



#MENO GIORNALI MENO LIBERI

ROMA. Prosegue la nostra campagna di sensibilizzazione sul futuro dei giornali no profit, "Meno giornali meno liberi". I giornalisti sono un pezzo importante nella catena dell'informazione italiana. Risponde alle nostre domande **Ermanno Anselmi**, coordinatore nazionale della Fenagi, Federazione nazionale giornalisti aderente alla Confesercenti.

La vostra richiesta di evitare la polverizzazione della distribuzione con nuovi punti vendita sembra in parte essere stata accolta da parte del Governo, ma la crisi non è finita. Cosa sta succedendo nel rapporto fra edicola e territori?

«Innanzitutto c'è da considerare il radicale cambiamento di abitudini che hanno prodotto, nei comportamenti dei lettori, la crisi economica e l'offerta delle news attraverso le nuove piattaforme digitali in un Paese da sempre poco propenso alla lettura e, purtroppo, all'approfondimento della notizia. Non a caso, lo scorso 26 febbraio, la cosiddetta filiera della carta al suo appuntamento annuale, nel quale si valutano gli andamenti del mercato, ha dato il titolo: "Senza lettura non c'è crescita. Quotidiani, peioridici e libri come leva per lo sviluppo". Nello studio realizzato dal professor Alessandro Nova della Bocconi, emerge su tutti il dato del consumo in libri e giornali in relazione al consumo totale delle famiglie. Fatto 100 il totale dei consumi quello relativo a libri e giornali, nel 1995 rappresentava lo 1,7%, nel 2013 lo 1,04%. Nel 2009, anno peggiore della crisi per l'editoria in genere, la percentuale scende di colpo da 1,32%, del 2008, a 1,18% per poi continuare la discesa, negli anni dopo, fino all'attuale 1,04. Sempre dai dati del prof Nova, nel periodo 2009-2014 il fatturato complessivo tra raccolta pubblicitaria e vendita dei quotidiani e periodici si riduce da 7,5 mld di a 4,9 mld. Se consideriamo che a tutt'oggi la raccolta pubblicitaria rappresenta circa il 50% del fatturato del prodotto editoriale, ci possiamo immaginare come sia impossibile pensare ad una rete di vendita florida come nel passato e, dovrebbe essere scontato, che non si possa parlare di liberalizzazione. Abbiamo detto al Governo che piuttosto di ampliamento della rete di vendita avremmo dovuto pensare ai come mettere in equilibrio l'i-

ERMANNANO ANSELMINI
coordinatore nazionale della Fenagi Federazione nazionale giornalisti aderente alla Confesercenti per la quale non si dovrebbero finanziare editori che stampano prodotti che non si mettono alla prova dei lettori



Confesercenti. Intervista a Ermanno Anselmi, coordinatore della Federazione nazionale giornalisti

«Contributi pubblici solo a chi va sul mercato»

inevitabile processo di concentrazione delle imprese di distribuzione nazionale e locale (le imprese che stabiliscono le forniture per la rete di vendita), rispetto alla garanzia di pluralismo, prevista dalla Costituzione, determinata dal libero accesso del prodotto editoriale ai vari punti vendita. In questo quadro siamo riusciti a inserire la riforma della legge 170/01 nella prossima riforma della legge sull'editoria promossa dal Governo.

L'edicola vuole diventare sempre di più un riferimento di tutta la cultura e i prodotti

dell'informazione... Può essere una risposta attiva alle richieste di innovazione che la società dei lettori e dei clienti di prodotti informativi sembra esigere?

«Forse. Se le edicole differenzieranno la loro offerta di prodotti e servizi, anche legati al modo del digitale, in modo da ricreare la solidità economica che permetterà loro di investire sull'attività e renderla adatta al mercato di un prossimo futuro».

Cosa state studiando sul versante della gestione associata della

distribuzione? Non potrebbero nascere cooperative di edicolanti che ampliano loro stessi la distribuzione dei giornali con scelte coraggiose e fantasiose?

«Pensiamo che sia difficile uno scenario nel quale si possa dar vita a cooperative di distribuzione per i motivi di fatturato, e di prospettiva, ai quali ho accennato. Siamo, invece più convinti, noi della Fenagi, che una via "francese" alla riforma, dando vita ad un sistema integrato editore, distributore e rivenditore, potrebbe essere di aiuto sia agli stessi edi-

colanti che stessi agli editori».

E in corso una campagna di comunicazione nazionale "Meno giornali. Meno liberi" promossa da un cartello di nove fra associazioni e sindacati dei giornalisti e dei poligrafici nella quale è stata chiesta attenzione anche ai sindacati degli edicolanti.

«Credo che alla base di tutto non ci sia la questione del numero delle testate. Siamo tra i primi paesi al mondo per la produzione di giornali e numero delle testate, ma come siamo stati educati alla

lettura ed al rispetto della cultura democratica. In Francia, nel Regno Unito o in Germania, che ha avuto una tremenda dittatura come noi da cui discende una legislazione di settore simile alla nostra, nessuno si sogna di pensare ad una diminuzione di democrazia in relazione ai giornali che si producono o alle testate editate; al contrario sono Stati nei quali il "digital divide" è di gran lunga minore, esiste da anni una connessione a banda larga, eppure si legge molto di più e si spende molto di più per prodotti editoriali di carta».

Il Fondo per l'editoria è stato praticamente dimezzato nel 2013, ridotto ulteriormente nel 2014 ed è vuoto per il 2015... Si va verso morte certa di almeno 70 delle 122 testate quotidiane e periodiche esistenti... Sarà un danno certo anche per il reddito degli edicolanti».

«Certo che le politiche usate per la distribuzione dei contributi dell'Editoria negli anni passati, non hanno aiutato e, non aiutano, il dibattito politico sul tema. Quanto alla rete di vendita, escluso qualche quotidiano di partito, poche testate che anticamente hanno usufruito dei contributi sono arrivate in edicola. La ragione è anche semplice: dato che una delle condizioni previste è che le pubblicazioni avessero un tetto alla raccolta pubblicitaria o essere Cooperative, i prodotti finanziati difficilmente sceglievano il mercato delle edicole per massimizzare il profitto derivante dall'aiuto pubblico all'investimento. Credo che i contributi debbano essere trovati dallo Stato e rilasciati per finanziare le start up di giovani imprenditori nel campo della comunicazione in generale, e/o il passaggio dalla carta al digitale per tutte quelle aziende che non potrebbero sopravvivere ancora a lungo dato il costo della produzione di "carta stampata". Le uniche due condizioni che porrei sono per le aziende che scelgono di produrre su carta. La prima è che sia fissato un termine sul finanziamento in relazione al piano di ammortamento degli investimenti. La seconda è che non si finanzino editori che stampano prodotti che non vanno sul mercato e si non mettono alla prova dei lettori. Tramite le edicole o per abbonamento, il prodotto deve essere venduto, altrimenti tanto vale fare un sito web di opinione».

RIMINI

Garofalo, fumetti da museo

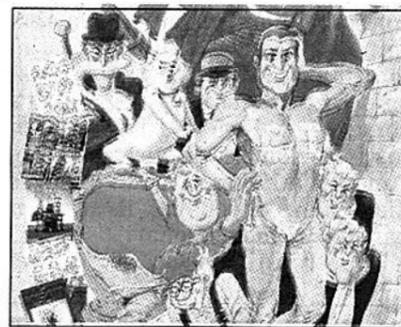
"Italian comics", mostra del creatore di Jonny Logan

RIMINI. Il mondo di Romano Garofalo si mette in mostra: è in corso al Museo della Città di Rimini "Italian Comics. Romano Garofalo, da Jonny Logan al multimediale", un viaggio nel cuore del fumetto del cinema di animazione e della satira, condotto dall'inesauribile immaginazione e dall'incandescente ironia di questo Autore.

Le matite di Leo Cimpellin, Giorgio Cavazzano, Marzio Lucchesi e altri noti disegnatori raccontano la "penna" di Romano Garofalo, ideatore e autore del fumetto Jonny Logan, successo editoriale degli anni settanta, e creatore di tanti personaggi, da MostrAlfonso a Slim Norton, dal Barone Von Strip a Il Vigile e l'Automobilista, da Sauro il dinosauro a Osvaldo, pubblicati su quotidiani, periodici e giornali per ragazzi in Italia e all'estero. Accanto ai cartoonist è l'arte del vignettista

che si nasconde sempre dietro la firma di Garofalo, che munito dell'affilato bisturi dell'ironia traccia un ritratto esilarante della politica e del costume italiani degli anni Settanta e Ottanta.

La vignetta satirica è protagonista anche del nuovo progetto multimediale diretto da Romano Garofalo, "Italian Comics", quotidiano interattivo di approfondimento, in chiave umoristico-satirica, delle notizie di cronaca politica e di costume, nazionali e internazionali, che coinvolge un nutrito gruppo di illustratori, vignettisti, scrittori e giornalisti. Scrive l'assessore alla Cultura del Comune, Massimo Pulini nella presentazione: «La parola che pensa all'immagine è una parola diversa da quella nata per restare nel proprio perimetro; è un racconto che si apre al dialogo, che lascia alla mano di altri la possibilità di aggiungere e



ROMANO GAROFALO

in mostra al Museo di Rimini

ticipa una visione e dirige un'orchestra che ancora non si è formata. Traccia un tema e delinea una storia che viaggerà altrove e con altre gambe. (...) Sia che inventi una vignetta, che abbia scritto un episodio di Jonny Logan o una striscia di MostrAlfonso, Romano Garofalo riesce a immaginare come un sapiente regista e a dirigere magistralmente l'orchestra jazzistica dei suoi numerosi disegnatori».

Nella Sala delle Teche, ampia proiezione di tutti i cartoni animati creati da Garofalo. Laboratori a tema durante lo svolgimento della mo-