

Una mobilitazione frutto del profondo legame e dell'attaccamento che lega migliaia di compagni al giornale e al partito nelle lotte per la democrazia e il lavoro

Una figura antica e prestigiosa che è parte integrante della nostra vita e della nostra storia, un patrimonio da consolidare e arricchire con tanti nuovi attivisti giovani

# 1988. ANNO DEL DIFFUSORE

**1. Istituzione di un Albo nazionale come momento di raccordo con le iniziative del giornale**

**2. Creazione dell'Albo in tutte le federazioni e nomina di un coordinatore**

Come Società editrice «l'Unità» abbiamo un grande debito nei confronti dei nostri diffusori. In tutti questi anni il nostro rapporto è stato affidato sostanzialmente alla loro passione politica e alla loro militanza.

Difatti per la stragrande maggioranza di essi la mobilitazione deriva dal profondo legame e dall'attaccamento che li lega al nostro giornale ed al nostro partito nelle loro quotidiane battaglie per la democrazia e il lavoro, per la libertà di informazione e per i diritti dei cittadini. Comprendiamo anche

che l'opera settimanale di diffusione del giornale esprime un desiderio di presenza politica, fattiva e concreta. Questo lavoro, a volte oscuro, ripetuto per domeniche

ARMANDO BARTI

e domeniche nel corso di tanti anni, deve essere maggiormente valorizzato e deve contare di più nel giornale e per il giornale. Dobbiamo perciò conser-

vare questo prezioso patrimonio, questi rapporti maturati in tanti anni ed accrescerlo coinvolgendo nuovi compagni, gruppi di giovani,

circoli federati alla Fgci.

Abbiamo scelto l'88 come l'anno di rilancio dei diffusori. Insieme al Partito e alle federazioni intendiamo, cioè, attivare una serie di misure organizzative che ci consentano di stabilire sia direttamente che attraverso la cooperativa soci, un rapporto diverso e più organico con i diffusori.

E intendiamo anche offrire riconoscimenti a quei compagni che per anni e anni si sono dedicati con entusiasmo e passione politica alla diffusione del nostro giornale.

**3. Consegna a tutti i diffusori di una tessera con foto e attività protetta da assicurazione**

**4. Organizzazione nelle Feste de «l'Unità» di una «giornata del diffusore» e del socio della cooperativa**

## Riconoscimenti e premi

Tanta attività e tanto impegno dei diffusori meritano un giusto riconoscimento. L'«Unità» intende premiare questi compagni per la loro attività tenendo conto della «anzianità di servizio» e delle copie diffuse. I premi saranno individuali e per gruppi di diffusori. A chi diffonde il giornale da 40 e più anni sarà assegnata una targa d'oro; a chi lo fa da almeno 30, una medaglia d'oro; ai

diffusori con una «anzianità» di almeno 20 anni, una targa d'argento; con dieci anni, una medaglia d'argento e con almeno cinque anni, un diploma d'onore. I migliori venti diffusori di ogni federazione saranno ospitati per un giorno, insieme ad un loro congiunto, dall'«Unità» a Roma, con visita guidata al Parlamento, alla direzione del partito, al giornale.



Iniziativa, impegno e fantasia per ridare nuovo piglio alla diffusione  
**250mila copie portate ogni domenica di casa in casa**

Nel 1987 sono state vendute 64,3 milioni di copie. La diffusione militante organizzata dalle Sezioni con il lavoro volontario di migliaia di compagni, ne ha collocate 13 milioni. Realtà e prospettive di una iniziativa che sta segnando il passo. È possibile rilanciare questa attività storica del Pci? La risposta è affermativa a patto che non ci si limiti ai bei discorsi.

### ROMANO BONIFACCI

Si può dare una dimensione precisa alla diffusione, cosiddetta militante e domenicale, del nostro giornale? La risposta è affermativa, anche se nel passato più che contare copie ci si è soffermati a contare delinazioni di una iniziativa che caratterizza da sempre l'attività della Sezione comunista. Una volta la settimana - la domenica per l'appunto - i comunicati si trasformano in veri e propri giornali, setacciano palazzi di città e cascinie di campagna, visitano, discutono e... diffondono. Ma quanto? Prendiamo il caso del 1987. In tutto sono state vendute 64,3 milioni di copie, così divise: 21,6 milioni la domenica, 42,7 milioni nei giorni feriali. Prima considerazione: la vendita domenicale è pari alla metà di

quella feriali, è quindi una realtà rilevante anche sotto il profilo commerciale. Ma non tutto la domenica viene diffuso dal Partito. Innanzitutto ci sono due milioni di copie distribuite - in vario modo - in abbonamento. Dei 19,7 milioni restanti, 13 sono diffusione militante, 6,7 vendita in edicola. Il che tradotto in media domenicale dà 250mila copie: ecco, con grande approssimazione, il risultato del lavoro volontario di migliaia di diffusori, sparsi sull'intero territorio nazionale. C'è da essere orgogliosi. Tuttavia non è il caso di fare del trionfalismo gratuito. I problemi non mancano. La diffusione militante da qualche anno a questa parte sta segnando il passo. Le difficoltà, che hanno contrassegnato la vita

della Sezione comunista, si sono riversate anche su questa attività: stanchezza, routine, mancanza di opportuni ricambi e di fantasia hanno messo in crisi le vendite domenicali. Infatti dal 23 aprile, giorno in cui «l'Unità» è stata rinnovata, gli incrementi di vendita dei giorni feriali percentualmente sono stati più sostenuti rispetto a quelli domenicali, addirittura il doppio. E poiché non è immaginabile una improvvisa caduta settimanale in edicola, è molto più verosimile un calo della diffusione militante che si mangia parte dell'incremento realizzato nella cosiddetta rete commerciale. Qualcuno, anche tra le nostre file, sostiene che questa parabola discendente è irreversibile. Personalmente non sono dello stesso parere e non solo per questioni politico-ideologiche. Tredici milioni di copie non sono una bazzecola, rappresentano un patrimonio assolutamente da non disperdere. In che modo? Innanzitutto facendo le cose che in questa pagina sono indicate nei confronti dei nostri diffusori, eponi inventando del nuovo, sperimentando. L'unica cosa da non

fare è il predicazzo. Con il predicazzo e l'esortazione, di strada se ne farà poca perché finiscono per fare il paio con le tesi di coloro che vorrebbero smontare una macchina certamente invecchiata, ma non per questo da buttare via. Sul fronte di una rigenerazione della diffusione militante è seriamente impegnata la coop soci, l'ultima nata di casa «Unità». Essa sta raccogliendo tutte le novità e le sperimentazioni introdotte nelle varie regioni italiane e si propone di farle circolare perché le buone idee trovino una applicazione ampia. La coop soci inoltre vuole promuovere una serie di iniziative anche di carattere culturale allo scopo di favorire la lettura del giornale innanzitutto fra i comunisti che in generale accusano un insufficiente grado di fedeltà nei confronti del giornale edito dal loro stesso Partito. E si potrebbe continuare. L'importante in questa sede è rilevare che attorno al problema della diffusione domenicale e dei suoi protagonisti si sta rivigilando un doveroso interesse. E questo è di buon auspicio perché il 1988 diventi, anche per le vendite de «l'Unità», l'anno della svolta.

Molto si è già fatto, ma la strada da percorrere è ancora lunga  
**Entro la fine dell'anno capitale sociale a quindici miliardi**

Uno dei problemi seri che il giornale ha dovuto affrontare per uscire dalla crisi che lo ha colpito all'inizio degli anni 80 è stato quello della ricapitalizzazione. Se ne è dato conto periodicamente ai lettori. Oggi facciamo il punto dei risultati conseguiti a fine '87 e della strada che resta ancora da percorrere per realizzare gli obiettivi che «l'Unità» si è data per i prossimi 4 anni.

### ILIO GIOFFREDI

Il giro di boa, se così lo possiamo definire, lo si è effettuato agli inizi dell'84 quando si è avviato il processo di ricapitalizzazione del giornale. Fino ad allora la Società editrice «l'Unità» era sottocapitalizzata. Aveva, infatti, un capitale di appena cinquecento milioni a fronte di spese di gestione almeno 110 volte superiori. Detto in parole povere ciò significava che dovevamo ricorrere quasi per intero a finanziamenti esterni, assai onerosi. Le cose non potevano andare avanti così. Nel programma di risanamento del giornale era necessario procedere, fra l'altro, alla ricapitalizzazione della società. Per ogni società è, infatti, elemento vitale disporre di capitale adeguato per poter far fronte a tutte le esigenze di gestione, agli investimenti, ecc.

Con l'83 si chiudeva uno dei periodi più travagliati per il giornale e si dava avvio a quel vasto e complesso processo per un rinnovamento del sistema editoriale, l'avvio di nuove tecnologie, di riorganizzazione che è tutt'ora in corso. Si procedeva al governo del debito progressivo e si dava inizio alla ricapitalizzazione, apportando, fra l'altro, modifiche notevoli e di grosso valore politico alla composizione azionaria della società. La direzione del Pci cessava di detenere tutto il «pacchetto» azionario aprendo la società a nuovi soggetti, le organizzazioni periferiche del partito (federazioni e comitati regionali), la cooperativa soci de «l'Unità». La direzione manterrà così il 55 per cento, alle organizzazioni periferiche si assegna il 25 per cento, alla cooperativa soci il 20 per cento.

La crescita del capitale sociale, a partire dal 1984, è costante. Si passa così dai 500 milioni del 1983, ai 2.652 del

l'anno successivo, ai 5.000 del 1985, ai 10.000 del 1986, ai 10.700 dell'anno scorso. Il risultato conseguito si può considerare complessivamente buono, ma non ancora sufficiente. È mancato, ad esempio, l'apporto delle organizzazioni di base del partito se si fa eccezione per il comitato regionale dell'Emilia-Romagna e per la federazione di Bologna che hanno sottoscritto capitale per un miliardo di lire. La cooperativa soci, dal canto suo, ha sottoscritto l'11,7 per cento del capitale versato. Altre «quote» sono state sottoscritte dai gruppi comunisti della Camera e del Senato e dai gruppi della Sinistra indipendente.

Un risultato, come dicevamo, complessivamente buono, ma che richiede un ulteriore impegno e un maggiore sforzo da parte di tutti i soggetti interessati. Gli obiettivi che la società editrice si è data sono ragionevoli. Ci si propone infatti di chiudere l'anno in corso con un capitale versato di 15 miliardi di lire e di arrivare nel 1991 a 30 miliardi, con tappe intermedie di aumento di cinque miliardi annui.

L'ulteriore aumento di capitale si rende comunque necessario sia per poter proseguire e, come abbiamo accennato, nel processo di rinnova-

mento tecnologico e completo, sia per poter far fronte alle sempre maggiori esigenze che lo sviluppo editoriale dell'azienda richiede. Nei confronti delle maggiori società editoriali, «la Repubblica», «il Corriere della sera», ecc., abbiamo disponibilità di mezzi propri (capitale e riserve) enormemente inferiori. E non possiamo nemmeno dire che ci è di completo sostegno l'introito pubblicitario perché anche in questo campo, nonostante l'inevitabile aumento (dai 6 miliardi 838 milioni dell'84 ai 14 miliardi e 400 milioni dell'anno scorso e ai previsti 20 di quest'anno), si continua ad essere estremamente distanti dalle altre testate.

Dunque, ricapitalizzazione e raggiungimento del 30 miliardi a fine 1991. Come? Sollecitando un contributo ulteriore del partito, direzione e, soprattutto, federazioni e regionali; acquisizione da parte della coop soci della sua quota complessiva (20 per cento). Ma sarà necessario, si ritiene, anche il concorso di altri soggetti, organizzazioni sindacali, cooperative di massa che abbiano a cuore la libertà e l'indipendenza dell'informazione, che si sentano di volere e poter sostenere le testate, la cosiddetta «editoria debole», che offrono questa garanzia.