*Un forte impegno per nuovi successi*

# Perché l'Unità deve allargare la rete degli abbonamenti

DICIAMOCELO francamente: non è semplice la situazione e non è semplice, anzi è complessa e spesso ardua, la lotta che dobbiamo condurre. L'esigenza di avere un partito bene preparato teoricamente e praticamente, bene informato sugli avvenimenti e sulla linea da seguire, rigoroso e duttile ,capace di **fare politica** ad ogni livello e in ogni occasione, è un'esigenza assoluta. Il 15 giugno ci ha assegnato compiti nuovi, ci ha aperto nuove prospettive. Guai se non fossimo all'altezza delle une e degli altri.

Il problema dell'informazione e dell'orientamento, per un grande partito di massa e di lotta, è dunque decisivo. Anche se l'**Unità** è già oggi tra i primissimi giornali d'Italia, ci rendiamo conto benissimo di quanto siano tuttora inadeguati sia il contenuto e la fattura del giornale, sia la sua complessiva diffusione. La redazione s'impegna e s'impegnerà a fondo per sviluppare qualitativamente e anche quantitativamente il quotidiano (numero delle pagine, numero delle edizioni provinciali e regionali, nuove iniziative, arricchimento di temi e del notiziario, dibattiti). Ma è al partito, agli attivisti, agli Amici dell'**Unità** che si chiede anche quest'anno uno sforzo brillante e deciso per estendere — in primissimo luogo — la rete degli abbonamenti.

Il compagno, il simpatizzante, l'amico (e anche l'avversario) che s'abbonano all'**Unità** sono quotidianamente in contatto con le posizioni del PCI, sia sui problemi generali interni e internazionali, sia sui singoli aspetti della vita del Paese e della lotta delle masse. E oggi non vi è più alcun settore nel quale non si pongano questioni urgenti (e spesso complicate) di riforma e di rinnovamento, e su cui il giornale non intervenga. Non esiste nessun altro tramite, nessun altro strumento che consenta di essere aggiornati con costi quotidiana prontezza sul punto a cui siamo, sui giudizi che diamo, sulle proposte che avanziamo, su che cosa pensiamo si debba fare. Il che è tanto più indispensabile quanto più vogliamo aprirci verso l'esterno, attuare una politica articolata, realizzare le più vaste alleanze e convergenze unitarie.

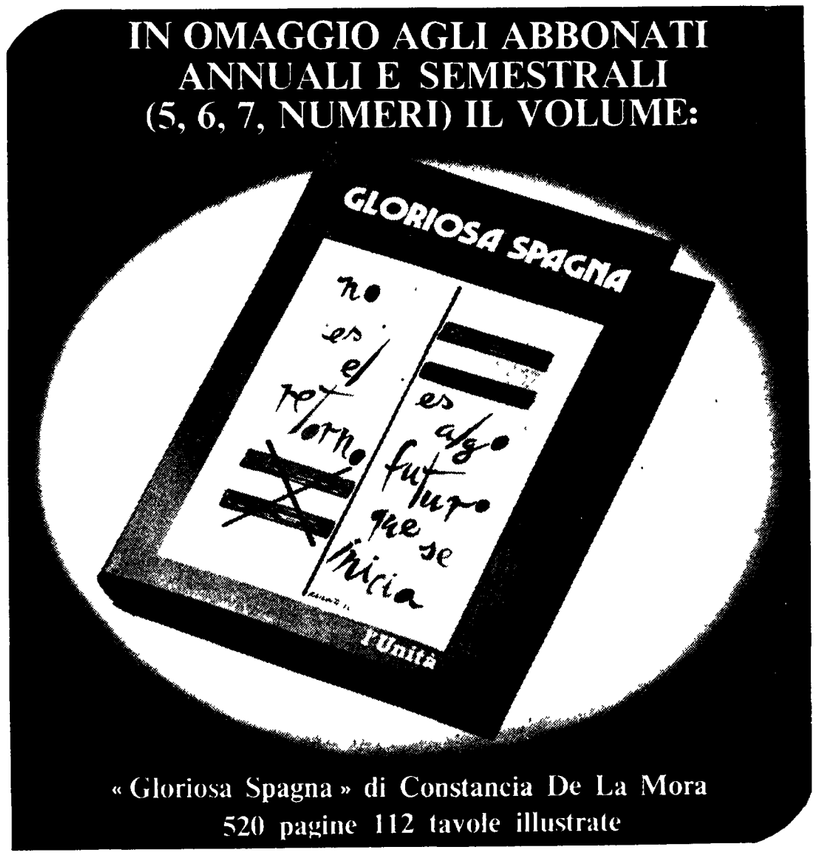
LE COSE si dimostrano facendole. Se ancora pochi anni fa avessimo indicato, per la nostra campagna abbonamenti, le cifre che ora proponiamo come obiettivo, l'impresa sarebbe stata giudicata folle e proibitiva. Invece, di anno in anno, grazie al lavoro dei compagni e alla progressiva convinzione delle nostre organizzazioni, abbiamo avuto la prova che non solo non si trattava di ambizioni irraggiungibili, ma anzi che l'incremento del numero degli abbonati all'**Unità** rispondeva a un'esigenza sentita, a un bisogno politico. Così si è allargata la base dei lettori stabili del nostro quotidiano e gli incassi annuali sono cresciuti con un ritmo assai superiore al «normale» andamento dell'inflazione.

Sappiamo bene che non è stato e non è affatto facile. Conosciamo gli ostacoli dovuti a certi ritardi o a certe irregolarità negli arrivi, alla ricerca dei modi migliori per ratelizzare l'impegno finanziario che l'abbonamento comporta, al numero insufficiente di militanti che si occupano di questo lavoro. Ma sono tutti problemi che sono sempre esistiti. Se si è riusciti a compiere un vero e proprio salto di qualità, è segno che, una volta avviata nel modo giusto, questa importante attività politica trova la conferma del successo. Cresce il numero degli organismi di partito che constatano l'inestimabile vantaggio di avere un forte nucleo di iscritti regolarmente legati al quotidiano; cresce la comprensione dell'utilità di abbonare all'**Unità** locali pubblici, luoghi di ritrovo, centri ricreativi e culturali, cooperative, e così via; e al tempo stesso si ha la prova che la stragrande maggioranza di coloro che fanno l'abbonamento una volta, lo rinnovano negli anni successivi: ed è una prova che sfata molte leggende e anche molte pigrizie.

TUTTO questo ha un grande valore pratico. Sussistono ancora molti squilibri, francamente ingiustificabili, tra regioni, province, città e federazioni che hanno caratteristiche analoghe, sia dal punto di vista politico, sociale, economico, sia dal punto di vista della forza organizzata del partito. Questi squilibri sono dunque dovuti a differenze soggettive. Bisogna allora diffondere le esperienze positive, saper insegnare e saper imparare, rendere il lavoro più uniforme e omogeneo. Nonostante i traguardi già alti che siamo riusciti a raggiungere, siamo profondamente convinti — specie dopo il referendum del '74 e dopo il 15 giugno — che ci sono margini amplissimi ancora inesplorati, e che campi nuovi sono aperti all'incremento dei lettori e degli abbonati all'**Unità**.

Buon lavoro a tutti.

**l. pa.**




## TARIFFE D'ABBONAMENTO A l'Unità

| | | 6 MESI LIRE | 3 MESI LIRE | 2 MESI LIRE | 1 MESE LIRE |
|---|---|---|---|---|---|
| ITALIA | | | | | |
| 7 numeri | | 24.500 | [illegible] | 8.850 | [illegible] |
| 6 numeri | | 21.000 | [illegible] | 7.650 | [illegible] |
| 5 numeri | | 17.500 | [illegible] | | |
| 4 numeri | | 14.500 | [illegible] | | |
| 3 numeri | | 11.000 | [illegible] | | |
| 2 numeri | | 7.300 | [illegible] | | |
| 1 numero | | 3.700 | [illegible] | | |
| ESTERO | | | | | |
| 7 numeri | | 35.500 | [illegible] | | |
| 6 numeri | | 30.500 | [illegible] | | |

# Obiettivo: 1 miliardo 545 milioni

**Oggi «l'Unità» pubblica quotidianamente quarantotto pagine tra nazionali, regionali e provinciali — Dopo la pubblicazione nel corso del 1975 di due nuove pagine per la Toscana e due per le Marche e per l'Umbria, restano da soddisfare le esigenze poste dalle altre «Regioni rosse», dal Veneto e dal Mezzogiorno**

La fine del mese di ottobre non è in genere periodo di bilanci. Per noi però lo è. Chiudiamo la campagna abbonamenti del 1975 e diamo inizio alla campagna abbonamenti del 1976.

L'esame dei risultati già ottenuti, il ruolo che assume per il consolidamento della nostra diffusione l'attività per la raccolta di nuovi abbonamenti e per il rinnovo degli abbonamenti che scadono, il peso che gli abbonamenti hanno nel realizzare un legame permanente con i nostri lettori, oltre che aspetti importanti per il sostegno dell'*Unità*, sono espressione di un lavoro politico di grande impegno del Partito, di grande mobilitazione di tutte le nostre organizzazioni in parallelo con le campagne del tesseramento e della stampa comunista.

Dicevamo già lo scorso anno, all'apertura della campagna abbonamenti del 1975, che non avremmo potuto ottenere un successo se non avessimo spiegato bene la condizione reale dei quotidiani in Italia e la necessità assoluta, per il momento politico, di rafforzare, a prezzo di ogni sacrificio, la nostra stampa ed in particolare *l'Unità*.

Ci eravamo posti l'obiettivo di raggiungere il miliardo e mezzo di lire per abbonamenti e di raccogliere oltre 60 mila tra abbonamenti normali e speciali. Questi obiettivi li abbiamo realizzati e, se alla data di oggi abbiamo in corso 62.920 abbonamenti, non possiamo trascurare che per il periodo elettorale abbiamo avuto anche 36 199 abbonamenti.

Partiamo quindi da una solida base per il nostro lavoro futuro, anche se non possiamo nasconderci che le difficoltà che si prospettavano lo scorso anno non sono diminuite; anzi, si sono accresciute. Il costo dell'abbonamento è elevato e le difficoltà economiche sono gravi, in particolare per tutti i lavoratori, che costituiscono la gran parte dei nostri abbonati.

Il gran numero di abbonamenti raccolto, proprio perché è notevole, richiede un maggior impegno ed una più ricca iniziativa per poter andare ancora oltre. L'attività dei prossimi mesi deve, quindi, tener conto non solo di queste difficoltà, ma anche delle esigenze poste dalla situazione politica del nostro Paese, che richiede un solido orientamento del Partito e del movimento, con la necessità, quindi, di rafforzare ed estendere il ruolo e l'influenza dell'*Unità*.

Gli stessi risultati del 15 giugno, con il gran numero di consensi venuti al nostro Partito, con l'avanzata della sinistra, con l'affermazione della nostra presenza nella direzione di tante regioni, comuni e province, impongono un rafforzamento del nostro quotidiano.

La funzione dell'*Unità* non può fermarsi al collegamento ed all'organizzazione del Partito, o al movimento democratico in generale, ma deve misurarsi con tutti i problemi che la nostra società nella sua ricca articolazione deve affrontare. Dobbiamo quindi muoverci parallelamente, senza «un prima» ed «un dopo» per migliorare il nostro giornale ed allargare la sua influenza, che è anche un modo di conquistarsi il sostegno economico indispensabile.

Quest'anno, con la pubblicazione di altre due pagine per la Toscana e delle pagine delle Marche e dell'Umbria, ci siamo mossi sulla strada dell'arricchimento e del rafforzamento del giornale. Altre esigenze dobbiamo ancora soddisfare in special modo nelle nuove «Regioni rosse», nel Veneto, nel Mezzogiorno. E tutto questo sarà reso meno difficile se non mancherà il sostegno che ne verrà da un aumento della nostra diffusione e dei nostri abbonamenti.

Già il nostro giornale, nelle sue edizioni di Roma e di Milano, pubblica 28 pagine provinciali e regionali; raggiungendo, con le cadenti edizioni, oltre 48 pagine pubblicate quotidianamente, molte di più di qualsiasi quotidiano che si stampa nel nostro Paese.

Tutto ciò, se permette all'*Unità* di essere presente in molte realtà del nostro Paese, comporta un grande impegno politico, organizzativo e finanziario. Impegno che deve essere esteso per conservare e migliorare le caratteristiche essenziali di grande giornale nazionale, che vede aumentare la sua funzione regionale e locale anche per le nuove responsabilità che il Partito ha assunto in tante regioni, province e comuni.

La campagna abbonamenti di quest'anno si è chiusa raccogliendo oltre mezzo miliardo in più dell'anno scorso. E' una cifra imponente. Anche se l'aumento è in gran parte originato dall'aumento delle tariffe di abbonamento, sono pur sempre i nostri abbonati che hanno sottoscritto mezzo miliardo in più per ricevere tutti i giorni *l'Unità*.

Dicevamo l'anno scorso che dovevamo farcela: e ce l'abbiamo fatta.

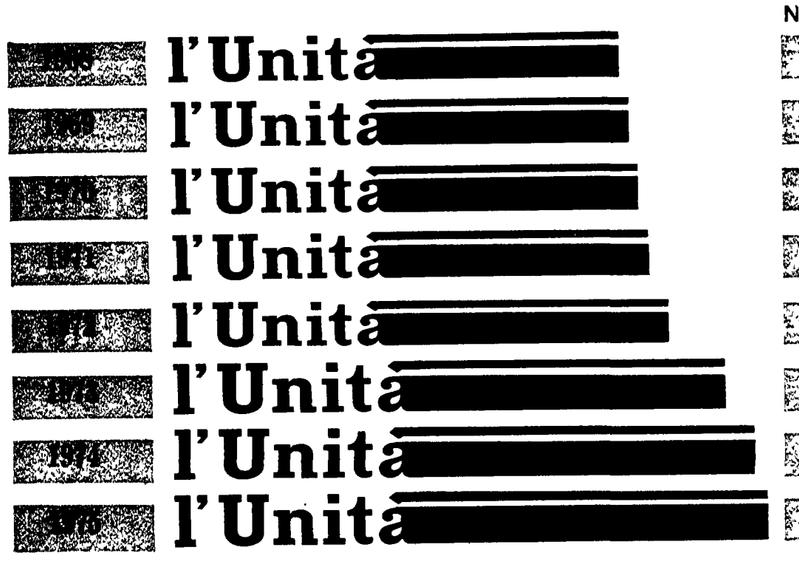
Un esame critico dei risultati, federazione per federazione, ci permetterà di valutare non solo le ragioni dei risultati positivi, ma anche quelle dei ritardi, per poter quindi prendere tutte le misure necessarie al loro superamento.

Gli obiettivi che abbiamo indicato alla discussione di tutte le nostre organizzazioni, comitati regionali, federazioni e sezioni, sono di raggiungere 1 545 150 000 di lire in abbonamenti L'obiettivo generale richiede un grande impegno, che può essere anche superato, come la sottoscrizione per la stampa comunista ha dimostrato.

Risolutivi sono l'iniziativa ed il lavoro di tutti i compagni in un momento nel quale c'è chi vuole impegnarsi con i comunisti: sono tanti, anche non comunisti, nel nostro Paese che sentono oggi l'*Unità* come il loro giornale.

**Franco Antelli**

## Gli impegni indicati alle Federazioni

| FEDERAZIONI | OBIETTIVO |
|---|---|
| Alessandria | 13.000.000 |
| Asti | 3.500.000 |
| Biella | 14.000.000 |
| Cuneo | 2.300.000 |
| Novara | 10.000.000 |
| Torino | 54.000.000 |
| Verbania | 5.200.000 |
| Vercelli | 11.200.000 |
| **PIEMONTE** | **113.200.000** |
| Aosta | 4.300.000 |
| Genova | 16.000.000 |
| Imperia | 2.000.000 |
| La Spezia | 15.000.000 |
| Savona | 9.000.000 |
| **LIGURIA** | **42.000.000** |
| Bergamo | 7.000.000 |
| Brescia | 16.300.000 |
| Como | 7.800.000 |
| Crema | 1.700.000 |
| Cremona | 11.500.000 |
| Lecco | 5.500.000 |
| Mantova | 19.700.000 |
| Milano | 130.000.000 |
| Pavia | 11.500.000 |
| Sondrio | 2.000.000 |
| Varese | 13.000.000 |
| **LOMBARDIA** | **226.200.000** |
| Bolzano | 900.000 |
| Trento | 2.800.000 |
| **TRENTINO** | **3.700.000** |
| Belluno | 2.900.000 |
| Padova | 7.500.000 |
| Rovigo | 8.000.000 |
| Treviso | 7.200.000 |
| Venezia | 14.000.000 |
| Verona | 7.000.000 |
| Vicenza | 5.000.000 |
| **VENETO** | **49.600.000** |
| Gorizia | 4.000.000 |
| Pordenone | 3.000.000 |
| Trieste | 2.500.000 |
| Udine | 5.000.000 |
| **FRIULI** | **14.500.000** |
| Bologna | 163.000.000 |
| Ferrara | 37.000.000 |
| Forlì | 33.000.000 |
| Imola | 19.000.000 |
| Modena | 152.000.000 |
| Parma | 18.000.000 |
| Piacenza | 4.500.000 |
| Ravenna | 94.500.000 |
| Reggio Emilia | 110.000.000 |
| Rimini | 8.800.000 |
| **EMILIA ROM.** | **639.800.000** |
| Ancona | 14.000.000 |
| Ascoli Piceno | 1.500.000 |
| Macerata | 1.200.000 |
| Pesaro | 8.600.000 |
| **MARCHE** | **25.300.000** |
| Arezzo | 13.200.000 |
| Firenze | 76.000.000 |
| Grosseto | 37.000.000 |
| Livorno | 40.000.000 |
| Lucca | 900.000 |
| Massa Carrara | 2.000.000 |
| Pisa | 38.000.000 |
| Pistoia | 15.000.000 |
| Prato | 22.000.000 |
| Siena | 32.600.000 |
| Viareggio | 5.000.000 |
| **TOSCANA** | **281.700.000** |
| Perugia | 8.700.000 |
| Terni | 8.000.000 |
| **UMBRIA** | **16.700.000** |
| Frosinone | 2.500.000 |
| Latina | 3.000.000 |
| Rieti | 2.100.000 |
| Roma | 45.000.000 |
| Viterbo | 3.700.000 |
| **LAZIO** | **58.300.000** |
| Avezzano | 400.000 |
| Chieti | 1.200.000 |
| L'Aquila | 400.000 |
| Pescara | 1.000.000 |
| Teramo | 600.000 |
| **ABRUZZO** | **3.600.000** |
| Campobasso | 350.000 |
| Isernia | 500.000 |
| **MOLISE** | **850.000** |
| Avellino | 1.000.000 |
| Benevento | 2.500.000 |
| Caserta | 1.300.000 |
| Napoli | 16.000.000 |
| Salerno | 1.200.000 |
| **CAMPANIA** | **22.000.000** |
| Bari | 7.000.000 |
| Brindisi | 2.400.000 |
| Foggia | 2.800.000 |
| Lecce | 10.000.000 |
| Taranto | 4.300.000 |
| **PUGLIE** | **26.500.000** |
| Matera | 900.000 |
| Potenza | 1.500.000 |
| **LUCANIA** | **2.400.000** |
| Catanzaro | 1.500.000 |
| Cosenza | 2.000.000 |
| Crotone | 200.000 |
| Reggio Calabria | 800.000 |
| **CALABRIA** | **4.500.000** |
| Agrigento | 350.000 |
| Caltanissetta | 350.000 |
| Capo d'Orlando | 200.000 |
| Catania | 500.000 |
| Enna | 350.000 |
| Messina | 350.000 |
| Palermo | 1.000.000 |
| Ragusa | 300.000 |
| Siracusa | 200.000 |
| Trapani | 300.000 |
| **SICILIA** | **3.900.000** |
| Cagliari | 3.300.000 |
| Carbonia | 300.000 |
| Nuoro | 1.400.000 |
| Oristano | 200.000 |
| Sassari | 600.000 |
| Tempio Pausania | 300.000 |
| **SARDEGNA** | **6.100.000** |
| **TOTALE NAZ.** | **1.545.150.000** |

## I SUCCESSI DELLE CAMPAGNE ABBONAMENTI A l'Unità IN CIFRE