

# Giornali, crisi di copie. Non di lettori

*Perdono quota in edicola ma sono più visti. Su carta e soprattutto online*

DA MILANO GIUSEPPE MATARAZZO

**U**n milione di copie giornaliere di diffusione perse fra il 2006 e il 2011 (ormai siamo sotto i 4,5 milioni) e la free press in ripiegamento. Pubblicità giù del 5,5%. È una quota di mercato in calo al 15,6% dal 16,2%. Sembrano impietosi i numeri del Rapporto 2012 sull'industria italiana dei quotidiani realizzato da Asig per l'Osservatorio «Carlo Lombardi». Ma dietro queste cifre cupe c'è un'anima della carta stampata che vive con fierezza. Che resiste. Capace di tirar fuori risorse inaspettate. Il presidente della Fieg, Giulio Anselmi, non ha dubbi: «Tante volte i giornali sono stati dati per morti. Sono ancora vivi. Attraversano uno stato di crisi superabile». D'altra parte appare miracoloso che nel com-

**Quotidiani, conferenza degli editori. Il futuro? Razionalizzazione della filiera e multimedialità Fnsi: fondi per le imprese**

pleno le aziende editoriali italiane possano chiudere i bilanci 2011 con un margine operativo lordo positivo per circa 100 milioni di euro e utili per circa 30. Risultati, conseguiti con un deciso taglio dei costi nel corso degli ultimi anni. E per crescere non si può solo tagliare. Senza contare che si deve fare i conti con la crisi della pubblicità non compensata dalla crescita su Internet (+12%): come evidenzia la Newspaper Association of America, dal 2003 a oggi, rispetto a un dollaro guadagnato sulla pubblicità online, se ne sono persi 12 nelle edizioni cartacee. Come dire... C'è molto da "recuperare".

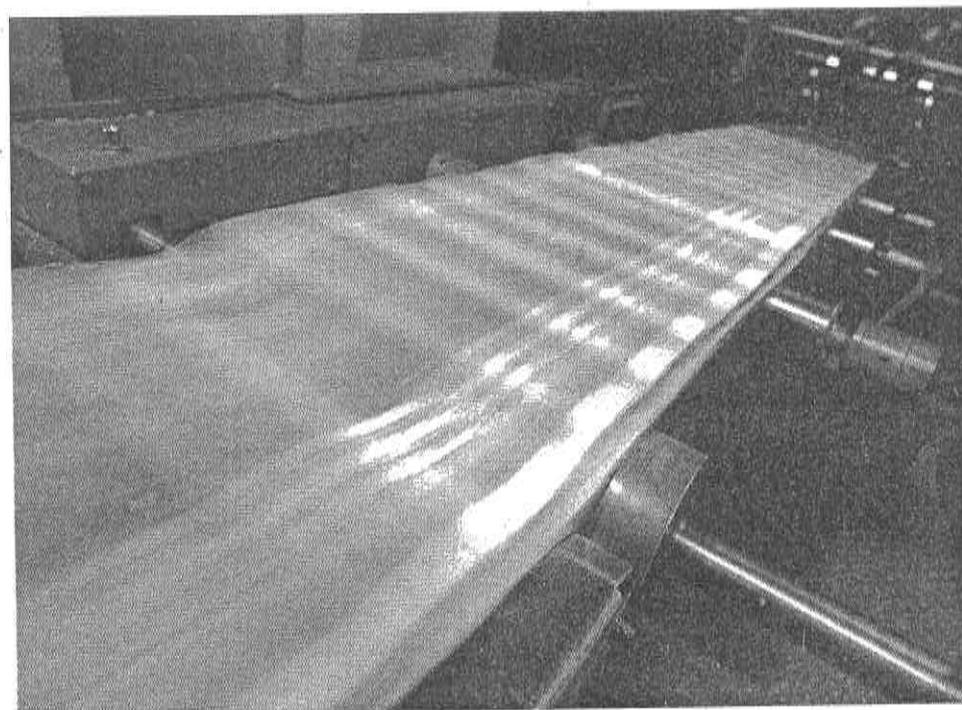
Come fare allora a incidere in maniera significativa sui ricavi e invertire la rotta? Di questo si è dibattuto ieri, nella seconda giornata della Conferenza Internazionale Wan-Ifra Italia 2012, a Torino. Un appuntamento promosso dall'Associazione mondiale degli editori, dalla Fieg e dall'Asig, l'Associazione stampatori italiana giornali. La risposta è in tre assi su cui fondare la politica industriale dell'editoria del futuro: multimedialità, rilancio industriale dei centri stampa (in Italia sono attivi più di 80 stabilimenti con 140 linee di stampa a fronte di volumi produttivi in calo) e razionalizzazione della filiera editoria, stampa e distribuzione.

Nelle tavole rotonde è emersa con forza la ne-

cessità di «investimenti» in piattaforme tecnologiche, accompagnati «da una condivisione, quasi interiorizzazione, dei nuovi processi produttivi», con un «gioco di squadra fra i redattori». La multimedialità che ci salverà. Perché se le vendite continuano a declinare, i lettori - si evidenzia nel Rapporto - continuano a crescere: in dieci anni il numero di lettori regolari è cresciuto di circa quattro milioni per le edizioni cartacee e in soli due anni il numero dei navigatori che frequentano ogni giorno almeno un sito di quotidiani è cresciuto di un milione di unità. Questo significa che il "prodotto" quotidiano piace. E questa è la più grande risorsa che non bisogna mai perdere. Né tradire.

E mentre il settore si confronta con i numeri e col futuro, si apre al Senato la discussione sul decreto editoria. Un passo che la Fnsi giudica «molto interessante» e che prende le mosse «da un provvedimento base che contiene linee di cambiamento». Non basta tuttavia a rassicurare il settore: «Le certezze finanziarie sul conto 2011 introdotte per iniziativa del sottosegretario all'Editoria Peluffo hanno portato una boccata di ossigeno», ma - è la richiesta della Fnsi - «servono fondi per le imprese».

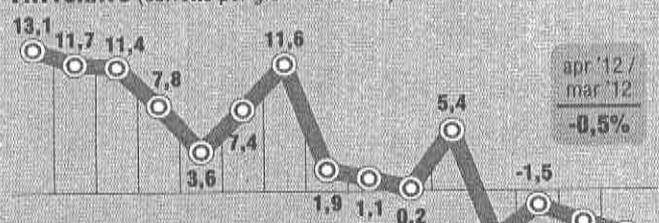
© RIPRODUZIONE RISERVATA



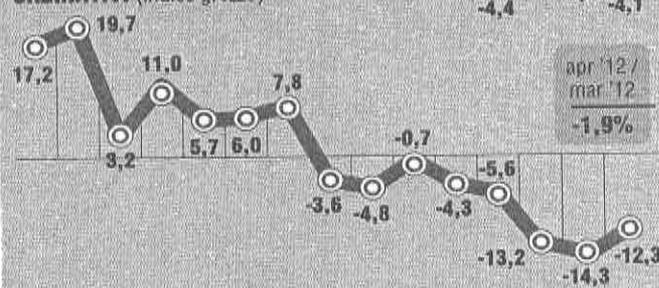
## Così l'industria italiana

Variazioni mensili % sullo stesso periodo dell'anno precedente

**FATTURATO** (corretto per giorni lavorativi)



**ORDINATIVI** (indice grezzo)



feb mar apr mag giu lug ago set ott nov dic gen feb mar apr  
2011 2012  
Fonte: Istat ANSA-CENTIMETRI

## Aprile terribile per le imprese: ricavi giù del 4,1%, ordini -12,3%

DA MILANO

**A**nche aprile è stato un pessimo mese per le aziende italiane. Rispetto a marzo gli ordini sono diminuiti dello 0,3% e il fatturato è sceso dello 0,5%. Nel confronto con aprile dell'anno scorso la caduta degli ordini arriva al 12,3% e quella del fatturato al 4,1%. I numeri, diffusi ieri dall'Istat, certificano che le imprese italiane hanno problemi sul mercato interno ma anche su quello estero. Il -4,1% del fatturato è infatti il frutto di un -7% delle vendite in Italia e di un -2,6% di quelle negli altri Paesi, mentre il -12,3% segnato dagli ordinativi è il combinato di un -15,3% sul mercato interno e di un -7,3% su quello estero. Sono 8 mesi che le cifre dell'Istat segnano un calo degli ordini rispetto all'anno precedente, mentre per il fatturato l'ultimo se-

gno p"più" era stato il +5,5% dello scorso dicembre. Nei primi quattro mesi del 2012 il calo annuale del fatturato è del 3,3%, quello degli ordinativi è dell'11,7%. Guardando ai diversi settori, il fatturato in termini tendenziali segnava rialzi nei settori della fabbricazione di mezzi di trasporto (+22,7%, dovuto essenzialmente al forte incremento registrato nell'industria cantieristica), della produzione di prodotti farmaceutici (+3,2%) e di coke e prodotti petroliferi raffinati (+0,5%). Invece le contrazioni più marcate si registrano nell'estrazione di minerali da cave e miniere (-12,3%), nella metallurgia e fabbricazione di prodotti in metallo (-11,5%) e nella fabbricazione di computer, prodotti di elettronica e ottica, apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi (-10,2%).