

IL CASO

Roberto Monteforte

Editoria, niente riforma. Solo tagli

Il governo annuncia «una rivoluzione» ma non dà sicurezza sulle risorse. E la Federazione degli editori «cavalca» la crisi per muovere un attacco alle testate no-profit, alle cooperative e politiche

Una rivoluzione per l'editoria entro i prossimi 45 giorni». L'assicura il sottosegretario con delega all'Editoria, Paolo Bonaiuti che archiviando ogni ipotesi di riforma, lancia il suo annuncio intervenendo all'assemblea generale della stampa cooperativa, no profit, di idee e politica promossa da Mediacoop, Fnsi, il Comitato per la libertà d'informazione, la Federazione Italiana dei settimanali cattolici tenutasi ieri in una affollatissima sala del Mappamondo alla Camera dei Deputati. Non rassicura Bonaiuti. Conferma per l'anno in corso il 90 per cento degli stanziamenti, ma non è in grado di garantire la copertura per il futuro. «Ci troviamo in una crisi che impone risparmi. Parlare di riforma dell'editoria non ha senso - scandisce -. Occorre invece una piccola rivoluzione in tempi brevi». Quelli che preannuncia sono ulteriori tagli alla platea degli aventi diritto. Racoglie la sollecitazione per criteri più severi per i contributi, legati alle vendite e alla occupazione regolare. Dalla prossima settimana annuncia la riapertura del tavolo di confronto con tutti i soggetti interessati. Annuncia cambiamenti epocali, ma non è in grado di assicurare le risorse indispensabili da subito al settore. Quegli 80 milioni di euro senza i quali ben poche



Foto LaPresse

Le promesse di Bonaiuti
Il sottosegretario annuncia per la prossima settimana un tavolo di confronto con tutti i soggetti interessati al fondo

testate arriveranno al prossimo gennaio. Lo spiega Lelio Grassucci di Mediacoop aprendo i lavori. È preoccupata l'assemblea. Si susseguono gli interventi dei parlamentari, dei sindacalisti e dei direttori dei giornali, da Norma Rangeri del Manifesto a De Angelis del Corriere Mercantile, al presidente della federazione dei settimanali diocesani Francesco Zannotti, sino al direttore de L'Unità Claudio Sardo e a quello di Liberazione, Dino Greco. Interviene Fammoni della Cgil e in collegamento dall'estero il segretario della Fnsi, Franco Siddi. Il messaggio è chiaro: bonifica immediata del settore e risorse certe, altrimenti si fa drammaticamente concreto il rischio di chiusura per oltre 100 testate. Negli interventi si ribadisce che non tutto può essere ridotto alla logica mercantile, tanto più che nel nostro paese la dinamica è inquinata dal conflitto di interessi e da un drenaggio delle risorse pubblicitaria dal sistema televisivo a danno dell'editoria. Si avanzano proposte. «Occorre pulire l'aria» afferma il deputato Beppe Giulietti dell'Associazione art. 21. Ma il problema non è quello delle risorse o dei sacrifici da ripartire. «Quegli 80 milioni sono una goccia nel mare. Si trovano» assicura il presidente della Commissione trasporti del Senato, Luigi Grillo (Pdl). «Le risorse ci sono» assicura Luigi Lusi (Pd) che insiste: «Ma occorrono

comportamenti coerenti da parte di tutti». Il problema è quello della volontà politica. Occorre spiegare bene le ragioni di questa scelta a tutela del pluralismo e del diritto di tutti ad una informazione libera anche per chi non ha mezzi economici. È un percorso in salita se l'opinione pubblica non comprende che in questo caso si va ben oltre al «bavaglio» all'informazione, si va allo strangolamento di 100 testate. È necessario per battere quel clima «anticasta» e chi lo usa strumentalmente.

L'affondo lo lancia il presidente della Fieg, Carlo Malinconico che dando voce agli umori prevalenti tra gli editori afferma che oltre al rigore è necessaria «una revisione profonda delle politiche di sostegno pubblico» e «che le risorse disponibili siano destinate ad interventi strutturali per il settore». Al tavolo aperto della presidenza del Consiglio la Fieg chiederà che «la contribuzione pubblica sia finalizzata allo sviluppo delle imprese editoriali e dell'intero settore e non costituisca una forma di sostentamento di imprese inefficienti o di alterazione della concorrenza». Le risorse vanno all'innovazione tecnologica, alla produttività delle imprese, per l'occupazione e alla multimedialità». Tutto va ridotto alla logica del mercato. Chi è fuori si arrangi. ♦

tiscali: adv

Per la tua pubblicità su **l'Unità**

Tiscali ADV:

Viale Enrico Forlanini 21,
20134 Milano

tel. 02.30901230

mail: advertising@it.tiscali.com

Per necrologie, adesioni, anniversari
telefonare al numero 02.30901290

dal lunedì al venerdì ore 10:00-12:30;
15:00-17:30

sabato e domenica tel 06.58557380

ore 16:30-18:30

Tariffa base+Iva: 5,80 euro a parola (non
verranno conteggiati spazi e punteggiatura)

Per pubblicità legale, finanziaria ed
istituzionale:

INTEL MEDIA PUBBLICITA' SRL

tel. 0883-347995

fax: 0883-390606

mail: info@intelmedia.it