

# Come dieci anni di “no” mi hanno reso ancora più forte e positivo

*Silvio Malvolti, ideatore di BuoneNotizie, si racconta*

*di Marina Nasi*

**F**inalmente una buona notizia!  
 È una reazione naturale, quando si sente o vede qualcosa di bello e positivo, quando un amico ci racconta una piacevole novità. Ma è anche una reazione rara se si apre un giornale o si accende la tv. Non perché nel mondo accadano solo cose brutte, ma perché i media tendono a mettere in primo piano soltanto quelle. Negli ultimi anni abbiamo visto il boom della “nera”: delitti e misfatti vendono, attirano l’attenzione, conquistano prime pagine e prime serate. Il mondo dell’informazione ha sempre funzionato così: i fatti peggiori vanno in primo piano. Eppure basterebbe cambiare prospettiva. Non per nascondere la testa sotto la sabbia, ma per avere un’informazione davvero completa. Voglio vedere il bicchiere anche mezzo pieno. Questo deve avere pensato **Silvio Malvolti**, quando ha deciso di creare un organo di informazione tutto dedicato alle notizie positive. Un pensiero naturale, appunto. Ma metterlo in atto è stato tutt’altro che facile. La sua storia, è la storia di **buonenotizie.it**. 📱

**Il mondo dell’informazione ha sempre funzionato così: il peggio del peggio va in primo piano**

Tutto comincia nel 2001, un anno segnato dalla notizia più clamorosamente infausta del nuovo millennio: l’attacco alle torri gemelle. «A circa un mese di distanza dall’11 settembre – racconta Silvio, classe 1975 – facevo zapping e vedevo che in tv non si parlava che di terrorismo. Eravamo ovunque bombardati da notizie allarmiste. Anche la normale programmazione televisiva in prima serata, e non solo, proponeva film apocalittici e scene di violenza a ripetizione. Chi voleva distrarsi dal quotidiano non aveva scampo, a meno di spegnere la tv». La constatazione semplice di una situazione comprensibile suggerisce a Silvio, all’epoca consulente informatico appena tornato da un lungo viaggio in Australia “per trovare se stesso”, la voglia di creare un progetto che rispondesse, a modo suo, al clima teso del momento: un giornale di notizie positive, qualcosa che distraesse dalla mole d’informazione univoca e pessimista e stimolasse a reagire. Non una distrazione sterile ancorata nella fiction, ma proprio la ricerca di un’altra attua-



Le versioni del sito, originariamente su dominio .net

lità: una realtà diversa e meritevole di essere raccontata. Nasce allora, in pieno boom di internet, il primo sito web, BuoneNotizie.net, che racconta piccoli fatti positivi. Le prime buone notizie parlano dei **dati sorprendenti sullo smaltimento di amianto, l'impegno di Greenpeace contro gli OGM** (siamo nel periodo della “mucca pazza”), **il successo di un'operazione contro la deforestazione illegale in Amazonia...**

Come si diceva, però, quello che vende sono le brutte notizie, e il sito fatica a decollare: il progetto non ha *appeal* commerciale, gli sponsor latitano, e dopo qualche mese i due “soci-amici” del progetto originario abbandonano la barca. Silvio no. E, a proposito di barche, sua grande passione, buona parte del 2002 lo passa occupandosi di piccole manutenzioni per 500 euro al mese, vivendo a bordo di una barca a vela ormeggiata in Toscana. La sera, dopo il lavoro, con l'allora lento e costosissimo collegamento Gprs, tiene aggiornato il sito. Da allora, vanno e vengono persone che si interessano al progetto ma dopo un po', scoraggiate, lo abbandonano. Finché anche a Silvio non si materializza la possibilità di mollare tutto, con un'occasione da sogno: siamo nel 2004 e un magnate del settore del *beverage* lo seleziona, assieme a un ristrettissimo gruppo di altri giovani, per un giro del mondo in barca a vela della durata di tre anni. Difficile resistere a una tentazione così, soprattutto per chi da anni frequenta porti turistici e scuole di vela. Pronto all'imbarco, inizia il lungo viaggio. Ma presto Silvio si rende conto di provare un pensiero alquanto inconsueto: il sogno della traversata velica non è forte quanto credeva. O, piuttosto, non quanto quello di dirigere davvero in porto il successo del suo progetto editoriale. Dopo trenta giorni al largo la barca avrà un navigatore in meno.

«Scegliere di rinunciare a quell'avventura è stata la scelta più difficile della mia vita, ma mi ha dato la forza di mettere tutto l'impegno per realizzare il sogno per cui ne avevo abbandonato un altro». Detto fatto. Dopo qualche mese di assesta-


---

**Rinunciare  
al giro del mondo  
in barca mi ha  
dato la forza  
di realizzare  
questo sogno**

---



Silvio durante la navigazione nel Mediterraneo

mento – anche sentimentale: sulla barca era rimasta, evidentemente poco contenta, anche la sua fidanzata – nasce l’associazione culturale Buone Notizie. A marzo 2005 esce nelle edicole di Milano e Roma il primo numero cartaceo,  che dopo qualche mese diventa un free-press dalla distribuzione inconsueta: le sale d’aspetto degli ospedali. Seguono anni di alti e bassi, di viaggi tra la carta e il web, di delusioni, di proposte a “grandi nomi” (che fingono indifferenza ma poi, come accadde a una nota trasmissione serale della tv pubblica, inseriscono rubriche con lo stesso tema e nome quasi identico), di slanci in avanti (la scelta di candidarsi all’incubatore di impresa nella Camera di Commercio di Bergamo) e di cedimenti, come la ricerca di un lavoro “serio”. E per fare “il serio” Silvio viene “arruolato” nella concessionaria pubblicitaria di un importante quotidiano. Intanto continua, con un po’ di amarezza e lo slancio affievolito, a tenere viva la fiammella di Buone Notizie, provando anche, ma di nuovo senza successo, a presentare il progetto ai suoi responsabili. Finché quattro anni dopo, nel 2011, con un nuovo team di quattro persone, decide di partecipare a **Start Cup Milano Lombardia**, una *business plan competition* per start-up e progetti virtuosi. È l’inizio della svolta.

---

## Il progetto arriva primo nella categoria innovazione sociale

---

«*Ho impiegato buona parte delle mie vacanze estive per scrivere il business plan – racconta, sempre più sorridente – convinto che non sarebbe mai passato*». E invece, sorpresa: il progetto piace e arriva tra i 20 finalisti. «*La notizia era davvero inaspettata e in meno di 24 ore preparo al volo quattro slide in croce necessarie per la presentazione in programma il giorno successivo di fronte alla giuria e a un pubblico di 200 persone, aprendo con un breve filmato preso dal film Quinto Potere di Sidney Lumet, che secondo me spiega*

Come nella migliore delle favole, dopo difficoltà, traversie, voglia di mollare tutto, ecco che arriva la redenzione: sempre più veloce.



La copertina dell’ottavo e ultimo numero pubblicato



tutto. E così il nostro team arriva primo nella categoria di riferimento, dedicata ai progetti di innovazione sociale». La clip, per inciso, è del 1976 e si apre con l'invettiva, decisamente poco buonista, sulle brutte notizie che ogni minuto ci piombano addosso... Il premio lo candida di diritto, un mese e mezzo dopo, alla finale di **Working Capital**,

un premio nazionale che può fare davvero la differenza: 150 progetti finalisti su 2.139, selezionati tra tutte le competizioni regionali. La competizione è altissima. Ma come era accaduto poco prima a Start Cup, la presentazione di Buone Notizie riscuote sorrisi e applausi di approvazione, il nome del progetto



è evocativo, comincia forse a portarsi fortuna da solo. E arriva anche una piccola rivincita personale: «Dopo la mia presentazione, mi si avvicina un investitore che mi chiede se ancora collaboro con il quotidiano che mi aveva assunto nella sua concessionaria. Dopo poche parole si rivela essere un alto dirigente proprio di quella casa editrice ed era decisamente intrigato dal progetto. Un attimo dopo vengono nominati i vincitori... ed eccomi di nuovo sul palco! Un altro primo premio!» Finalmente ora c'è anche il budget necessario per portare tutto a compimento, oltre al riconoscimento. Silvio decide di lasciare il vecchio lavoro - ma chissà che in quella stessa azienda, grazie al contatto con il top manager, non succeda qualcosa di nuovo - e parte finalmente l'impresa.

Ci sono voluti dieci anni. Dieci anni in cui è cambiata la comunicazione. Ora BuoneNotizie è arrivato anche sui tablet. Dieci anni di cattive notizie. Silvio è pronto a raccontare anche tutte le altre.

E saranno molte, statene certi. Perché l'avventura di BuoneNotizie non è finita qui: inizia proprio adesso.

Buona lettura! **BN**

---

**Ci sono voluti dieci anni. Dieci anni in cui è cambiata la comunicazione**

---