

IL TRUCCO DI "LIBERO" PER GONFIARE LE VENDITE

Diffusione gratuita per avere pubblicità e contributi

di Carlo Tecce

Il trucco c'è, e si vede benissimo. *Liberò* sfrutta la vendita parallela per gonfiare le copie vendute: 52.880 vengono comprate in edicola, 41.359 seguono "altri" canali (media mensile maggio 2012). La società Ads - accertamenti diffusione stampa - comunica le cifre più o meno ufficiali che comunica l'editore. Sappiamo che la famiglia Angelucci, proprietaria del quotidiano di centrodestra, può vantare una certa esperienza nel settore sanitario con le innumerevoli cliniche private che gestisce, ma lo stato di salute di *Liberò* non è corretto. Soltanto il giornale di Maurizio Belpietro, e in misura inferiore il *Corriere della Sera* (95.835 copie su 432.852), esagera con gli "altri" canali. Un metodo per smistare copie con prezzi scontati, migliaia di omaggi, pacchi in ospedali, stazioni, metropolitane, stadi di calcio; un'operazione che serve a sommare carta a carta senza guadagnare un euro bucato. Non è un danno per le foreste pluviali che soffrono lo spreco, ma è uno strumento per pompare la quota di lettori e sperare nei contributi pubblici o negli inserzionisti se abboccano. *Liberò* ha ricevuto il finanziamento di Palazzo Chigi fin quando l'Autorità garante per le Comunicazioni e il Dipartimento per l'Editoria non s'accorsero che i padroni del giornale milanese e del *Riformista* (ora chiuso) coincidevano. Il bilancio 2010 di *Liberò* dichiara circa 21 milioni di euro di ricavato attraverso la vendita del giornale: se le 94.240 copie totali fossero reali, la società do-

vrebbe incassare più di 35 milioni di euro nel 2012. Peccato che nel 2009, rispetto al 2010, i ricavi fossero superiori a 26,5 milioni.

FACCIAMO un giochetto. Fingiamo che la certificazione degli Angelucci sia autentica, provando a dimenticare le pagine di *Liberò* riviste sugli spalti dell'Olimpico per le partite del Torino (o episodi simili): se l'editore mette in bilancio circa 21 milioni di euro - tanto per dare fiducia al 2011 come al 2010 - vuol dire che ciascuna di quelle 94.240 copie è costata appena 0,7 euro anziché 1,20. Ipotesi più plausibile: le prime 52.880 vanno a prezzo pieno, ma le rimanenti 41.359 sarebbero vendute a dieci centesimi. I conti qualche volta non tornano, direbbe Totò. E vanno previsti con ottimismo quei 21 milioni, un traguardo ambizioso con i trasferimenti fra la redazione romana e quella milanese per tamponare l'emergenza, la foliazione ridotta, la depressione pubblicitaria. Già, la pubblicità. Quanto rimpiangono quei tempi di Visibilia, la concessionaria di Daniela Santanchè, che lubrificava il bilancio con circa dieci milioni di euro, precipitati a set-

te appena l'ex sottosegretaria è stata cacciata o se n'è andata, dipende dal tipo di versione che si preferisce. Quella del faccendiere Luigi Bisignani, al telefono con Flavio Briatore, è molto severa con la Santanchè: "Egli lo puoi proprio dire. E lei lo sa benissimo. Dato che ci sono rimasto male. Gliel'ho chiesto, perché mi sembrava una cosa grave. Lei sa benissimo che se non fosse stato per il mio intervento, facevano fallire la società per bancarotta". Il significato di queste parole va rintracciato nella relazione del bilancio di *Liberò*: "Nel 2010 la raccolta pubblicitaria è crollata del 41 per cento [...] Gli interventi non sono stati sufficienti per compensare pienamente l'andamento della raccolta e la performance fuori mercato della concessionaria uscente". Tradotto: ammettono che la Visibilia spacciava pubblicità teorica per moneta sonante. Siccome

Anche il "Corriere della Sera" utilizza lo strumento di alternativo all'edicola e agli abbonamenti

le notizie cattive vengono sempre in compagnia, il Consiglio di Stato ha confermato la multa di 103 mila euro che l'Agcom ha inflitto agli Angelucci. Il problema non sono questi spiccioli, ma i 28 milioni di contributi pubblici (metà ricevuti, metà messi a bilancio) che *Liberò* ha intascato anche se erano illegali, e ora in qualche modo deve restituirli.

DATI ADS MAGGIO 2012

Corriere della Sera

totale vendita dichiarata → 432.852 copie

"altro tipo" di vendita → 95.835 copie

Liberò

totale vendita dichiarata → 94.240 copie

"altro tipo" di vendita → 41.359 copie