



Franco Siddi,
segretario
generale della
Federazione
Nazionale della
Stampa,
analizza
le ragioni della
pesante crisi
che ha colpito
anche il settore
dell'editoria

CREMONA — «La crisi dell'editoria ha assunto una dimensione epocale», spiega Franco Siddi, segretario della Fnsi. «Ma pur in un quadro recessivo La Provincia di Cremona ha retto meglio ed è un punto di riferimento per tutti gli altri quotidiani. Ha difeso le posizioni di mercato senza ricorrere al sostegno pubblico».

► Zanolli a pagina 9

Editoria

Per il segretario generale della Federazione Nazionale della Stampa, «pur in un quadro recessivo, anche sul piano delle vendite il giornale di Cremona ha retto meglio. Con l'Unione Sarda, è un punto di riferimento per tutti gli altri quotidiani. Ha difeso le posizioni di mercato senza ricorrere al sostegno pubblico»

Siddi: «La crisi si può battere»

«Il quotidiano La Provincia di Cremona ha resistito meglio degli altri»

di Vittoriano Zanolli

CREMONA — «La crisi dell'editoria ha assunto una dimensione epocale a causa della trasformazione tecnologica che interessa tutto il campo dell'informazione. L'andamento negativo dell'economia, in atto dal 2008, ha generato una situazione di sofferenza specifica per le aziende editoriali che vedono crollare il business». Franco Siddi, segretario della Fnsi, Federazione nazionale della Stampa, il sindacato dei giornalisti italiani opera da tempo all'interno di un panorama industriale in grave difficoltà. L'attività sindacale è assorbita quasi totalmente dall'emergenza economica che produce pesanti effetti sociali.

I giornali come affrontano questa pesantissima fase?

«L'editoria vede assottigliarsi il fatturato a causa della diminuzione della vendita delle copie e soprattutto per il crollo del mercato pubblicitario che è la principale fonte di reddito delle aziende. Cala la redditività e conseguentemente diminuisce l'autonomia delle imprese. Parliamo di giornali, non di imprese qualsiasi. I giornali producono informazione che è un presidio insostituibile a difesa della democrazia e per la garanzia della libertà. La crisi dell'editoria va considerata non solo sotto il profilo strettamente economico e per le ricadute sul piano sociale ma anche per le conseguenze più vaste che può avere».

I giornali nazionali sono stati i primi ad avere difficoltà.

«Sì, la crisi ha investito la stampa nazionale, poi le testate locali. Ancora oggi i quotidiani locali reggono meglio all'impatto di una recessione che per dimensione e durata ha sorpreso tutti, compresi i guru della pubblicità che non immaginavano scenari così apocalittici».

Alla diminuzione degli introiti pubblicitari si è aggiunta la diminuzione delle copie vendute. Oggi in Italia si vende poco più della metà delle copie vendute vent'anni fa. Il calo diffusionale è andato via via aumentando.

«Diminuiscono i consumi delle famiglie e di conseguenza si vendono meno giornali, complice anche il fatto che si è ingenerata l'idea che l'informazione debba essere gratuita. Cambiano le abitudini dei lettori, oggi sempre più orientati a cercare informazioni sul web. Per questo la rete ha occupato spazi che appartenevano alla carta stampata. Ma l'informazione professionale costa e così pure quella online. I giornali in rete, che per sua natura deve essere libera, non compensano con i ricavi della sola pubblicità la redditività persa dalle aziende. Pur in un quadro recessivo, anche sul piano delle vendite i quotidiani locali, e soprattutto La Provincia di Cremona, reggono

Franco Siddi,
segretario
generale della
Federazione
Nazionale
della Stampa



meglio all'impatto della crisi anche sul piano delle vendite».

Quanti posti di lavoro sono spariti in questi anni?

«Dal 2007 l'occupazione complessiva dei giornali italiani è scesa di tremila unità. Solo negli ultimi sette mesi si sono registrati 700 disoccupati. Si è ridotto enormemente lo spazio per chi fa questa attività e calano le tutele economiche».

E la Fnsi come si è mossa in uno scenario così difficile e complesso?

«La Federazione della stampa e l'Inpgi, l'Istituto di previdenza dei giornalisti,

hanno fronteggiato la crisi, salvando i redditi. Si sono accollati solidarietà, cassa integrazione, pensionamento anticipato e indennità di disoccupazione. Abbiamo chiesto aiuto allo Stato che stanziò 120 milioni in tre anni, cercando in questa fase di crisi strutturale una ripresa».

In che modo?

«Per coloro che escono dalla produzione, viene chiesto il 30 per cento di assunzioni».

E dove non è possibile assumere?

«I nostri obiettivi sono la tutela dell'occupazione e la salvaguardia di un'informazione puntuale e di qualità».

garantendo la qualità e l'autorevolezza dei quotidiani».

Quali giornali hanno meglio resistito alla crisi?

«La Provincia e l'Unione Sarda sono due punti di riferimento per tutti gli altri giornali. Hanno voluto resistere senza ricorrere al sostegno pubblico, confidando in una ripresa della pubblicità che purtroppo non c'è stata. La Provincia è un esempio di buona stampa locale, che è il nerbo del pluralismo dell'informazione. Abbiamo affrontato stati di crisi tre volte alla Gazzetta Mezzogiorno a Bari, due volte al Secolo XIX di Genova. E poi al Piccolo di Trieste con riduzione d'organico, all'Eco di Bergamo, all'Areva di Verona, alla Gazzetta di Parma, al Giornale di Sicilia, al Messaggero, al Corriere Adriatico. E ne cito solo alcuni tra i tanti. La Provincia ha un patrimonio storico, culturale ed economico ragguardevole che deve essere preservato. Bisogna salvare l'identità fatta di memoria, di conoscenze, di stili editoriali. Siamo in campo anche per questo».

Che cosa distingue La Provincia di Cremona dagli altri giornali locali che si sono arresi molto prima alle difficoltà economiche e di mercato?

«E' la proprietà diffusa, unico caso in Italia, detenuto da un'associazione agricola. Questa peculiarità ha fatto sì che si sia sviluppato anche all'interno di un'azienda editoriale l'atteggiamento tipico

del mondo agricolo».

In che cosa consiste?

«Fare la formica e mai la cicala. L'agricoltore mira a preservare e custodire. La sua attitudine imprenditoriale e mentale è quella di evitare sprechi. Ma ora il soccorso è indispensabile. Il dibattito è aperto con l'azienda e con il suo presidente che cimentandosi da anni nel confronto pubblico, a livello nazionale, ha consentito di avviare un confronto costruttivo. Lavoriamo insieme per preservare valori materiali e immateriali rappresentati dal giornale. Il presidente della Sec ha messo in campo la sua esperienza in Confagricoltura e negli enti pubblici e privati dove ha incarichi. Il presidente della Società Editoriale Cremonese ha la possibilità di vedere le problematiche sociali delle professioni e delle imprese. Questo elemento aiuta qualsiasi categoria nella sua rappresentanza. E' importante per le imprese e anche per la componente del lavoro».

Che interlocutori avete incontrato nel corso delle trattative intavolate con le aziende?

«La Federazione nazionale della stampa da anni si fa carico della crisi. Talvolta abbiamo interlocutori che si assumono la responsabilità. In diverse altre occasioni ne abbiamo incontrati che volevano fare spazzatura di tutto e che non si facevano remore a distruggere i giornali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA