

DOSSIER
Stampa in crisi

Una copia del quotidiano Financial Times



L'italo-tedesco Giovanni Di Lorenzo, direttore del settimanale «Die Zeit»

Europa, la decimazione è in programma per il 2010

Il Financial Times ha già scritto cupamente il necrologio: nato nel 1764 defunto nel 2009. E se l'ammiraglia taglia è facile immaginare cosa stia accadendo nelle testate minori. Il dramma è che il vecchio sta morendo ma il nuovo non è ancora pronto a prenderne il posto

MARINA MASTROLUCA

ROMA
mmastroluca@unita.it



Uno su dieci dovrà cambiare pelle o chiudere baracca e burattini. Uno su dieci, letteralmente una decimazione: le previsioni, nel buio di un'età di mezzo dove il vecchio è decrepito ma il nuovo non ha ancora gambe robuste, parlano chiaro. «Uno su dieci tra giornali e riviste potrebbe essere costretto il prossimo anno a ridurre della metà le sue pubblicazioni, migrare su internet o chiudere del tutto», sentenzia uno studio della Deloitte, una delle più grandi aziende di consulenza e revisione del mondo. E nel numero non c'è solo l'America della crisi, che chiude testate storiche. Anche l'Europa naviga nelle stesse acque. Il Financial Times, cupamente, ha già scritto il necrologio della carta stampata sotto due date: 1764-2009. 2009: adesso.

Il Financial Times ha le sue buone ragioni per vedere nero. Dopo un taglio di 80 posti di lavoro per far fronte alla riduzione delle entrate, la testata è costretta a tagliare ancora. L'ipotesi allo studio è una settimana lavorativa di tre-quattro

giorni, per i prossimi mesi estivi. Obiettivo: stare a galla, per provare a vedere che cosa c'è dall'altra parte. E se un'ammiraglia come il Financial Times tira la cinghia, il resto viene da sé.

Si taglia, un po' da per tutto in Europa. Dopo aver ridotto all'osso le spese, si è arrivati al dunque di affondare il coltello anche nel corpo redazionale. La Spagna sembra essere il Paese più colpito, o forse solo quello che ha anticipato una tendenza. Dalla scorsa estate hanno perso il lavoro 1600 giornalisti, le stime di qui al 2010 prevedono un'ecatombe: 5000 posti in meno, il 20% dell'intero settore. «Siamo una specie in via d'estinzione», chiosa Magis Iglesias presidente dell'Associazione dei giornalisti spagnoli. Un parere condiviso. Il gruppo del britannico Guardian taglia 150 posti dai suoi giornali regionali, dopo un crollo dei profitti per il biennio 2008-2009 stimato all'85%. «Le peggiori condizioni a memoria umana», così sintetizzano la situazione. Il francese Le Monde aggiorna la grafica e taglia 60 posti, dopo un calo del 5,3% delle vendite nel 2008. Axel Spriger, il gruppo editoriale più grande d'Europa - Bild e Die Welt - per ora cancella premi e appuntamenti mondani. Ma la Suddeutsche Zeitung pensa a tagli per un quinto del suo staff.

La crisi c'entra, ma fino a un certo punto. Agisce

come un catalizzatore, accelerando un processo che non è cominciato ora. I giornali su carta vendono meno copie e risentono della concorrenza del web che sottrae pubblicità, già ridimensionata dalla crisi. Ma la virata verso il solo on line non è ancora matura. Senza il supporto dei giornali di carta, i siti non sono in grado di stare in piedi da sé. «Nepure il sito on line più di successo può compensare le perdite del suo corrispettivo cartaceo», dice Howard Davies co-autore del rapporto Deloitte.

Internet trabocca di pubblicità, ma non necessariamente sui siti dei giornali. La scelta di Google di aprire le sue news alla pubblicità ha gettato nello sconforto l'informazione on-line: la tendenza già era alla concentrazione sui grandi motori di ricerca e network sociali. Per gli altri restano briciole. E gli annunci come unica fonte di entrata sono comunque un boomerang: in Spagna ha chiuso i battenti il free-press Metro, che distribuiva 1,8 milioni di copie, penalizzato da una contrazione della pubblicità che per il 2009 in Europa è stimata tra il 30 e il 35%. La ricetta per venirci fuori ancora non c'è. Deloitte suggerisce l'on line più uscite ridotte, magari al fine settimana, e risparmi sui fornitori. Ma non sul personale. Perché la qualità è la sola carta che resta in mano agli editori. ❖