

DOSSIER

Stampa in crisi

Inserzionisti in fuga, tremano i giganti dell'informazione

Nella crisi in Italia pesa anche il problema di sempre: la televisione fagocita il budget della pubblicità e ai quotidiani restano le briciole. Anche i magazine costretti a ridurre la foliazione. Per la prima volta un fondo statale per i prepensionamenti nei settimanali

SILVIA GARAMBOIS

ROMA
inchieste@unita.it

Quattrocentomila copie di giornale che nessuno compra più, volate via dalle edicole in un solo anno. La pubblicità crollata del 25%. Sono dati della Fieg, la Federazione degli editori, e della Fcp, la Federazione delle concessionarie di pubblicità, che i conti li fanno alla virgola, giornale per giornale: le 58 testate prese in esame dagli editori, che tutte insieme nel gennaio del 2008 avevano finalmente superato quota cinque milioni di copie (5.001.118, per la precisione, un traguardo) un anno dopo sono precipitate a 4.685.992 giornali venduti. Un dato dentro il quale c'è il *Corriere della Sera*, la *Repubblica*, *Libero*, il *Giornale*, *l'Unità*, *Libera-zione*... Al loro interno la pubblicità nel frattempo è diminuita «solo» del 17%, ma il suo fatturato è crollato del 32%: significa che è stata, praticamente, svenduta. Prendi due, paghi uno. Del resto basta guardare le edicole: i supplementi dei quotidiani (nati come contenitori di pubblicità) si sono improvvisamente fatti sottili sottili.

LA TORTA MAL DIVISA

È la crisi che colpisce l'editoria. «Una stampa libera e indipendente non può coprire i suoi aumenti di costo se non con l'aumento dei ricavi da vendita e con quelli da pubblicità», ha sostenuto qualche giorno fa Carlo Malinconico, presidente Fieg, parlando proprio ai pubblicitari delle storture del mercato pubblicitario, mille volte denunciate, che in tempo di crisi si fanno più drammatiche. Quella «torta» divisa male, in cui la tv si taglia fette da gigante e ai giornali non restano che briciole (33,6%, persino due punti in meno del 2007). All'estero non è così, sono ancora i quotidiani i principali veicoli pubblicitari: nonostante la tv, nonostante Internet.

Le vendite che calano e i grandi inserzionisti che tagliano i budget, significa che i conti, nei giornali, non tornano più. Il gruppo Rcs - quotidiano e periodici - in questi giorni ha reso pubblici i suoi: 38,3 milioni di utile, rispetto ai 220,3 milioni dell'esercizio 2007. Al *Corriere della Sera*

I conti non tornano più

Rcs passata da un attivo di 200 milioni a uno di 38. Aiuti pubblici anche a Mondadori

Le vendite dei quotidiani - febbraio 2009

l'Unità	+10,3
Repubblica	-19,0
Corriere della Sera	-8,6
Stampa	+0,9
Sole 24 Ore	-3,2
Gazzetta dello Sport	-4,0
Giornale	-9,8
Libero	-6,6
Messaggero	-0,1
Avvenire	+0,1
Gazzetta del Mezzogiorno	-2,3
Gazzettino	-2,8
Mattino	-1,5
Nazione	-8,3

su 780mila copie stampate in un giorno (questa la tiratura media del 2008), ne sono tornate indietro 160mila invendute. È così per tutti. E allora si taglia. Il costo del lavoro, per cominciare, anche se i giornalisti hanno un contratto fermo senza rinnovo da 1483 giorni, vero record, e nel mezzo ci sono due rinnovi economici saltati, quasi tre. Si mandano via i «vecchi», che significa la storia del giornale, l'esperienza, la continuità: vale per tutte le aziende, ma in una «fabbrica di notizie» la perdita di memoria si fa più grave. Lo hanno già fatto le grandi aziende, incentivando gli esodi, ma non è bastato.

Per il 2009 si annuncia un terremoto: «Alcune aziende hanno già aperto il confronto con le rappresentanze sindacali per affrontare crisi aziendali, parlo del *Gazzettino* di Venezia, dell'*Arena* di Verona, dell'*Unità*, ma sono solo i primi - dice Andrea Camporese, presidente dell'Istituto di previdenza dei giornalisti (l'Inpgi) -. Si annuncia un biennio difficile. La preoccupazione, di fronte alla necessità di mettere in campo gli ammortizzatori sociali, è di garantire anche la sosteni-



Piccolo	-4,2
Resto del Carlino	-8,3
Secolo XIX	-2,5
Tempo	-9,7
Tirreno	+0,7
Totale (58 testate)	-5,3

Dati Fieg: vendita in edicola più abbonamenti

bilità futura del nostro sistema previdenziale: la preoccupazione, cioè, che non si restringa la platea dei giornalisti italiani».

Il governo nelle scorse settimane ha varato un fondo di 20 milioni di euro per i prepensionamenti dei giornalisti in aziende in stato di crisi. È la prima volta che questo avviene, finora - unica categoria in Italia - gli ammortizzatori sociali erano stati tutti a carico dell'Inpgi, ma il numero dei prepensionati era di poche unità all'anno. Con 20 milioni, invece, si possono mandare via 330 giornalisti in una volta sola. Non sembrano numeri esigui: stiamo parlando di una piccola categoria professionale, 18mila giornalisti attivi iscritti all'Inpgi, tra tv, radio, giornali, periodici, siti internet, uffici stampa. E molti di loro già espulsi dalle redazioni, collaboratori e non interni.

Grazie al Fondo possono essere considerati «in uscita» anche i giornalisti dei periodici, per i quali non era fin qui previsto l'«ombrello» previdenziale: secondo i dati dell'Inpgi sarebbero circa 130 in possesso dei requisiti contributivi e anagrafici (58 anni). Significa soprattutto Rcs e Mondadori. Proprio l'azienda di famiglia del premier... E nessuno parli di conflitto di interessi. ♦