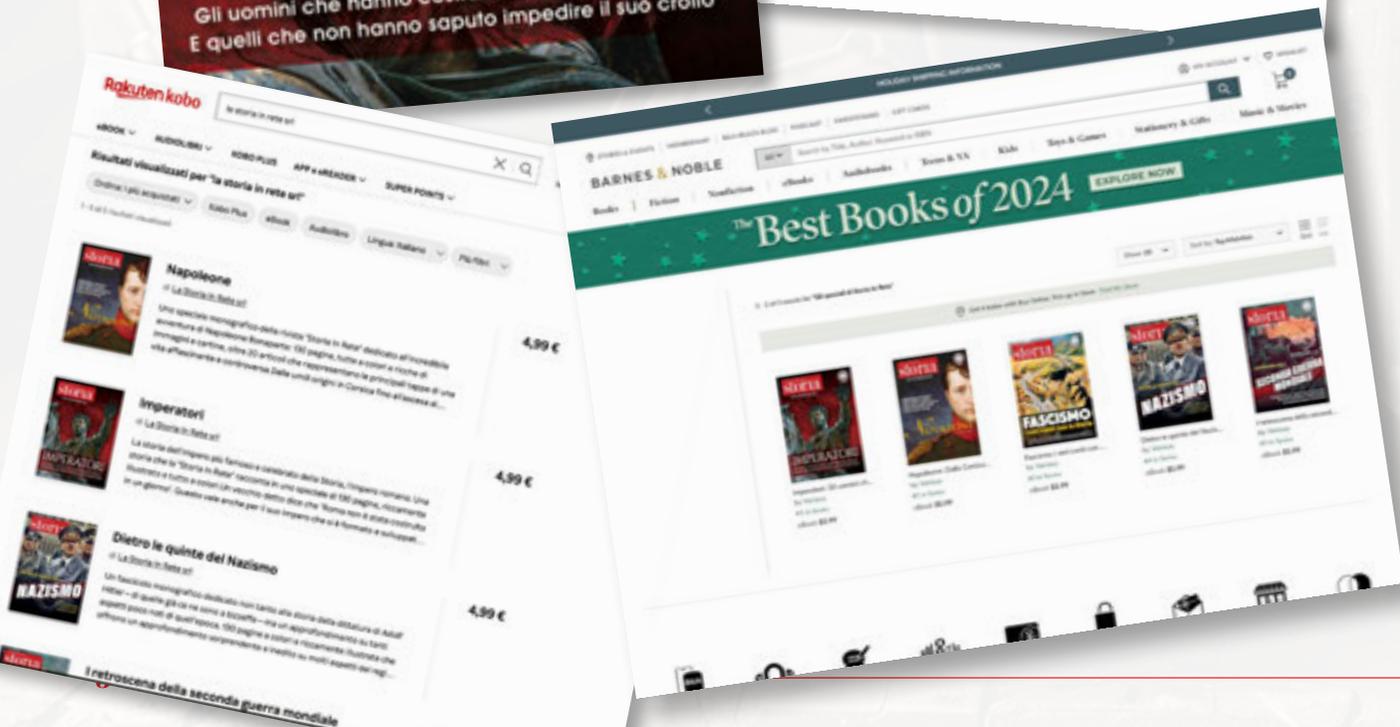




Il secondo passo: una rivista

La carta stampata è un amore difficile da scordare. Chi ama la Storia ama anche le riviste su carta, magari da collezionare, rilegare, sfogliare nuovamente a distanza di tempo. "Storia In Rete" ha un'esperienza ventennale nell'editoria e sa bene che il patrimonio di lettori e abbonati accumulato nel tempo rappresenta una ricchezza che non va dispersa. Tutto questo va fatto superando il classico modello "carta-pubblicità-edicola" su cui si è basata per decenni (e tutt'ora si basa in modo sempre più residuale) in Italia l'editoria di settore e non. Il futuro – anzi il Presente – dice che la formula migliore ora è quella basata su fascicoli digitali da distribuire sulle varie piattaforme disponibili: sia quelle "generaliste" come

[Amazon](#), [Kobo](#), [Apple Store](#) o [Google Store](#) ("Storia In Rete" è già presente in tutte queste realtà con una selezione di Speciali monografici), sia le edicole digitali come [Zinio](#) o [Caffeyn](#). Distribuzione digitale quindi unita a forme di sottoscrizione/abbonamento (con offerte integrate per chi è già abbonato alla newsletter) senza dimenticare la possibilità di un classico abbonamento cartaceo o dell'acquisto di una singola copia da ricevere per posta tramite il sistema della stampa on demand. In prospettiva si potrà pensare poi anche ad una distribuzione cartacea mirata ad alcune edicole/librerie. Il primo test sarà rappresentato da fascicoli trimestrali per passare gradualmente ad una periodicità bimestrale e, infine, mensile. ■



Il terzo passo: i Podcast

Negli anni “Storia In Rete” ha raccolto un archivio enorme di articoli sia sul sito che sulla rivista cartacea pubblicata dal 2005 al 2019. Non li abbiamo contati con precisione ma non sono meno di cinquemila. E molti sono ideali – per temi e lunghezza – per diventare dei podcast di 10/15 minuti. Una massa di contenuti perfetta per entrare in grande stile in un mercato strategico e in grande crescita come quello dei podcast dove, oltre tutto, la richiesta di contenuti storici è particolarmente forte anche se, come in altri ambiti, spesso la qualità dei contenuti non è eccellente. I dati sugli ascolti di podcast rilevati da “Audible” di Amazon rivelano che nella top ten dei podcast “original” più scaricati da inizio 2024 al primo posto c’è proprio un podcast storico e cioè: “Le grandi battaglie della Storia” di Alessandro Barbero. Seguono subito dopo vari altri prodotti che in qualche modo richiamano il passato – specie il nostro passato –

per quanto riguarda la politica, la cronaca nera e giudiziaria.

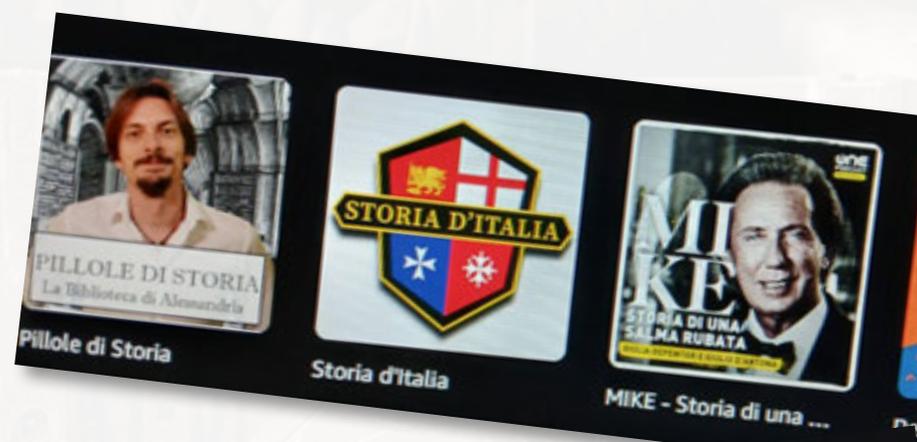
L’ascolto di podcast in Italia è quindi in forte e costante crescita: nel 2024 i fruitori di questa forma di comunicazione culturale sono arrivati a **17,2 milioni di persone**, oltre 800 mila in più rispetto al 2023 (+5%). Sul lungo periodo, dal 2018 a oggi, l’incremento è del 67%: da 10,3 milioni a 17,2 milioni...

C’è tuttavia un “punto debole” dei podcast: la redditività. E’ difficile produrre guadagno diretto dai podcast anche se sicuramente – producendo a costi contenuti e sfruttando al meglio le potenzialità offerte dalle varie piattaforme – è possibile immaginare un ritorno economico dalla pubblicità e da eventuali sponsorizzazioni. Perché allora puntare sui podcast? Perché non solo sono un ottimo mezzo di promozione del marchio ma anche perché possono aiutare a promuovere nel nostro caso

la newsletter a pagamento, la rivista, i prodotti offerti dalla nostra “Libreria di Storia”, il canale Youtube (ne parliamo nella pagina a fianco) e altro ancora. Contiamo molto sui podcast anche per aumentare la “fidelizzazione” del nostro pubblico. Un obiettivo che intendiamo raggiungere attraverso un crowdfunding mirato: ad ogni singolo sottoscrittore verrà data l’opportunità di “adottare” uno o più titoli di quelli che andremo a selezionare inizialmente (almeno una cinquantina) dopo averli divisi per alcune categorie destinate a diventare altrettante serie tematiche: “Vite straordinarie”, “Crimen”, “Misteri”, “Controstoria”, “Storie di donne”... ■

audible 

 Spotify®  Spreaker★





Il quarto passo: video on line

“**S**toria In Rete” ha una consolidata esperienza nella produzione televisiva e nella realizzazione di documentari storici (oltre 70 quelli prodotti) venduti sia a televisioni nazionali che in numerosi paesi esteri. L’ultimo passo del nostro progetto riguarda proprio il mondo della comunicazione video ma questa volta focalizzato non al mercato televisivo ma a quello digitale e quindi alla principale piattaforma di riferimento che è oggi più che mai **YouTube** (ma senza trascurare altre realtà come **Vimeo**, **DailyMotion** o **Odysee**).

L’offerta video necessaria a raggiungere una sufficiente massa critica di followers e abbonati sarà impostata su più format diversi, capaci di generare profitti direttamente (pubblicità) e indirettamente (promozione e vendita sul negozio della

rivista degli arretrati e dei libri; affiliazione ad Amazon; sponsorizzazioni). *In primis* si punterà ancora sui podcast perché, ad oggi, la principale piattaforma di podcast è proprio YouTube in virtù di una tendenza sempre più netta e cioè quella della conversione dei podcast in video. Nel 2021 Youtube era la terza piattaforma per podcast, nel 2022 ha iniziato ad insediare la leadership di Spotify e nella primavera il 2024 l’ha scalzata definitivamente: Youtube a inizio 2024 è ormai la piattaforma più utilizzata per consumare podcast (31%) superando nettamente Spotify (21%) e Apple Podcasts (12%).

Unendo la massa critica del materiale precedentemente trasformato in podcast all’esperienza maturata nel settore video, “Storia In Rete” potrà dar vita ad un proprio canale dove ini-

ziare a pubblicare i propri video affiancandoli magari ad alcune delle centinaia di interviste realizzate nel tempo e solo in parte utilizzate per la produzione dei nostri documentari. La seconda fase sarà quella di una produzione di interviste-recensioni per aprire nuove prospettive di promozione soprattutto al mercato delle centinaia di editori medio-piccoli italiani. Successivamente si potrà passare – sempre facendo ricorso soprattutto al “know how” interno – alla realizzazione di uno spazio di almeno un’ora da trasmettere in diretta e che sia una vera e propria trasmissione di Storia con ospiti, notizie e interviste. Un format che potrà essere poi eventualmente ceduto ad altre emittenti o canali incrementando così ulteriormente la promozione dei contenuti originali e del marchio “Storia In Rete”. ■



Cosa è oggi “Storia In Rete” e come sostenere i nostri progetti

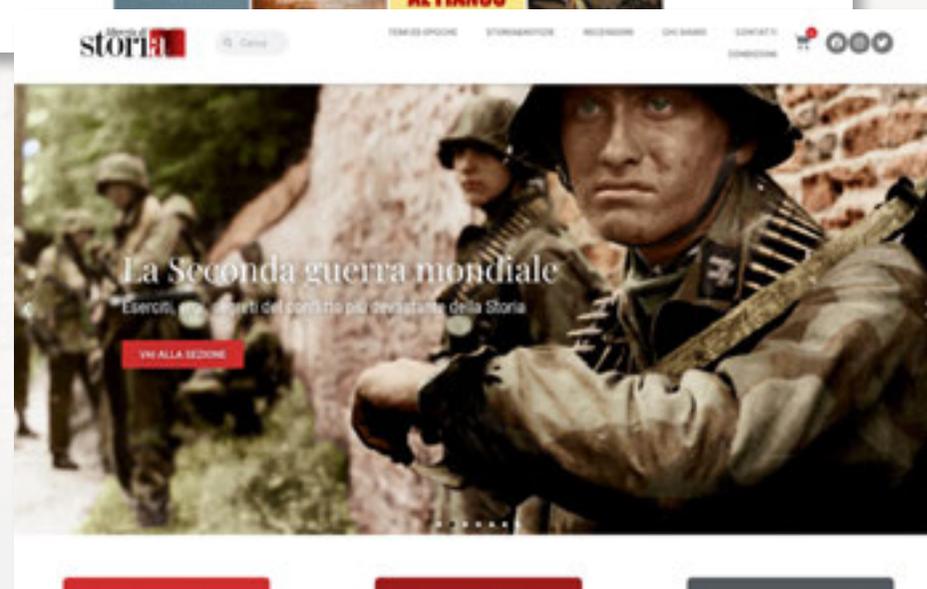
“**S**toria In Rete 5.0” non è una start up nel senso che non partiamo da zero. Oltre ad un’esperienza di oltre vent’anni nell’editoria periodica e nella produzione televisiva, “Storia In Rete” è da tempo una presenza radicata sul web:

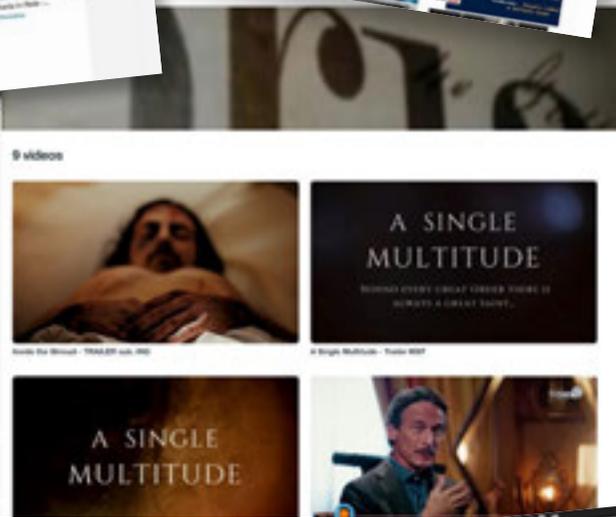
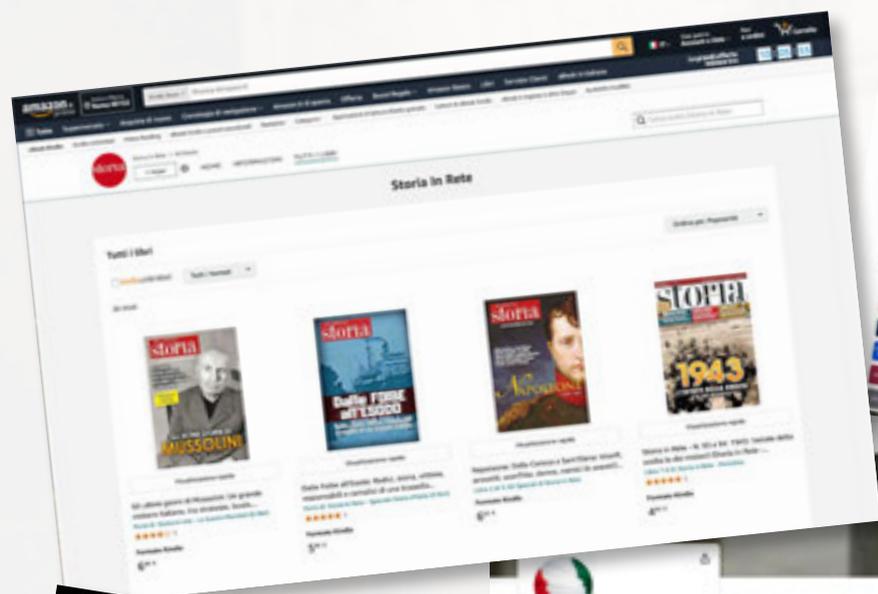
- Un sito – www.storiainrete.com – on line dall’estate 2000 e con un pubblico altamente profilato e fidelizzato nel tempo: 180 mila visitatori unici e quasi 600 mila pagine viste l’anno (il 5-6% del traffico è proveniente dall’estero);
- Una newsletter settimanale gratuita con oltre tremila abbonati in costante crescita;
- Un negozio digitale – www.libreriaistoria.it - dove acquistare tutti i numeri di “Storia In Rete” prodotti nel tempo oltre ad una selezione in continuo aggiornamento di saggi storici;
- “Storia In Rete” dalla primavera 2024 è presente con una sele-

zione di numeri Speciali della rivista sulle principali piattaforme e librerie: [Amazon](#), [Google Play](#), [Apple Ibook](#), [Kobo.com](#), [lbs/feltrinelli](#), [Mondadori Store](#), [Hoepli](#) e altre ancora;

- Siamo anche da tempo presenti sui social con account su [Facebook](#), [X](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#) (per un totale di quasi 20 mila followers) oltre che con un canale dedicato sulla piattaforma video Vimeo;
- Oltre ai nuovi contenuti che produce continuamente e che saranno realizzati durante le varie fasi di sviluppo del progetto, “Storia In Rete” può già contare su un importante archivio fatto di circa 5.000 articoli e di oltre 70 documentari con centinaia di ore di girato e oltre 150 interviste a storici solo in parte utilizzate per il montaggio finale

Le risorse per l’avvio e lo sviluppo del progetto “**Storia In Rete 5.0**”





arriveranno da più parti. Ci sarà un investimento di partenza di “La Storia In Rete srl” che convoglierà sulle prime fasi di start up risorse interne oltre a investire i proventi delle vendite di libri e prodotti digitali già disponibili su “[Libreria di Storia](#)” come su molte altre piattaforme.

L’obiettivo principale è quello di mobilitare e incrementare la base di pubblico e lettori che il sito, la newsletter e la rivista hanno consolidato nel tempo. Ancora prima degli **investitori** e degli **inserzionisti pubblicitari**, ad essere coinvolti saranno quindi i nostri lettori, gli ex abbonati al mensile cartaceo, gli iscritti alla newsletter, i visitatori abituali del sito, le centinaia di persone che hanno già effettuato acquisti di nostri fascicoli o di libri. Questo secondo un modello di finanziamento

ormai consolidato nell’era digitale e che si basa sulla fidelizzazione e sui piccoli versamenti sotto forma di acquisti, donazioni o abbonamenti.

In concomitanza con l’avvio della fase operativa verrà quindi lanciata una campagna di abbonamenti complessivi (newsletter + rivista + podcast) attraverso la piattaforma “**Patreon**” che consente forme di micro finanziamenti periodici in cambio di vantaggi vari e della pubblicazione regolare di contenuti.

Contributi occasionali possono essere già versati tramite l’apposita pagina per le donazioni presente sul sito di “[Storia in Rete](#)”.

Contestualmente all’avvio di ogni singola fase contiamo anche di lanciare un apposito crowdfunding su una piattaforma come Kickstarter o Eppela. ■

Storia In Rete 5.0

è un progetto di

storia

La Storia In Rete srl

Via Paolo Bentivoglio, 36 - 00165 Roma

Partita Iva: 12183701007 • www.storiainrete.com

Contatti

info@storiainrete.com

Pec:

lastoriainrete@legalmail.it

Fabio Andriola:

direzione@storiainrete.com
