

Edicole, stop alle liberalizzazioni? Legnini annuncia la cura sbagliata

Il sottosegretario e i punti vendita: «Vorremmo ripristinare i vincoli»



EDITORIA Giovanni Legnini (ImagoE)

Nuccio Natoli
ROMA

LE CRISI, come le malattie, si curano. Se si sbaglia medicina, però, la malattia peggiora. L'editoria, come la maggioranza dei settori economici, non sprizza certo salute.

Sorprende, quindi, che il sottosegretario alla presidenza del consiglio con delega all'editoria, Giovanni Legnini, annunci: «Vorremmo sospendere la liberalizzazione delle edicole per difendere il presidio di democrazia rappresentato dalle 30mila edicole italiane».

Sembra l'esempio della medicina che aggrava la malattia anziché curarla. Ci vuol poco a capire che rendere meno semplice l'acquisto di un qualsiasi prodotto conduce fatalmente al calo delle vendite, siano tv, auto, o giornali e periodici. Nessuna meraviglia se le lobby fanno il loro mestiere, ma non è certo questa la strada giusta per aiutare l'editoria a superare il momento buio.

UNA CRISI che negli ultimi cinque anni le aziende editoriali hanno pagato con una riduzione delle vendite del 22% e con un calo della

pubblicità del 50%. Di conseguenza pure il fatturato, negli ultimi tre anni; si sia contratto del 14%. A fronte di ciò vi è stata una buona crescita dell'editoria on line. Al punto che, per le maggiori testate nazionali, circa il 5,5% dell'introito pubblicitario viene dai siti web. Tutte le crisi meritano attenzione per i drammi spesso dolorosi che portano con sé.

L'EDITORIA non fa eccezione, soprattutto non dimenticando che, in tutte le sue forme, è il veicolo con il quale si forma la pubblica opinione. Se il veicolo si inceppa, o peggio si ferma, a farne le spese è la stessa democrazia.

Non va sottovalutato che oggi, in Italia, i lettori di giornali superano i 22 milioni, quelli di periodici toccano i 33 milioni, mentre i visitatori quotidiani delle testate giornalistiche on line oscillano tra i sei e sette milioni. Sono numeri che attestano come la fame di informazione non sia venuta meno in Italia.

Consapevole di tutto ciò, il governo Letta ha aperto un tavolo di confronto con gli operatori dell'informazione affidato al sottosegretario Legnini. Negli ultimi anni la necessità di tagliare le spese pubbliche ha quasi totalmente cancellato il sostegno statale all'editoria. Restano solo delle piccole nicchie (anch'esse in via di eliminazione) a favore di organismi non lucrativi.

IL "TAVOLO", però, non decolla come sarebbe auspicabile, e come dimostra l'idea di bloccare la liberalizzazione dei punti vendita. C'è accordo, invece, sulla necessità di fare pressione sui grandi motori di ricerca del web (tipo Google) che attraggono pubblicità, perché paghi in termini di fiscalità e di diritti d'autore ciò che viene prodotto dalle testate giornalistiche. La Francia lo ha fatto ottenendo 60 milioni di euro l'anno. Se l'Italia riuscirà a fare altrettanto il ricavato sarà destinato a sostenere l'editoria on line. Altro che bloccare la liberalizzazione delle edicole.