NOIOSI e RIPETITIVI anziché PROPOSITIVI

di ARMANDO ABBIATI
Presidente Nazionale
SNAG-Confcommercio

Sono in treno diretto a Roma per andare a discutere di persona con i responsabili dell'Espresso delle loro ultime iniziative editoriali, ed ecco che mi chiamano per avvisarmi dell'ennesimo tentativo nel voler intervenire sul Disegno di Legge (DDL) "Piccoli Comuni" per obbligare le Poste Italiane a garantire la consegna degli abbonamenti (di quotidiani e periodici) anche nei giorni in cui, nei piccoli paesini sparsi lungo il territorio italiano, gli sportelli sono chiusi! Che novità, ho subito pensato!

Con tutti i problemi che abbiamo in Italia e nel nostro settore, tra i quali il drammatico evento del terremoto (che ha colpito cittadini e rivenditori), sembra che alla FIEG e a qualche altro bischero (non trovo un termine migliore, magari lo avrete voi), ecco che questi "geni", appena approvata la riforma dell'editoria, tentano di intervenire su un nuovo testo di legge.

L'unica cosa che sta loro a cuore è liberalizzare il settore, affidare i propri giornali alle Poste quando non sono i panettieri! Credo che molti si ricorderanno di una vecchia e ricorrente proposta di Riffeser di vendere i giornali insieme a michette e baguette…

Non c'è mai il desiderio di rendere più appetibile la stampa (per restare in tema, ma dimenticando i panini), di rivolgersi a un pubblico più giovane, macché: perché i giornali li hanno sempre fatti così e la ricetta non cambia mai, anche se i lettori in un primo tempo si annoiano e successivamente abbandonano oppure non si avvicinano nemmeno.

Ma fanno tutti così? Non direi!

Proprio oggi ho acquistato la mia solita "mazzetta" di quotidiani in edicola e, tra le testate che leggo, ha attratto la mia attenzione un articolo su "Italia Oggi", in cui si parla del progetto tedesco, dove alcune testate hanno studiato apposite rubriche dedicate ai ragazzi dagli 8 ai 12 anni, poste all'interno dei quotidiani stessi.

I nostri manager però hanno altre idee: abbassano i prezzi, fanno i "panini", i toast e fra poco le lasagne (concedetemi la battuta), ovvero le offerte editoriali indivisibili uccidendo le testate (uccidere è un termine brutale, ma rende l'idea… perché li privano di vita propria abbinandoli ad altre pubblicazioni e poi cercano di rimetterle nel circuito. Come se un lettore che oggi trova una pubblicazione abbinata a un'altra a un prezzo inferiore corresse in edicola il giorno successivo ad acquistarla a un prezzo maggiorato)!

Sono veramente idee geniali che dovremmo esportare (in realtà sono indeciso se esportare le idee o chi ha queste idee) anziché importare metodologie nuove e alternative. È un paradosso!

Lascio a voi le considerazioni finali, perché se queste sono le novità del nostro mondo editoriale beh, mi viene da dire "nulla di nuovo sotto il sole", anzi, non è rimasto nemmeno quello.

Una volta arrivato a Roma, nella sede dell'Espresso mi confermano, inoltre, che l'eventuale diminuzione di prezzo del Corriere della Sera a 1 euro (annunciato da Cairo, ora alla guida del Gruppo RCS nel ruolo di Presidente e Amministratore Delegato, che ha fatto del "cut price", ovvero il prezzo ridotto-tagliato, il suo marchio di fabbrica) "costringerà" tutti i maggiori quotidiani a tiratura nazionale a procedere nella stessa direzione.
La Repubblica ha già dichiarato (ho discusso della questione direttamente con Monica Mondardini, Amministratore Delegato, e Corrado Corradi, Direttore Generale della divisione Stampa Nazionale) che, per non perdere quote di mercato si allineerà al Corriere (ovvero abbasserà il prezzo) e così farà con tutti i quotidiani del proprio gruppo editoriale, pur reputando l'azione controproducente.
È chiaro che questa "politica" insensata coinvolgerebbe anche gli altri quotidiani italiani in un "effetto domino" (cioè una reazione a catena) e che, per non uscire dal mercato, probabilmente, si adegueranno a questa sorprendente quanto nuova e producente scelta editoriale. Ecco perché il "Corsera" (come lo abbiamo sempre chiamato affettuosamente a Milano) finirà, ahimè, sotto il banco dei rivenditori di giornali, se ribasserà il prezzo. E non è un semplice avvertimento. Le edicole, purtroppo, chiudono, anche senza queste operazioni scellerate; non occorrono "terroristi" o "cecchini" che uccidano i rivenditori in massa!

Per questo motivo, come sempre, contrasteremo tutti questi attacchi.
Perché, invece, non convogliare energie, forze e denaro per sviluppare e non distruggere quel poco di buono che ancora rimane?

Inutile dire che cederò volentieri lo spazio del mio editoriale del prossimo numero di Azienda Edicola a qualsiasi editore o responsabile FIEG che voglia replicare a queste mie considerazioni ad alta voce!