

Giornali gratuiti, un affare al buio da 53 milioni di euro

Vivono di pubblicità, ma sulla loro diffusione mancano dati certificati

Roberto Rossi

MILANO La storia di un apparente successo è racchiusa in pochi, scarni numeri: sette testate differenti, 101 persone occupate, 2 milioni e trecentomila copie tirate, una distribuzione che copre 14 città, ma soprattutto una previsione di introiti pubblicitari di 53 milioni di euro nel 2002.

Questa è la «free press» in Italia, i giornali gratuiti che ogni mattina inondano stazioni della metro, bar e luoghi pubblici e destinata a quegli italiani che di arrivare in edicola non ne hanno proprio voglia.

Perché, statistiche alla mano, il lettore nazionale è pigro, svegliato con un livello di scolarizzazione basso, una propensione alla lettura quasi nulla. L'Italia, tra tutti i paesi industrializzati, è quello nel quale il consumo dei quotidiani è più basso. Da noi solo 105 lettori su mille comprano ogni mattina un giornale. Una quota irrisoria se confrontata con quella del Giappone (574), della Gran Bretagna (321), della Germania (300), della Francia (149).

Ma la colpa non è solo del lettore, la scarsa diffusione dipende anche da altri fattori: l'assenza di un programma di vendita per abbonamento, la mancanza di una fascia di giornali popolari, come esiste in Inghilterra o in Germania, la stessa formula generalista dei nostri quotidiani che si occupano di tutto dallo sport alla moda, passando per la politica e il gossip.

Ma soprattutto la stampa italiana soffre della concorrenza spietata di altri mezzi di comunicazione, primo fra tutti la televisione. Perché se in Italia si ha uno delle più basse percentuali di lettori, come una specie di contrappeso si ha anche il più alto numero di telespettatori.

Si è calcolato che sono circa venti milioni le persone che ogni giorno guardano un qualsiasi telegiornale. Ed è proprio a questo pubblico che la «free press» si rivolge con un prodotto agile quanto scarno, facile da usufruire e che, sempre statistiche alla mano, può essere letto in appena 19 minuti.

La storia di un apparente successo ha anche una data di inizio e un luogo: il 3 luglio del 2000 a Roma. È qui che è stata distribuita per la prima volta una copia di un giornale gratuito, «Metro». La testata fa capo a una società svedese (Metro International) attualmente quotata ad Amsterdam e New York. In Italia è presente a Roma e Milano. Alle sue spalle esperienza da vendere. Partita nel 1995 a Stoccolma, «Metro» è pubblicato in ventidue edizioni (è presente nell'America Latina come in Repubblica Ceca o in Polonia), ha un formato comune e nel mondo è distribuita in 3 milioni e settemila copie (di cui circa mezzo milione in Italia).

Ma nel nostro paese «Metro» ha solo il primato di essere stato il primo

Testata	Proprietà	Città
City	Gruppo Hizzoli - Corriere della sera	Milano, Bologna, Firenze, Napoli, Bari, Roma e Padova
Leggo	Caltagirone Editoriale	Milano, Bologna, Firenze, Roma e Napoli Praticamente: Genova, Padova, Venezia e Verona
Metro	Metro International	Roma e Milano
In Città	Nuova Editoriale Italiana	Venezia, Verona, Padova e Brescia

quotidiano gratuito, non quello di essere il più diffuso. La leadership se la contengono altre due testate: «City» e «Leggo». Il primo appartiene al Gruppo Rcs, lo stesso del Corriere della sera. Diretto da Lanfranco Vaccari il quotidiano nel giro di otto mesi ha toccato il livello di quasi ottocentomila copie distribuite. È presente in sette città (Milano, Bologna, Firenze, Napoli, Roma, Bari e Padova).

Il secondo appartiene invece al gruppo Caltagirone che già edita il Messaggero e il Mattino. «Leggo» è reperibile in tutte le città dove è presente «City» (le edizioni di Firenze e Bologna sono fatte con la collaborazione del gruppo Riffiser, editore de La Nazione, il Resto del Carlino e il Giorno) con l'eccezione di Bari e Padova,

anche se in queste due località, più Genova, Venezia e Verona, lo sbarco avverrà tra poco. Quante copie distribuisce? Fino a poco tempo fa 770mila. Adesso, secondo i calcoli fatti dall'amministratrice Azzurra Caltagirone, con le redazioni sparse nel Nord-Est potrebbe sfiorare il milione.

E proprio nel mercato del Triveneto è sbarcato da poco un nuovo concorrente. Si tratta di «In Città» del gruppo Nuova Editoriale Italiana. Verona, Venezia, Padova ma anche Brescia dove è possibile reperirlo. «In Città» non chiude la lista. Ci sono anche altri quotidiani da aggiungere, ma tutti minori. L'ultimo nato è il «Buongiorno» di Palermo, primo esempio di imprenditoria free press da parte di una cooperativa di giornalisti. Ma si

potrebbe anche citare «Torino Sera» o il caso della «Voce di Cremona», unico quotidiano passato dalle tremila copie a pagamento alle ventimila con la distribuzione gratuita.

Ma la storia del successo della «free press» potrebbe essere, come detto, solo apparente. I numeri snocciolati dagli editori (2 milioni e trecentomila copie) sono riferiti alla tiratura e non tengono conto dei dati sulla «resa», cioè di quante copie ritornano non lette al distributore, che per questo tipo di pubblicazione non esistono.

I quotidiani «free press» non passano, cioè, sotto le Forche Caudine della rilevazione Ads (Accertamenti diffusione stampa). Una constatazione non da poco perché molte delle previsioni

pubblicitarie vengono fatte in base alle copie tirate.

Fino a questo momento solo «Metro» ha già provveduto a certificare la propria attività da una società esterna, la Gallup, che ogni sei mesi pubblica i dati sulla diffusione. Le altre testate la certificazione l'hanno chiesta all'Audipress, che svolge un'indagine qualitativa sulla lettura. Ma l'Audipress al momento non funziona, bloccata per problemi di rilevazione dal presidente della Fieg (l'associazione degli editori) Luca Cordero di Montezemolo.

Per ora si va avanti al buio, quindi. In attesa che qualcuno accenda la luce e dica quanto realmente valga la «free press». Sperando che quei 53 milioni di euro di possibili introiti pubblicitari, calcolati per il 2002, siano reali.



Edizione francese di Metro

COOPSELIOS

Il fatturato verso una crescita del 30%

La cooperativa sociale Coopselios nel 2001 ha fatturato 32,5 milioni di euro e i primi mesi del 2002 lasciano prevedere un incremento del 30%. Coopselios è la più importante azienda del sistema Legacoop nel settore dell'assistenza alla persona: anziani, bambini, handicap, area psichiatrica. Presto sarà creata una nuova società: «Progettare 0-6», che realizzerà una rete di nidi e scuole materne. Coopselios conta circa 1.400 soci e un centinaio di dipendenti.

TELECOMUNICAZIONI

Accordo rinnovato tra Tim e Acotel

Tim e Acotel Spa hanno firmato un accordo di collaborazione, rinnovando la fornitura di servizi a valore aggiunto fino alla fine del 2004. La partnership prevede tra gli altri lo sviluppo degli Mms, i nuovi servizi multimediali lanciati da Tim mediante i quali sarà possibile fruire di nuovi servizi informativi multimediali. Mediante tale tecnologia sarà possibile ricevere notizie con immagini, testo e suoni.

BARILLA

Parte l'Opa su Kamps Vale 1,8 miliardi

Il gruppo Barilla ha lanciato l'offerta formale per Kamps, il più grande produttore di pane europeo. Gli azionisti della società tedesca potranno aderire all'offerta da 12,50 euro per azione dal 25 maggio al 28 giugno. L'operazione, che ha un valore complessivo pari a 1,8 miliardi di euro, rappresenta la più grande scalata di un'azienda straniera ad una tedesca sin dai tempi del raid ostile di Mannesmann su Vodafone.

ASTALDI

Inizia domani l'offerta delle azioni

È stato fissato a 3,60 euro il prezzo massimo di collocamento al pubblico delle azioni di Astaldi spa: il controvalore del lotto minimo di sottoscrizione (pari a 800 azioni) calcolato sulla base del prezzo massimo, è pari a 2.880,00 euro. L'offerta delle azioni Astaldi avrà inizio alle ore 9,00 di domani per concludersi il 30 maggio. L'operazione, finalizzata alla quotazione delle azioni di Astaldi in Borsa, prevede un'offerta globale di massime n.35.800.000 azioni ordinarie pari al 36,4% del capitale della società ante esercizio dell'opzione Greenshoe.

FAI DA TE

Al via l'alleanza tra Unicoop e Obi Ag

Unicoop Firenze e la tedesca Obi Ag hanno fondato una nuova società, la Brico business cooperation (Bbc) che sarà il nuovo colosso nazionale del «fai da te». La nuova società (70% Unicoop e 30% Obi Ag) gestirà i 27 punti vendita già operativi di Obi con l'obiettivo di raddoppiare la rete di vendita nei prossimi anni con aperture in Lombardia, Toscana, Abruzzo, Emilia Romagna e Friuli.

Martedì l'assemblea della società telefonica dopo il parere della Commissione Ue contraria ad una vendita a pezzi

Blu, ritorna la paura del fallimento

Via al «Progetto Tiglio» Pirelli-Telecom riorganizza l'attività immobiliare

MILANO Ha preso il via il «Progetto Tiglio», il grande affare - 3,3 miliardi di euro - col quale il gruppo Pirelli-Olivetti-Telecom punta a riorganizzare le proprie attività nel settore immobiliare. Il progetto, tutto giocato su un fittissimo scambio all'interno della galassia Pirelli, si basa sull'integrazione di un complesso di immobili ad uso terziario - in prevalenza uffici in gran parte localizzati a Milano e Roma - e punta alla loro valorizzazione. Per questo, gli immobili verranno ceduti dalle attuali proprietarie a Tiglio 1 e Tiglio 2, controllate al 51% dalla joint venture Morgan Stanley e Pirelli & C. Real Estate. Il piano prevede poi l'apertura al mercato con la costituzione, entro il primo semestre del 2003, di uno o più fondi comuni di investimento immobiliare, di diritto italiano o estero. Assai rilevanti i benefici finanziari per tutte le società coinvolte. Pirellina realizzerà una liquidità di 180 milioni di euro, con una plusvalenza di oltre 158 milioni.

MILANO Seguendo i dettami del linguaggio anglo-finanziario, bisogna specificare che il «break up» è sospeso. Se invece preferite parlare in italiano, allora basta dire che a Mario Monti non piace lo spezzatino. Proprio così, il potente commissario Ue alla concorrenza ha affermato venerdì che Bruxelles non gradisce la soluzione che al di sotto delle Alpi si sta prospettando per Blu, il consorzio di telefonia in gravi difficoltà finanziarie per il quale, appunto, si sta lavorando all'ipotesi di una vendita «a pezzi» che vede coinvolti, nella parte di possibili acquirenti, Tim, Omnitel, Wind e H3G.

Per Monti quella della vendita frazionata è un'ipotesi ancora prematura, che andrà presa in considerazione soltanto quando sarà risultato vano ogni sforzo per trovare un compratore interessato a rilevare in blocco le attività di Blu. Inoltre, il Commissario Ue non ha nascosto le sue forti perplessità sul fatto che fra gli aspiranti allo spezzatino ci sia anche il gruppo Telecom, che anno-

vera fra i suoi principali azionisti di riferimento quella Edizioni Holding (Benetton) che è anche uno dei soci di Blu. L'anno scorso proprio Monti, dopo che Marco Tronchetti Provera aveva conquistato la Telecom insieme all'alleato di Treviso, ha preteso l'impegno dei Benetton a dismettere al più presto la loro quota in Blu.

Martedì prossimo, in assemblea, saranno gli azionisti di Blu a fare il punto della situazione. Nell'ordine del giorno anche l'ipotesi di liquidazione della società. Infatti, per quanto fondata su argomentazioni solide, la presa di posizione di Bruxelles sta causando comprensibili allarmi per il futuro di Blu, da vari mesi alle prese con lo spettro del fallimento e la contestuale perdita del posto di lavoro da parte dei duemila dipendenti.

C'è poi una sorta di «giallo» intorno ai potenziali offerenti interessati a rilevare per intero l'azienda delle telecomunicazioni. Con il suo pronunciamento, la Commissione

Ue sembra dare un qualche credito al possibile interesse all'acquisto manifestato in tempi e modi diversi da tre società, Anthill, e-Do e Tele2. Una vendita unitaria alle quali invece non credono più né le forze sindacali, né il ministero delle Comunicazioni.

Ma a non credere nella cessione di Blu ad un unico acquirente sembra esserci anche la Kpmg, la società di consulenza che dal 17 aprile scorso ha assunto l'incarico di «fiduciario per la cessione», una figura prevista proprio nell'intesa raggiunta lo scorso anno fra Commissione Ue e Edizioni Holding, con la quale Monti dette il suo assenso condizionato all'acquisizione del gruppo Telecom. Ebbene il 20 maggio scorso la Kpmg ha inviato una relazione a Bruxelles nella quale si specifica che «ad oggi non è stata effettuata alcuna offerta definitiva e vincolante avente ad oggetto l'intero capitale di Blu». Ma, a quanto pare, la cosa non ha impressionato più di tanto i membri della Commissione.

Oggi la manifestazione giunta alla sua decima edizione. Atteso oltre un milione di visitatori

A «Cantine aperte» le signore del vino

Cosimo Torlo

MILANO È la decima edizione di «Cantine Aperte», quella in programma per la giornata di oggi. Un anniversario importante, visto che in questi anni è diventata una delle manifestazioni legate al vino di maggior successo.

Nel 1992, quando Donatella Cinelli Colombini (Info: 0577/662.108), produttrice di vino a Montalcino e oggi anche assessore al Turismo del Comune di Siena, creò questa manifestazione avrebbero scommesso in pochi su questi risultati. Oggi, invece, «Cantine Aperte» coinvolge decine di migliaia di persone. Nel 2001, durante la giornata, sono state registrate secondo le stime di Ornella Venica, produttrice di grandi vini friulani (Info: 0481/61.264), e attualmente presidente del Movimento del Turismo del Vino, 920mila presenze. Ma «l'andar per cantine vale qualcosa come 2,5 miliardi di euro, con una presenza di oltre 3,5 milioni di visitatori, con stime che danno una crescita che porterà nel

2005 ad avere un fatturato stimato intorno ai 4 miliardi di euro ed il coinvolgimento di circa 3mila aziende».

Numeri importanti, frutto di un lavoro svolto con caparbietà da tanti viticoltori che hanno capito che oggi sempre più turisti hanno voglia di naturalità, di campagna, d'aria pulita e, ovviamente, di buoni vini e di buona cucina. L'enoturismo, oggi, può contare su 75 strade del vino, che coprono circa 3.700 km di territorio, e coinvolge 9mila aziende tra cantine, negozi, ristoranti, e botteghe artigiane connesse.

Un successo, va detto, molto al femminile. Oltre a Cinelli e Venica il mondo del vino ha al suo interno donne che sono al comando d'aziende importanti e trainanti nel loro comparto. È il caso di José Rallo, titolare della Donnafugata di Marsala (Info: 0923/72.42.06), che proprio nei giorni scorsi è stata premiata con la «Mela d'Oro» del Premio Bellisario 2002. È il caso ancora di Emanuela Stucchi Prineti, produttrice di vino nel Chianti Classico con l'azienda Badia a Colti-

buono (Info: 0577/74.481), ma anche presidente del Consorzio Chianti Classico - Gallo Nero che ha realizzato, insieme alla Geo&Mondadori, una pregevole guida sulle aziende ed i vini di quel territorio.

Ma altri appuntamenti sono di sicuro interesse, oggi. A Butera, in provincia di Caltanissetta apre al pubblico il Feudo Principi di Butera (Info: 0934/34.77.26), di proprietà della Zonin; in Umbria, torna la Mangialonga del Sagrantino, percorso enogastronomico che si snoda per i vigneti dell'azienda Caprai, (Info: www.arnaldocaprai.it); in Franciacorta, da Bersi Serlini (Info: 030/98.32.34) si rinnova il percorso tra vigneto/cantina/degustazione finale che tanto piace all'enoturista. In Piemonte, a Barolo merita la visita un gran produttore di Nebbiolo da Barolo, G.D. Vajra (Info: 0173/56.257), così come per l'Astigiano, una tappa sicura è a Rocchetta Tanaro da Braidà di Giacomo Bologna (Info: 0141/644.113). Tutte le informazioni sulla giornata sono sul sito www.movimentoturismovino.

DENTIERA ROTTA? PROTESAN®

IN FARMACIA MONO

PER RIPARARE DA SOLI LA PROTESI DENTALE E RIATTACCARE I DENTI.

Consente il successivo intervento del dentista. Non contiene sostanze cianocrilate, nocive o allergizzanti.

LEGGERE ATTENTAMENTE LE ISTRUZIONI PER L'USO

FIMO SRL - MILANO - TEL. 02/66983865
Indirizzo internet: www.fimosrl.it



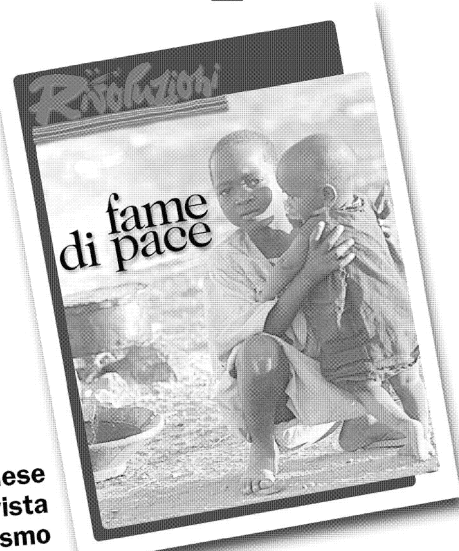
VACANZE LIETE

RICCIONE - HOTEL MONICA ** Super - Tel. 0541/606814, Fax 0541/605360, Via Damiano Chiesa 8, 50 m. mare, vicino Viale Ceccarini, 100 m. Terme. Zona tranquilla - sima nel verde, biciclette per passeggiate, Giardino, Bar, Ambiente familiare, Ascensore, solarium. Tutte camere servizi, box doccia, balconi, cassaforte, impianto tv-sat., telefono, Cucina casalinga, abbondante curata dalla proprietaria, colazione buffet. Cabine al mare. Pensione completa: maggio, giugno, settembre € 29,50-32,50, luglio € 38,70, 1-23/8 € 45,00, 24-31/8 € 38,70. Sconto bambini fino 30%.

VACANZE LIETE

SAN MAURO MARE Hotel La Playa *** Tel/Fax 0541/346154 completamente climatizzato, piscina, idromassaggio, parcheggio. Camere telefono, Tv, cassaforte. Menù a scelta, buffets. Giugno Euro 31,00/35,00 - Luglio 35,00/37,00 - Agosto 37,00/45,00. Sconto bambini fino 50%. Gestione proprietari.

fame di pace



Ogni mese insieme alla rivista Capitalismo Natura Socialismo

Rivoluzioni

IL 26 MAGGIO IN EDICOLA CON **Liberazione**