

**E**cco la terza puntata. Continua la pubblicazione di comunicati con i discorsi tenuti dal comitato di redazione all'assemblea degli azionisti nel corso degli ultimi anni. A testimonianza della presenza critica dei giornalisti, che, purtroppo inascoltati, hanno segnalato a tempo debito quello che non funzionava. Una piccola contro storia del Sole 24 Ore, una lettura ancora istruttiva ad anni di distanza.

Il Cdr

#### INTERVENTO CDR ALL'ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI 2013

Signor presidente, signora amministratore delegato, signori consiglieri e sindaci, signori azionisti, le acquisizioni improvvise che poi danno luogo a svalutazioni? La redazione le contestò 3 anni fa. La scarsa attenzione al core business del gruppo, l'informazione, a vantaggio di una diversificazione assai

dispendiosa e poco redditizia? Censurata dai giornalisti del Sole 24 Ore qui in assemblea e anche altrove. La turbolenza del management che ha portato a cambiare più volte la prima fila dell'azienda (malcontati, al netto di 3 direttori del quotidiano, 2 amministratori delegati, 3 capi del personale, 2 direttori dell'Editrice, 4 responsabili della concessionaria di pubblicità)? Criticata con comunicati e altri interventi pubblici. Le operazioni immobiliari a dir poco avventate? Ricorrenti nelle critiche di questi anni. Una politica di remunerazione del vertice aziendale discutibile? Sottolineata un anno fa. Invano. La parte fissa dei compensi della prima linea del management è aumentata l'anno scorso. Intanto i ricavi scendono e la politica della (sola) riduzione dei costi mostra ormai la corda. Come testimoniano i risultati.

Ieri dicevamo, adesso

ribadirlo è anche stucchevole. Però i punti critici erano stati visti e segnalati per tempo. Si è preferito non ascoltare e procedere comunque. Certo è arrivato il dramma della crisi economica innestato su una difficoltà strutturale dell'editoria e un impatto pesante ci sarebbe comunque stato. La gestione del gruppo ci ha messo del suo, però. Con scelte sbagliate, altre tardive, altre ancora almeno discutibili che ci portano oggi a votare contro la proposta di bilancio.

Due esempi a loro modo cruciali. Sui due canali che più ci stanno a cuore e che assicurano la redditività dell'attività editoriale: i ricavi diffusionali e quelli pubblicitari. Su questi ultimi pesa certo una recessione senza precedenti da cui non si intravede per ora l'uscita e ragioni specifiche che hanno colpito il Sole 24 Ore più di altre testate, la revisione della normativa sulla pubblicità legale e finanziaria. Però, sul

quotidiano, le performances sono assolutamente deficitarie: a fronte di un calo degli investimenti pubblicitari sui quotidiani stimato intorno al 17%, il calo dei ricavi della raccolta del quotidiano è stato del 23% (19,5% a parità di perimetro) con un crollo di quasi 20 milioni. E non pare che questi primi 3 mesi dell'anno siano in miglioramento.

Sui ricavi diffusionali, quelli che più chiamano in causa la redazione, riteniamo di avere le carte in regola. Alla prova dei fatti però e non per asserzione ideologica. Il 2012 è stato un anno di leggera flessione, intorno al 2,5, 3%. Meglio del mercato. E la redazione ha dimostrato di essere tutt'altro che arroccata nella difesa dell'esistente (quale poi?). Ha invece promosso, senza chiedere un euro, una profonda riorganizzazione del modo e dei tempi del lavoro giornalistico, puntando in maniera assai più decisa di

quanto fatto in precedenza, sulle potenzialità del digitale. A riprova della bontà della strada imboccata già anni fa quando venne firmato il primo accordo sulla multimedialità.

Malgrado le difficoltà oggettive create dall'applicazione di un ammortizzatore sociale, come la solidarietà, che riduce ogni giorno il numero dei presenti in redazione, i giornalisti hanno dimostrato nei fatti una disponibilità totale alla copertura della cronaca finanziaria, economica, politica e giuridica in tempo reale. Aspettiamo però ancora il grande assente, più volte sollecitato in passato, il nuovo sistema editoriale unico che permetta alla redazione di lavorare senza appesantimenti e passaggi anacronistici. Atteso prima dell'estate, arriverà, speriamo, a settembre.

Ma il percorso ormai è tracciato e i primi risultati sembrano incoraggianti, visto

il numero di copie digitali diffuse attraverso le varie modalità nei primi mesi dell'anno che assegnano al Sole 24 Ore il primato in Italia. Fondamentale è proseguire ancor più celermente in questa direzione, senza ripensamenti o anacronistiche frenate. Non è la funzione del quotidiano a essere superata. È la velocità con la quale le cronache e le analisi raggiungono il lettore. A non essere più al passo con le esigenze informative di un sistema che attinge da sempre e nuove e diverse fonti in tempo reale. Il modello cartaceo si avvia oltretutto a un declino irreversibile: a testimoniare la sua difficile sostenibilità c'è, i dati sono lì a dimostrarlo, il volume dei costi diretti del nostro quotidiano (stampa e distribuzione) che è aumentato sino a toccare i 91 milioni e che pesa ormai per oltre il 100% dei ricavi diffusionali. E il confronto con il costo del lavoro dà un

risultato chiaro: non è il personale, tanto meno quello giornalistico, il problema.

Il costo del lavoro nel 2012 è sceso infatti di quasi 8 milioni, per effetto in gran parte dei contratti di solidarietà. E scenderà ancora nel 2013 per effetto del medesimo ammortizzatore applicato a poligrafici e grafici. Nel 2012 le perdite però sono di oltre 5 volte superiori al 2011. comunque più che raddoppiate al netto di svalutazioni e oneri di chiusura e ristrutturazione. La redazione allora c'è e ci sarà sui temi e sui tempi di uno sviluppo vero. Al management chiediamo coerenza nel taglio degli sprechi, che ancora ci sono, e nel sostegno delle linee di sviluppo con al centro il rafforzamento dell'informazione, in tutte le sue declinazioni, in tempo reale e a pagamento. Lo invitiamo anche, tanto più necessario in tempi di crisi, a un standing adeguato di etica

personale. Pari almeno a quello che rivendichiamo nei confronti della classe politica del paese. All'azionista sollecitiamo un'attenzione continua in termini di verifica al piano industriale e di sostegno agli investimenti. Senza indulgenze per logiche di un passato, ahimè troppo recente, che molto ha a che vedere con logiche da basso impero e poco con l'efficienza. In conclusione, a tutti deve essere chiara una cosa: la sfida che abbiamo davanti non riguarda l'esistenza del giornalismo. Che c'era, c'è e ci sarà: risponde a un'esigenza invariata della società civile e della comunità economica di potere contare su un'informazione competente e autorevole. E la redazione del Sole 24 Ore, vera ricchezza dell'intero gruppo che senza un quotidiano non avrebbe più senso, ha tutta la competenza e l'autorevolezza per stare in campo sia nel difficile presente sia nell'incerto futuro.