

Più acquirenti e più lettori, in un anno raddoppio del fatturato, bilanci con i conti in attivo
Le ragioni di uno straordinario successo e i nuovi progetti. Intervista con Amato Mattia

L'Unità, uno sprint vincente

Ma E, allora, Mattia cerchiamo di spiegare meglio le ragioni dell'incredibile successo de "l'Unità".
Dati alla mano il nostro giornale vende, in proporzione, più degli altri e perciò è un giornale vivo ed autenticamente competitivo. L'aumento di copie del 15,2 per cento nei primi mesi di quest'anno, nonostante le oggettive difficoltà che il mercato ha fatto registrare in modo quasi generalizzato, rappresenta un rassicurante elemento positivo a conferma del buono stato di salute dell'Unità. Un risultato senza precedenti raggiunto, ci tengo a sottolinearlo, grazie al frutto del lavoro di un collettivo di sicura professionalità che ha saputo affrontare seri momenti di difficoltà senza mai smarrire un senso di autentica solidarietà e di autonomo e consapevole attaccamento alla impresa comune. Peccato che un simile patrimonio non possa essere portato in bilancio...

A proposito di bilancio, cerchiamo di capirci un po' di più di quello che è la nuova struttura aziendale e quali sono le prospettive.

Va subito detto che nell'ambito del più generale riordino delle attività del gruppo abbiamo proceduto a fondere in una unica società, l'Unità Spa, tutte le attività e le passività, conferendo a questa società il patrimonio di proprietà della Direzione nazionale del Pds. Questa operazione è funzionale al proseguimento di due fondamentali obiettivi strategici: rendere autonoma l'attività editoriale, risanata dalle perdite delle gestioni caratteristiche e liberata dal peso degli oneri finanziari relativi ai debiti accumulati negli anni e riequilibrare la struttura patrimoniale dell'Unità Spa, trasformata in società finanziaria. Tale riequilibrio viene realizzato con l'immissione del patrimonio immobiliare della Direzione nazionale e di numerose realtà regionali, provinciali e cittadine del Pds ed è finalizzato all'abbattimento del debito, da conseguire in un corretto e lineare rapporto con gli istituti di credito interessati.

Qual è stata la conseguenza di questa operazione?

La locazione della nostra testata dell'Unità Spa ad una nuova società, l'Arca Editrice Spa. Capisco che è facile equivocare e perciò voglio ribadire che la vecchia società che editava la nostra testata si è trasformata, come dicevo, in società finanziaria ed ha il delicato compito di governare il processo di risanamento del debito storico accumulato, mentre il giornale viene editato da una nuova società, controllata per il 98 per cento dal Pds e solo per il 2 per cento dall'Unità Spa il cui bilancio è cosa ben distinta da quello dell'Arca. Il problema tecnico di omonimia tra società e testata giornalistica lo risolveremo al più presto.

Sarà bene fare poiché è facile equivocare.

Ne siamo consapevoli ancor più davanti ai buoni risultati che la nuova gestione dell'Arca ha conseguito nei primi otto mesi di vita e alle previsioni positive che ci sentiamo di poter fare.

Certo dopo gli anni duri che il

55 TREND DELLE VENDITE

MILIONI DI COPIE

ROMA. Un bilancio con il segno più per un'azienda editoriale, specialmente in un momento come quello attuale in cui il vento della crisi non risparmia neanche le testate più solide, è un evento straordinario. Per l'Unità, data la sua specificità e la sua storia, lo è di conseguenza ancora di più. Eppure, il giornale fondato da Antonio Gramsci - la sua sfida la sta vincendo (anche se per scaramanzia sa-

rebbe meglio non dirlo). La scelta fatta tre anni fa, insieme con Walter Veltroni e il gruppo dirigente del giornale, di non mettersi nelle retrovie ma di andare all'attacco, nonostante le oggettive difficoltà, si sta dimostrando quella giusta. I risultati, «figli» di una strategia non

affidata alla casualità ma a due livelli di iniziativa - quella dedicata giorno per giorno al prodotto quotidiano e quella che programma gli interventi sul periodo medio-lungo - parlano da soli. Le decisioni di raddoppiare il giornale (gennaio 1994), di aumentare i centri stampa, la creazione dell'Arca, la nuova società che dall'agosto scorso ha

in gestione la testata Unità, le varie iniziative editoriali (dagli album delle figurine Panini alle collane di libri, fino alle cassette di film significativi nella storia del cinema) hanno avuto come risultato un aumento del fatturato del 103 per cento e un incremento delle copie vendute in edicola, nei primi tre mesi di quest'anno, del 15,2 per cento. Positivo avrebbe potuto essere anche il bilancio per i primi cinque mesi di gestione dell'Arca se non fosse intervenuta la imprevedibile variabile di un vertiginoso aumento della carta che ha influito sul conto economico di gestione facendo registrare una perdita, a fine anno, di 900 milioni. Questo dato però non ha influito (nonostante un ulteriore, consistente aumento della carta) sul risultato dei primi tre mesi del '95 che, grazie al trend favorevole delle vendite, ha

fatto segnare un risultato positivo di circa 500 milioni. Per rendere più chiara la situazione è bene sottolineare che nel 1994 sono state vendute circa 7 milioni di copie dell'Unità in più rispetto all'anno precedente. Il consuntivo degli incrementi del primo trimestre (15,2%) fa prevedere per il 1995 un ulteriore aumento delle copie vendute di circa 6 milioni.

Questi presupposti consentono di ritenere raggiungibili ulteriori obiettivi strategici che l'amministratore delegato e direttore generale, Amato Mattia, ha già sottoposto alle valutazioni del consiglio di amministrazione: un bilancio in attivo, l'acquisto della testata dell'Unità Spa (che attualmente l'Arca edita in regime di locazione); l'avvio di un processo di capitalizzazione aperto a una pluralità di soggetti privati e di realtà operanti nel mondo della economia sociale; la introduzione di nuovi e più avanzati livelli di tecnologia integrata per dotare l'azienda di necessari strumenti competitivi; una riforma dell'informazione locale, attraverso la realizzazione di veri e propri giornali locali, elementi essenziali per un rafforzamento complessivo del prodotto. Per l'istante, il consiglio di amministrazione dell'Arca ha approvato nei giorni scorsi il preconsuntivo del periodo agosto-dicembre 1994, quello relativo al primo trimestre del '95 e le previsioni operative per tutto l'anno in corso.

buti non siano garanzia di successo e prosperità per altre testate che ne beneficino. Una ulteriore conferma che qualcosa di sostanziale non funziona nel nostro sistema dell'informazione, se esso non consente pari opportunità a tutti e la possibilità di esprimersi alle tante realtà di cui è composto il tessuto culturale e civile del nostro paese.

Si dice anche che il Pds non fa gli spot elettorali perché destina quel contributo al giornale...

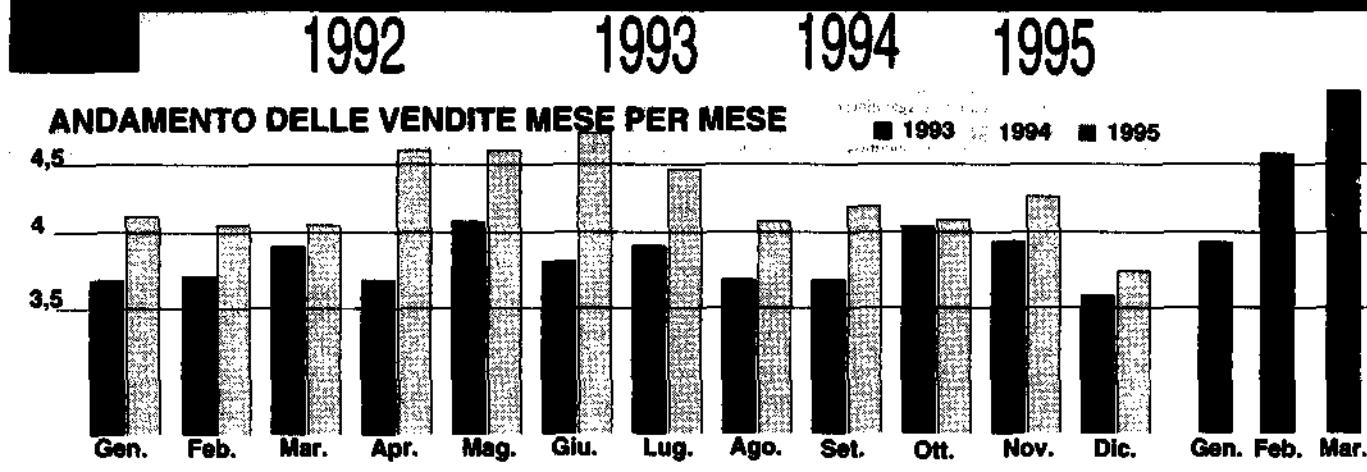
Anche questa è una solenne paranza, ripetuta da chi non ha interesse ad affrontare in modo equo, lineare e trasparente il nodo del finanziamento pubblico ai partiti e quello dell'antitrust. I debiti dell'editoria accumulati negli anni passati e più in generale quelli del gruppo sono stati troneggiati con il patrimonio immobiliare costituito negli anni dalla proprietà, proprio come si sta facendo in queste settimane per il risanamento del gruppo. Non è serio confondere le mele con le pere: sempre di frutta si tratta, ma ben diverse le une dalle altre.

La vita di un'azienda editoriale, in questo momento, non può prescindere dal rinnovo del contratto dei giornalisti scaduto nel dicembre scorso ma che non sembra avviato ad una rapida chiusura. Come vede la questione l'editore de "l'Unità"?

L'attuale fase di stallo deve preoccupare. Se i problemi e le inquietudini delle redazioni non trovano un punto efficace di contatto con le enormi difficoltà del settore e con l'assoluta necessità di creare le condizioni per una difesa ed un rilancio quantitativo e qualitativo dell'editoria dovremo attenderci giorni molto difficili per tutti. Un contratto può aiutare non poco a ricreare alcune importanti condizioni, ma è pur sempre un contratto di lavoro e non una sorta di giudizio di Dio o, se si preferisce, un imbuto attraverso il quale pretendere di far passare la somma di tutti i problemi. C'è il rischio evidentissimo del formarsi di una strozzatura pericolosa.

Turmano, per concludere, alle vicende di casa nostra. Che cosa c'è nei programmi del biennio 95-96?

Continueremo a lavorare, in perfetta intesa con la direzione del giornale, in parallelo: per il rafforzamento del giornale e sul versante delle iniziative editoriali. Dentro questo scenario i progetti ai quali stiamo concretamente lavorando sono due: l'informazione locale e il nuovo sistema editoriale. Riteniamo di poter far partire entro qualche mese i primi due giornali locali, in Toscana e in Emilia Romagna, con caratteristiche del tutto originali. Con il nuovo sistema editoriale, pensato nell'ambito di una complessiva informatizzazione delle attività aziendali, l'Unità si avvarrà delle tecnologie più avanzate disponibili sul mercato, dotandosi dei mezzi per fare un giornale più bello e più ricco, sempre più rispondente alle attese di un pubblico, esigente, curioso, che si riconosce nei valori della solidarietà, del rispetto per le altrui convinzioni, di una informazione misurata nei toni, utile nella sostanza.



E ora giornali locali e tecnologia

giornale ha dovuto affrontare avere davanti prospettive più rosee non è cosa di poco conto...
L'avvio del processo di risanamento del giornale è del 1992, l'anno del famoso piano di ristrutturazione e riorganizzazione. Un piano coraggioso, che ha comportato sacrifici per tutti, poligrafici e redattori, e una sfida per l'azienda. I buoni risultati conseguiti sono la risultante di un grande impegno collettivo, di un rigoroso confronto tra le parti, non solo a livello aziendale, e di un utilizzo corretto ed efficace degli strumenti di legge del settore. L'editore ha rischiato ed ha scommesso sulla possibilità che da una fase di crisi si potesse

uscire non solo tagliando ma migliorando il prodotto e investendo sulle iniziative a sostegno del giornale. Un gesto di fiducia che oggi viene ripagato.
L'Unità, dunque, per la prima volta nella sua storia in controtendenza rispetto alla situazione degli altri giornali?
Può sembrare incredibile ma è così. La positività dei nostri risultati deve essere misurata in rapporto all'esplosione di fenomeni negativi nella dinamica dei costi riguardante il mondo dell'editoria. Il costo della carta, ad esempio, è ormai fuori controllo e rappresenta da sola un incre-

mento dei costi per oltre sei miliardi di lire in ragione d'anno. L'andamento della lira per un'azienda il cui fatturato '95 è costituito per quote considerevoli da società che si riforniscono sui mercati europei ed americani costituisce un ulteriore elemento di appesantimento. Senza dire della sostanziale stagnazione del mercato dei quotidiani e di quello pubblicitario. Si tratta di fenomeni che comportano un vigile e continuo intervento per contenere i costi, razionalizzandoli al massimo e rendendoli sempre più produttivi per impedire il formarsi di insostenibili deficit strutturali.

Tutto bene, allora. Ma c'è chi sostiene che l'Unità è un giornale assistito, che vive grazie ai contributi pubblici. I risultati positivi, insomma, sarebbero in gran parte dovuti a questa situazione di favore dello Stato?
Quella del giornale assistito è una bugia buona per alimentare qualche strumentale polemica extraparlamentare. I contributi che vengono erogati a noi e a molti altri giornali (peraltro con significativi ritardi) discendono da una legge dello Stato che si proponeva, tra l'altro, l'obiettivo di correggere le clamorose distorsioni del merca-

to pubblicitario. Distorsioni che, nel nostro caso, raggiungono intollerabili forme di penalizzazione, costituendo i ricavi pubblicitari appena il 15% circa dei ricavi complessivi previsti per il 1995. E stiamo parlando di un giornale nazionale, fra i primi dieci per vendite, che ha una articolazione di cronache locali e un elevato numero di apprezzate iniziative editoriali. Chiunque sappia di editoria comprende benissimo che in questi dati c'è qualcosa che non va e che occorrono misure radicali per portare un po' di leggi del mercato in questo autentico Far West che è il mondo della pubblicità. Oltretutto, la realtà dimostra come quei contri-

