

**N**on si può dire che non l'avessimo detto, lo testimoniano gli interventi della rappresentanza sindacale della redazione all'assemblea degli azionisti nel corso degli anni. Dopo quelli dei giorni scorsi, oggi tocca al 2014. È istruttivo rileggerli oggi, perché si ritrova molto di quello che agita il nostro presente. Nella situazione di prolungata incertezza in cui ci troviamo in fatto di governance riteniamo opportuno che l'azionista di maggioranza dia visibilità e trasparenza alle scelte per il prossimo futuro, a partire dall'amministratore delegato. Sin da oggi una cosa deve essere chiara: il prezzo di questa prolungata incertezza non dovrà ricadere su una redazione che ha segnalato per tempo cosa non andava e che, tra l'altro, ha già dimostrato responsabilità sul fronte del contenimento dei costi. Torniamo inoltre a ribadire la necessità di scelte di alto profilo, in totale discontinuità anche per quanto riguarda la direzione, per il rilancio della testata.

Il Cdr

**INTERVENTO DEL CDR ALL'ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI 2014**

Signor presidente, signora amministratore delegato, signori consiglieri e sindaci, signori azionisti, abbiamo già avuto modo di qualificare il bilancio che verrà approvato oggi, dal punto di vista contabile, come il peggiore nella storia del Sole 24 Ore. Anche al netto di oneri non ricorrenti, il risultato sarebbe comunque meno pesante ma ugualmente molto negativo. Sottolineiamo inoltre che l'effetto sui conti delle "poste straordinarie" è, questa sì, ricorrenza ormai abituale. E un'altra è la costante di questi anni: il segno negativo non solo dei conti di fine anno, ma anche di ogni singola trimestrale. Piccola consolazione, speriamo significativa, l'ultimo trimestre dell'anno passato con Ebitda positivo, trend

che ci auguriamo esca rafforzato dal primo consuntivo del 2014. Tuttavia, non possiamo non dirci assai preoccupati. La situazione si aggrava di anno in anno e stentiamo a intravedere elementi di ottimismo. Anzi, se per un attimo volgiamo lo sguardo all'indietro, il peso di scelte scriteriate fatte nel recente passato continua a zavorrare i conti e a fare sentire conseguenze rilevanti anche sul 2013. Solo due esempi, entrambi tratti dalla cronaca di questi ultimi mesi di vita societaria: la vendita, conclusa per un prezzo che la stessa azienda ha qualificato come "simbolico", di "Business Media", un'avventura editoriale che sarebbe stato salutare non intraprendere e che, a colpi di svalutazione, si è via via ripercossa nel corso degli anni. E ancora la cessione dell'intera divisione software. Cessione che permette certo la realizzazione di una plusvalenza anche significativa, il cui impiego non può però essere limitato al rimborso di un debito che in 12 mesi è schizzato a quasi 40 milioni, ma deve corroborare anche investimenti sull'attività editoriale, e che, mette in evidenza come la strategia di diversificazione che ha affascinato i vertici del gruppo, a ridosso della quotazione, fosse destituita di fondamenta.

Oggi si afferma di volere tornare al core business, come la redazione da tempo chiedeva. Bene, anche se su questa (tardiva) consapevolezza è però necessario fare alcune precisazioni. L'azienda sottolinea, comprensibilmente, il primato digitale acquisito dal quotidiano. Leadership conquistata anche, se non soprattutto, grazie all'impegno di una redazione che è stata vero motore del cambiamento. Basti ricordare l'insistenza con la quale sono stati sollecitati

cambiamenti sostanziali nell'organizzazione del lavoro per renderla più aderente alle necessità dell'informazione online.

Però anche su questo versante, quanti paradossi. Record di diffusione di copie telematiche certo, con importante recupero di marginalità di cui bisognerà valutare l'impatto sul conto economico, ma anche troppo lunga attesa di un nuovo sistema editoriale, unificato tra carta e web, più volte annunciato, e ancora è di là da venire. E poi l'anacronismo di un formato cartaceo che non ha eguali in Italia e forse in Europa. Ma certo anche su questo ci sono spiegazioni che non devono apparire maliziose: non decenni fa, ma solo pochi anni, nel 2006-2008 la scelta fatta dall'azienda è stata di acquistare rotative dalla rigidità assoluta: non permettono cioè di stampare in formati alternativi a quello extralarge, precludendoci la via di un tabloid più adeguato ai tempi e alle necessità di risparmio.

Anche su questi temi si misura un deficit di strategie industriali, che rischia di diventare esiziale nel momento in cui il perimetro dell'attività del gruppo torna a coincidere con l'informazione. Figure importanti negli anni non sono più state sostituite: si è preferito concentrare incarichi e competenze. Con esiti almeno incerti. Come pure complicata è la governance societaria, con deleghe operative sovrapposte tra i vertici. La conseguenza è la difficoltà nell'identificazione del capoazienda. Quando invece basterebbe seguire quanto noi stessi scriviamo: "il presidente deve essere il rappresentante degli azionisti, cui risponde. All'amministratore delegato, invece, spetta la funzione di capoazienda con tutti gli oneri e gli oneri che questo comporta, compresa la responsabilità in caso di cattiva performance", Luigi

Zingales sul Sole del 9 aprile.

Ma elemento fondamentale, da ribadire tanto più anche in questa sede, e tanto più forte se, come ormai evidente, l'attività editoriale è, o meglio torna a essere, business esclusivo del gruppo, è la centralità della redazione. Una redazione che solo pochi mesi fa ha sottoscritto un nuovo e pesante accordo che comporta sia la riduzione degli stipendi sia il taglio degli organici. Ma un giornale non può sopravvivere, nelle difficoltà attuali di una crisi che non accenna a passare, senza attenzione vera e investimenti certi sui giornalisti. Sono loro a rappresentare il valore, reale e non aggiunto, del futuro. La redazione del Sole 24 Ore ha testimoniato nel tempo la qualità del lavoro svolto. E i risultati per lungo tempo sono stati lì a testimoniare. Poi è arrivata un'epoca diversa, più pesante e difficile, nella quale la redazione ha però testimoniato con i fatti di non volere adagiarsi e di essere pronta a giocare anche partite nuove su nuovi media. Questa disponibilità, questa qualità, non va mortificata, considerando i giornalisti solo nel segno dei "costi da tagliare". E allora proviamo a fare un po' di accademia: se anche i giornalisti non ci fossero stati più oppure avessero lavorato gratis, i conti del 2013 non sarebbero neppure lontanamente stati vicini all'equilibrio.

Un equilibrio invece che i vertici aziendali si sono pubblicamente impegnati a raggiungere a partire già da quest'anno con marginalità via via sempre più positiva, per tornare all'utile nel 2016. Si tratta di obiettivi assai sfidanti e che chiamano in causa preparazione e abilità del management, oltre alla corresponsabilità dell'azionista che ci auguriamo finalmente attento e determinato. Noi, per quanto ci riguarda, siamo pronti.