

EDITORIA Svolta al vertice della Federazione

Costa designato alla presidenza Fieg

*Il vicepresidente Fininvest prenderà il posto di Anselmi
Il primo banco di prova sarà il rinnovo del contratto*

■ Maurizio Costa è stato indicato dal comitato di presidenza della Fieg, la Federazione degli editori, per la carica di numero uno. Già amministratore delegato e vicepresidente della Mondadori, Costa è oggi vicepresidente del gruppo Fininvest, incarico, quest'ultimo, per il quale il top manager ha però manifestato l'intenzione di lasciare, nello spirito di una presidenza che vuole essere «rigorosamente super partes».

L'ex amministratore delegato di Mondadori subentrerà a Giulio Anselmi, che aveva espresso la propria indisponibilità per un altro mandato, preferendo concentrarsi esclusivamente sulla presidenza dell'Ansa. Costa è un ingegnere con la passione per i libri. Una passione consolidata durante la lunga permanenza nel gruppo di Segrate, dove è entrato nel 1992 co-

IL PERSONAGGIO

Ha lavorato due decenni in Mondadori. Dal 1997 al 2013 è stato l'ad

me direttore per le società partecipate, fino a diventarne l'amministratore delegato nel 1997 dopo aver contribuito, tra l'altro, a sviluppare il settore periodici in più



11,1%

Secondo i dati diramati dalla Federazione, i ricavi editoriali sono scesi dell'11,1% nel corso del 2013

CAMBIO DELLA GUARDIA

A sinistra, un'edicola. Sotto, il presidente designato Maurizio Costa e Giulio Anselmi



ninvest. Stimato anche per la sua correttezza e il suo equilibrio, Costa arriva alla Fieg in un momento delicato per l'intero settore editoriale. In ballo, inoltre, c'è il rinnovo del contratto dei giornalisti: una missione non facile, anche a causa delle spaccature che si sono aperte all'interno della Federazione della stampa, sindacato di categoria.

La prima patata bollente che il neo presidente si troverà infatti ad affrontare è proprio questa. Ma non è certamente secondario, poi, anche lo scenario economico in cui si muoverà il nuovo presidente. «La crisi, infatti, non risparmia l'editoria e la ripresa, se ci sarà, avrà un impatto assai limitato su un settore affaticato e con problemi strutturali e congiunturali». Almeno da quanto emerge dell'ultimo rapporto della Federazione italiana editori sulla situazione del mercato, presentato in aprile dal

presidente Anselmi. Numeri parlano chiaro: nel 2013 il fatturato pubblicitario è sceso del 19,4% e i ricavi editoriali, secondo le stime della Fieg, hanno registrato una caduta stimabile intorno all'11,1%. Tra il 2006 e il 2013 la pubblicità sui periodici è diminuita di quasi 630 milioni di euro. Lacrasi, in particolare, si riflette nei bilanci dei quotidiani. Il ridimensionamento del fatturato ha avuto un'ac-

celerazione nel 2012, accusando una flessione più ampia (-9,9%), a causa dei ricavi pubblicitari (-17,5%).

di 20 Paesi. Una carica, quella di amministratore delegato di Mondadori, mantenuta sino al febbraio dell'anno scorso, quando è stato nominato vicepresidente di Fi-