



Presentazione del Rapporto 2010 sull'industria italiana dei quotidiani

Alberto Di Giovanni, Presidente, Osservatorio Tecnico "Carlo Lombardi"

Tra tradizione e innovazione: l'industria dei quotidiani si prepara al futuro

La crisi economica mondiale che si è scatenata nell'ultimo trimestre del 2008 ha amplificato tutta una serie di nodi strutturali che nel nostro Paese l'industria editoriale da sempre sopporta: la scarsa propensione alla lettura di ampi strati della popolazione, le distorsioni del mercato pubblicitario, la rigidità del sistema distributivo, la scarsa efficienza dei servizi postali.

Nessuno di questi nodi, nei dodici mesi trascorsi da allora, è stato risolto e verrebbe da dire nemmeno affrontato, anzi il contesto si è ulteriormente appesantito: valga come esempio tra i tanti il recentissimo "pesce d'aprile" con il quale sono state di fatto abrogate, dall'oggi al domani, le tariffe postali agevolate per quotidiani e periodici.

Il rapporto sull'industria dei quotidiani curato dall'Osservatorio Tecnico Carlo Lombardi, distribuito ai partecipanti a WAN-IFRA Italia, presenta un resoconto esaurente dello stato attuale dell'industria. Volendo tuttavia fare una fotografia schematica ma fedele della situazione, crediamo basti ricordare pochi dati:

- nel 2009 la diffusione dei quotidiani è scesa al di sotto dei cinque milioni di copie giornaliere, ai livelli cioè del 1939, quando l'Italia era un paese prevalentemente rurale, più povero e meno abitato di oggi;
- I problemi legati alla scarsa diffusione dei quotidiani sono acuiti e accresciuti dalle diseconomie del sistema distributivo, che si traducono in una percentuale elevatissima di spreco di copie stampate.
- Gli investimenti pubblicitari sui quotidiani nel 2009 sono diminuiti del 16%. Al netto dell'inflazione, in dieci anni – dal 2000 al 2009 – i quotidiani hanno perso circa il 40% del loro fatturato pubblicitario.
 - I ricavi complessivi dei quotidiani nel decennio 2000-2009, al netto dell'inflazione, sono diminuiti del 20%.

Lo stato di difficoltà nel quale versa l'industria dei quotidiani in Italia, pur appesantito da caratteristiche specifiche del nostro Paese, non è peraltro un unicum nel panorama internazionale. I quotidiani vivono in tutto l'occidente sviluppato una fase di crisi, con ridimensionamenti, chiusure di testate, e tentativi più o meno riusciti di transizione verso un mondo nuovo e digitale del quale non si afferrano ancora con chiarezza né i contorni né la sostenibilità economica.

Il tema che oggi domina il dibattito sul futuro della carta stampata è molto semplice: come è possibile preservare il giornalismo di qualità, che costa tanto ma che è indispensabile per il corretto funzionamento di una democrazia matura, in un contesto nel quale il tradizionale modello di business dell'impresa editoriale – vendita delle copie più vendita della pubblicità – è entrato in crisi?

In attesa dunque che emergano nuovi paradigmi che consentano di ridefinire il punto di equilibrio economico per il business editoriale, va però segnalato come ci si trovi di fronte ad un vero e proprio paradosso:

l'informazione è oggi la "merce" basilare che domina il mondo digitale, il carburante che alimenta la rete.

Solo che, una volta che viene immessa sulla rete, l'informazione in quanto tale diventa una commodity, una merce senza valore, una sorta di "rumore di fondo" utilizzato come elemento di contesto e supporto di credibilità per veicolare opinioni, discussioni, commenti, e per vendere prodotti, servizi, pubblicità.

Ma questa stessa informazione che agli utenti della rete sembra altrettanto gratuita e "naturale" dell'acqua che sgorga dalle fontanelle pubbliche, ha un costo non indifferente, e viene prodotta, nella sua stragrande maggioranza, in redazioni tradizionali, da giornalisti ai quali lo stipendio viene pagato da editori che ricavano le risorse dalla vendita di inserzioni pubblicitarie e di copie cartacee e non ancora, o in minima parte, da edizioni web, tablet o quant'altro.

Difesa del valore del prodotto editoriale, remunerazione degli investimenti, tutela della proprietà intellettuale, redistribuzione delle risorse; sono alcuni dei problemi che gli editori si trovano ogni giorno ad affrontare e che nascono tutti da questo paradosso. Non a caso questo tema è stato al centro dell'intervento



WAN-IFRA Italia 2010

Roma, 22-23 Giugno 2010

che il presidente FIEG Malinconico ha svolto lo scorso 22 aprile 2010, presentando presso la Camera dei Deputati i dati più aggiornati sull'andamento del settore. Citiamo le sue parole:

“Esigenze di equa allocazione delle risorse e di giusto ritorno degli investimenti impongono che il sistema trovi il modo di far affluire risorse ai produttori di contenuti editoriali. [...] E' un dato assodato che parte significativa del traffico online deriva dalla ricerca di notizie di vario contenuto, fornite essenzialmente dal mondo dei giornali. [...] Il beneficio di tale traffico, tuttavia, va ai motori di ricerca e alle imprese che forniscono servizi di connessione alla rete [...] nessun introito proveniente da queste attività va a coprire, neppure in minima parte, i costi di produzione dei contenuti offerti dagli editori.”

Accanto alle preoccupazioni “alte” per la sorte del giornalismo di qualità, questo Osservatorio, più modestamente, non può non preoccuparsi anche per la tenuta dell'industria della stampa dei quotidiani, che nell'ultimo trentennio ha vissuto una fase di trasformazione formidabile ma che oggi vede minacciata la sua stessa esistenza da quegli stessi fattori che abbiamo sin qui esaminato. Una delle più vistose conseguenze della rapida transizione al digitale che l'industria editoriale sta vivendo è infatti rappresentata dalla rottura dell'integrazione verticale del ciclo produttivo del quotidiano.

Tutto l'armamentario tecnico e regolatorio era coerente con questo sistema, chiuso e scarsamente permeabile all'esterno: le macchine da stampa che consentivano di stampare solo quotidiani, la legge sull'editoria che disponeva provvidenze e agevolava ristrutturazioni per le aziende editrici e stampatrici, il contratto di lavoro specifico per i lavoratori dell'industria dei quotidiani. E' vero che sono sempre esistite le aziende editoriali prive di tipografia e le società stampatrici in conto terzi, ma tutte operavano in un “ecosistema” chiuso e coerente, in cui le regole erano uguali per tutti.

Il panorama oggi è cambiato in maniera sostanziale. L'azienda editoriale continua a realizzare prodotti editoriali, ma il ciclo di produzione della notizia non si sovrappone più in maniera totale a quello della carta stampata, che rimane solo uno – anche se per il momento il più importante – dei possibili prodotti finali. L'azienda editoriale concentra sempre più il proprio core business nell'elaborazione delle notizie, lasciando ad aziende specializzate il loro trasferimento sulla carta stampata, e anche laddove mantiene al proprio interno l'attività tipografica tende ormai a considerarla una business unit che deve trovare l'equilibrio tra costi e ricavi al proprio interno e non in un segmento precedente del ciclo produttivo. Quando la stampa era l'unico modo disponibile per poter veicolare l'informazione, l'attività tipografica rappresentava una voce nella colonna dei costi del conto economico delle aziende editrici; ma nel momento in cui l'informazione può essere oggi veicolata in tanti modi alternativi, l'attività tipografica deve trovare spazio anche nella colonna dei ricavi.

I problemi non mancano: le aziende hanno investito centinaia di milioni di euro per il rinnovo del parco macchine e l'introduzione del full color, zavorrando i bilanci con qualcosa come 100-120 milioni di euro annui di ammortamenti e determinando una notevole sovracapacità produttiva. Ciò ha generato una fortissima pressione al ribasso dei prezzi delle commesse di stampa: ma in un settore come quello della stampa dei quotidiani, nel quale la produzione è concentrata in poche ore giornaliere e il costo delle materie prime – con la carta fornita dall'editore – incide in maniera poco rilevante, l'unica leva che le aziende possono manovrare per recuperare margini è quella dell'organizzazione, dove però il settore sconta un costo del lavoro complessivo, compresa l'incidenza della previdenza complementare (il Fondo Casella), sensibilmente più elevato rispetto a settori contigui.

Quali le cause di questo differenziale di costo? In un documento approvato nel maggio 2005, la commissione lavori pubblici e comunicazioni del Senato proponeva misure finanziarie di sostegno al Fondo Casella, motivandole con il riconoscimento che “tale Fondo ha svolto una funzione fondamentale nell'offrire un efficace ammortizzatore sociale assecondando il processo di profonda trasformazione tecnologica che ha investito l'industria editoriale nel suo complesso”.

In sostanza, le aziende ed i lavoratori hanno fruito degli ammortizzatori sociali previsti dalle leggi del settore, che hanno consentito di gestire in maniera non traumatica i processi di ristrutturazione tecnologica ed hanno portato in meno di trent'anni gli addetti del settore da poco meno di 15.000 a poco più di 6.000 unità; in cambio di questo vantaggio, le aziende – ed indirettamente i lavoratori – si sono assunte un onere



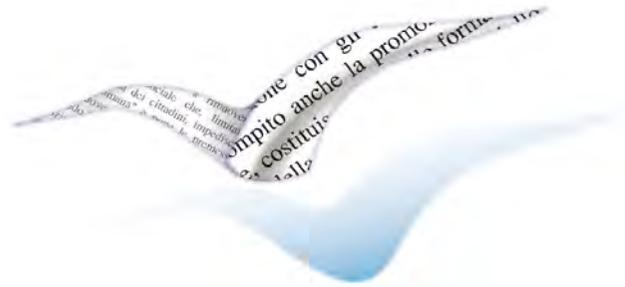
WAN-IFRA Italia 2010

Roma, 22-23 Giugno 2010

previdenziale progressivamente cresciuto sino al 25% circa attuale, necessario per poter garantire il trattamento integrativo ad un numero così elevato di pensionati. Abbiamo pertanto ritenuto opportuno pubblicare, nel capitolo 6 di questo rapporto, un documento analitico sulla situazione del Fondo Casella alla data del 30 aprile 2010.

Oggi questo meccanismo mostra segni di usura, sia perché personale con i requisiti per il prepensionamento ce n'è sempre meno, sia perché la crisi economica costringe molte aziende ad esplorare tutte le strade, anche le più estreme e spericolate, pur di mantenere i conti in un accettabile equilibrio, ma soprattutto perché le aziende che operano in questo mercato sono destinate ad essere sempre meno “tipografie” e sempre più “società tipografiche”, e si trovano sempre più a confrontarsi non con aziende “sorelle”, integrate verticalmente con le redazioni giornalistiche e con identità di trattamento contrattuale dei dipendenti, bensì con aziende tipografiche commerciali che hanno un costo del lavoro sensibilmente inferiore. Il tutto, ripetiamo, in un contesto di fortissima eccedenza dell'offerta di servizi di stampa rispetto ad una domanda che, come dimostrano anche i cali delle tirature, va nella direzione opposta.

Non vi è dubbio che non può più essere rimandato un intervento organico e profondo di ridefinizione dei nuovi equilibri dell'industria editoriale, nel quale un ruolo fondamentale dovrà essere svolto dalle autorità pubbliche, alle quali spetta il compito di creare le condizioni normative e regolatorie più adeguate perché la transizione verso il nuovo contesto digitale possa avvenire in maniera ordinata e con regole chiare ed eque. Gli Stati Generali dell'editoria, più volte annunciati dal Governo, costituirebbero una occasione unica per intervenire su quei nodi che ricordavamo in apertura – la lettura, la diffusione, la formazione - ma anche per rivedere e semplificare un quadro normativo oggi disperso e contraddittorio, compartimentato in settori sempre più permeabili tra loro: ha senso oggi per esempio avere una regolamentazione separata per carta stampata e televisione? Ha senso fare distinzione tra prodotto editoriale cartaceo e online? E' giunto il momento di una profonda riforma dell'intero settore, che punti a tutelare l'informazione di qualità, presidio fondamentale dei valori di libertà e di pluralismo che sono alla base della nostra democrazia, e favorisca una equa redistribuzione dei costi e dei ricavi tra i vari attori coinvolti nel processo di produzione e distribuzione delle notizie, prevedendo ove necessario misure temporanee di sostegno e di riequilibrio al sistema.



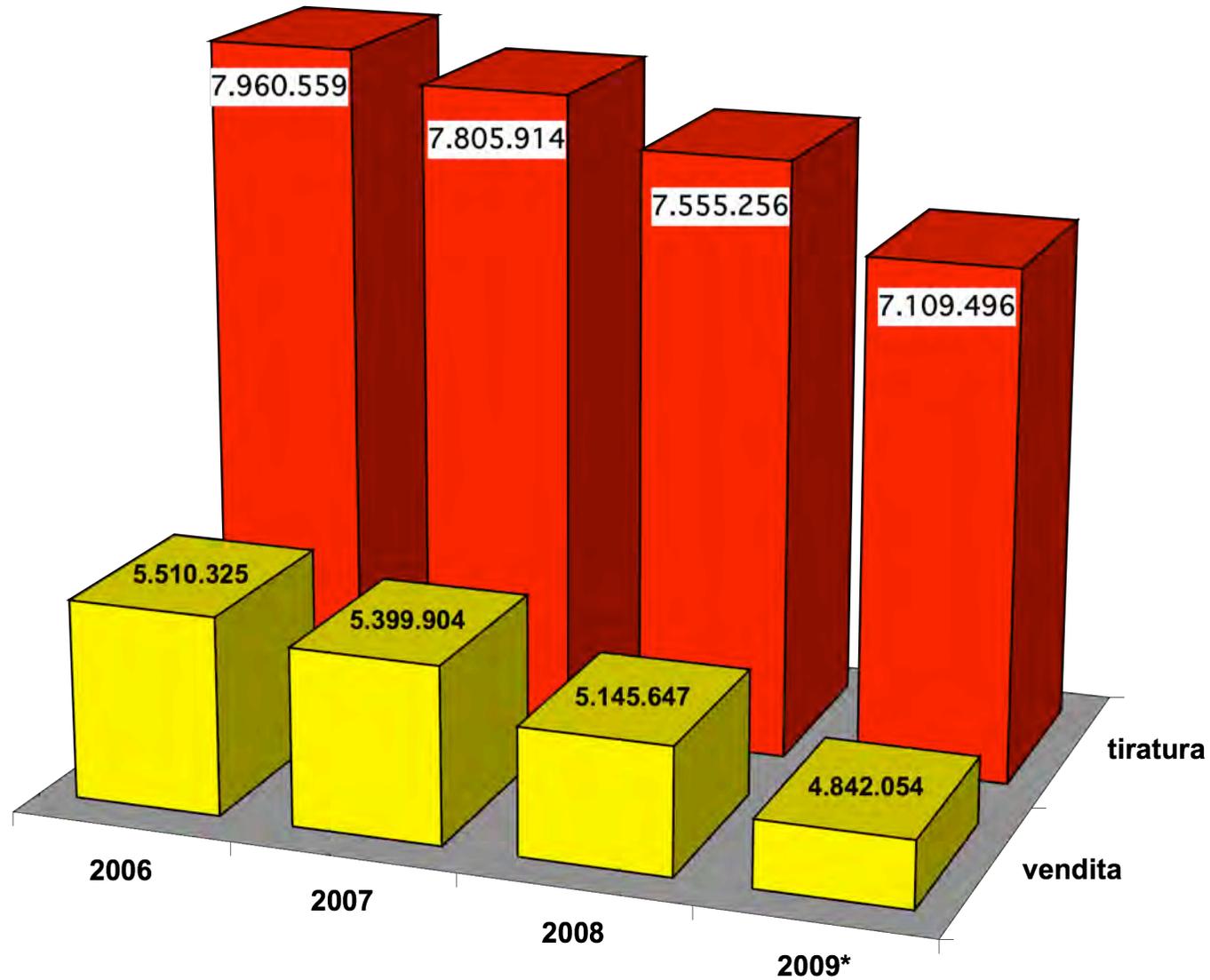
Osservatorio Quotidiani
" Carlo Lombardi "

Rapporto 2010 sull'industria italiana dei quotidiani

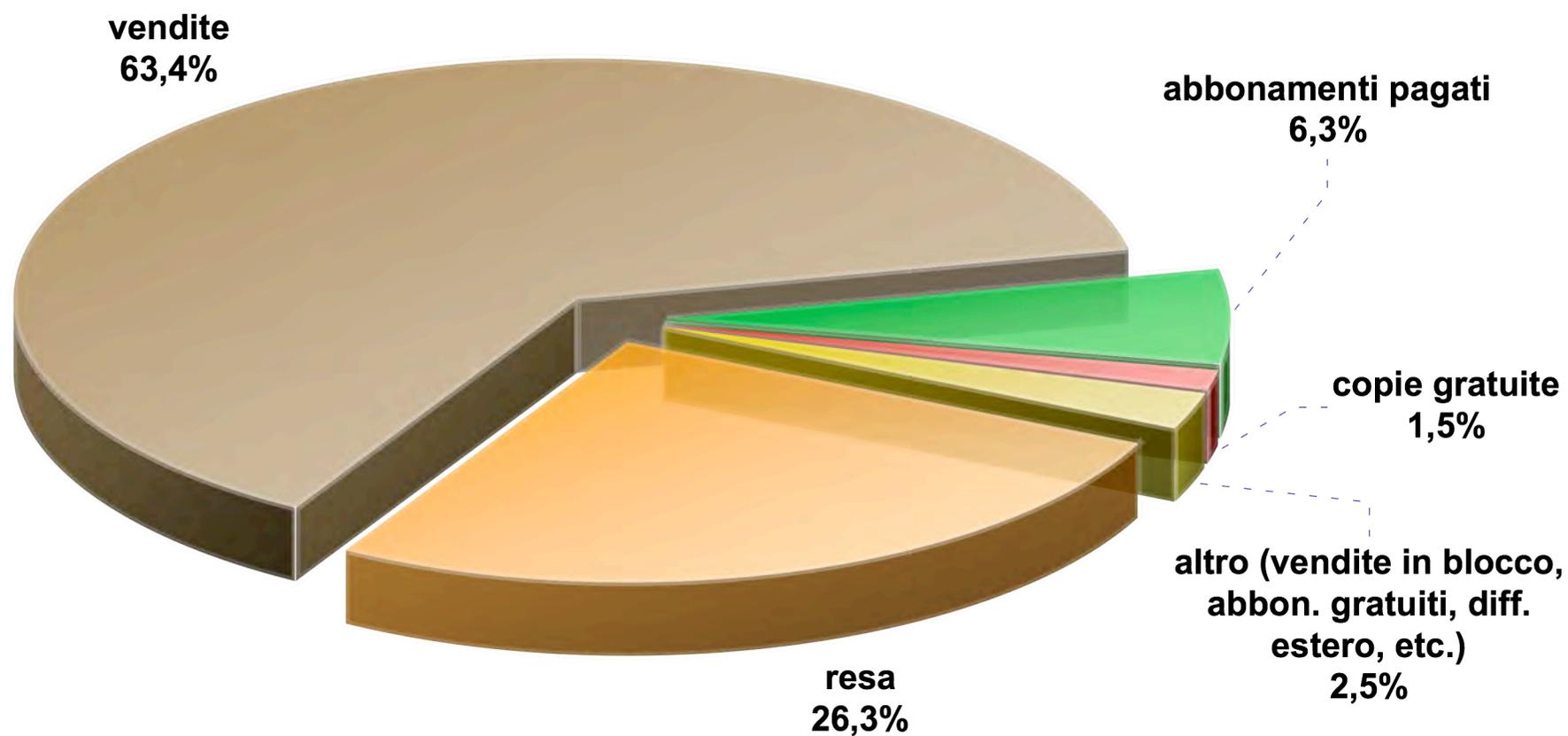
Alberto di Giovanni – Osservatorio Quotidiani "Carlo Lombardi"
Salvatore Curiale – ASIG



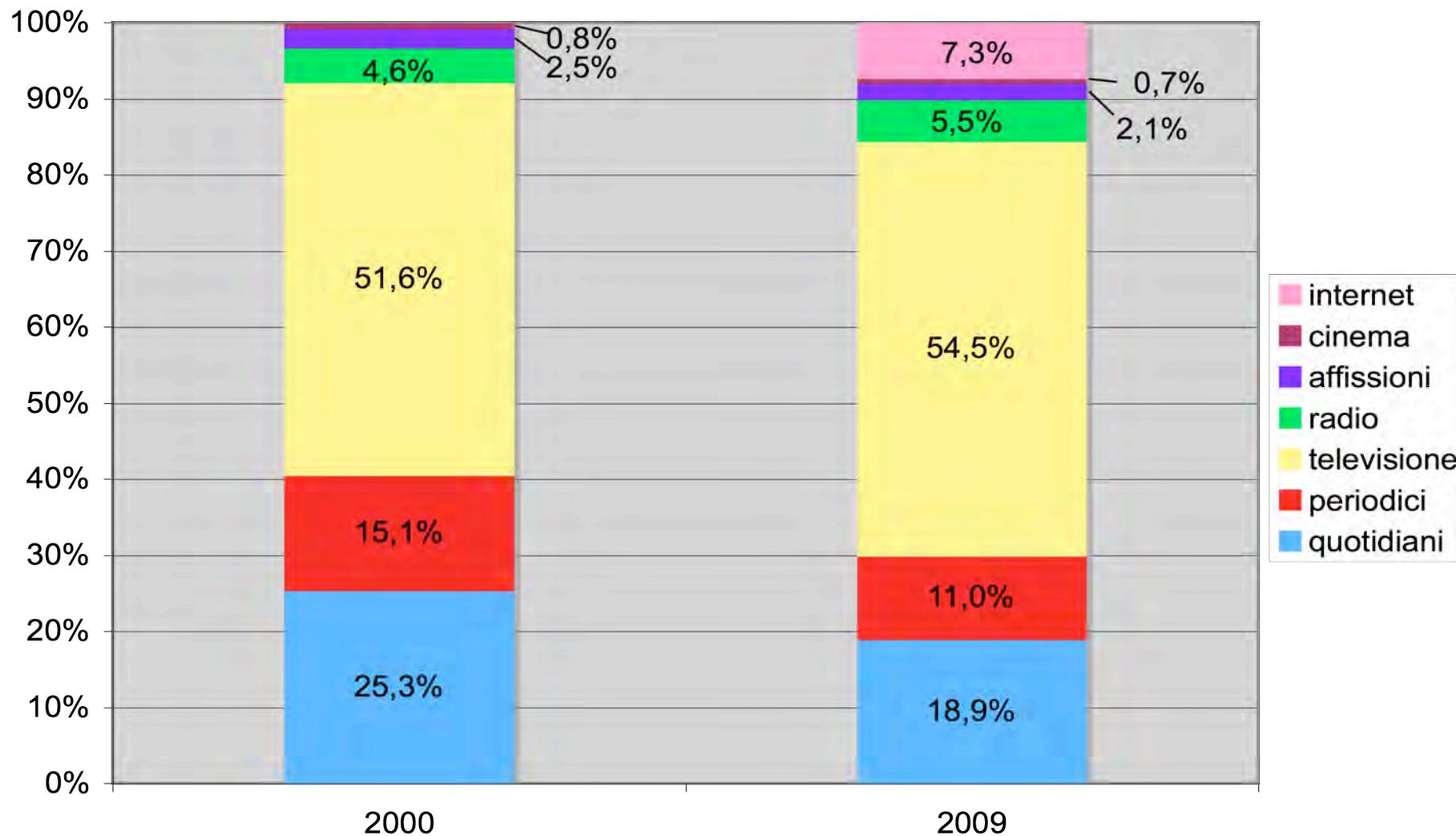
Tiratura e vendita



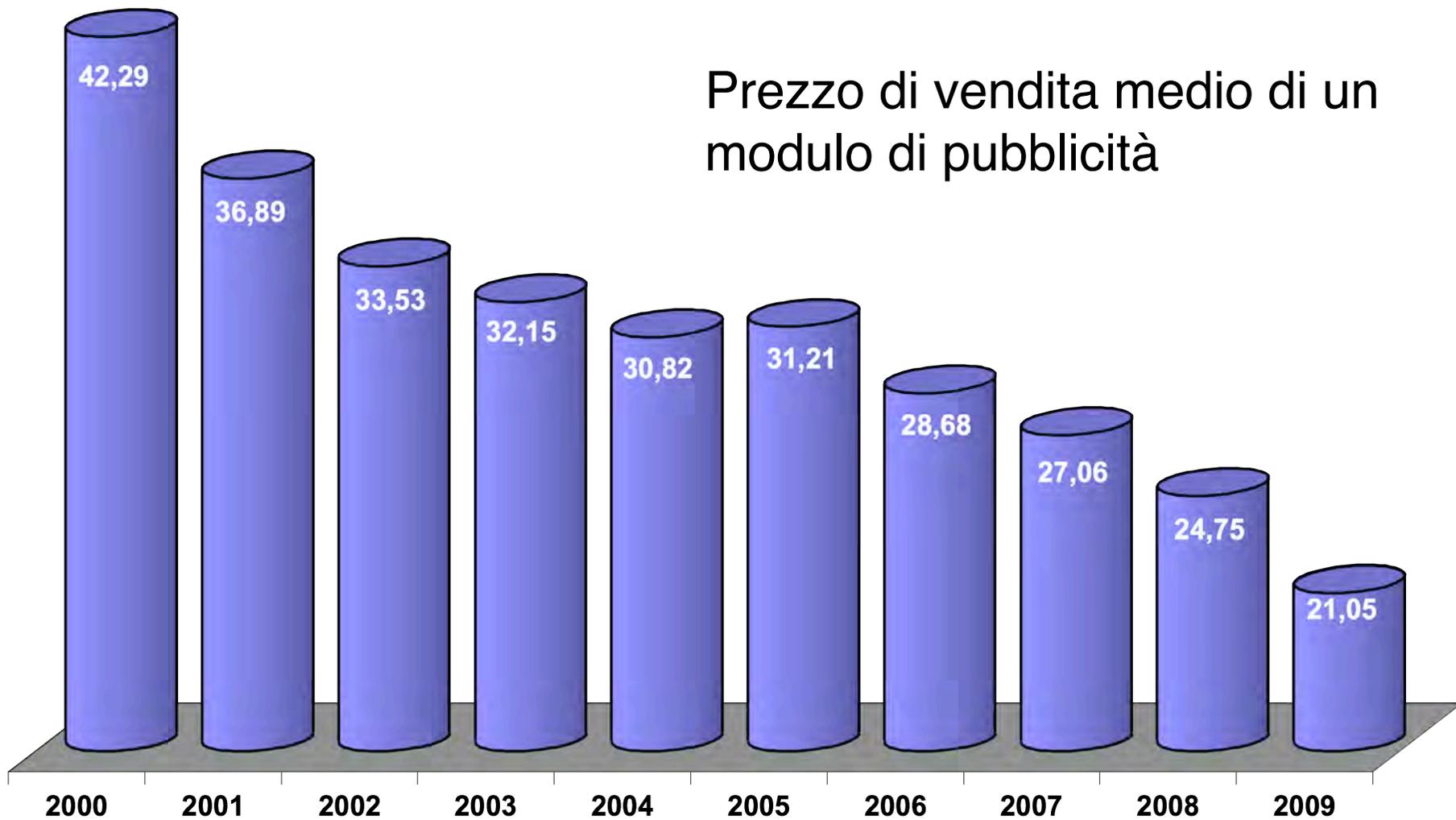
Tiratura, vendita, abbonamenti, omaggi, rese...



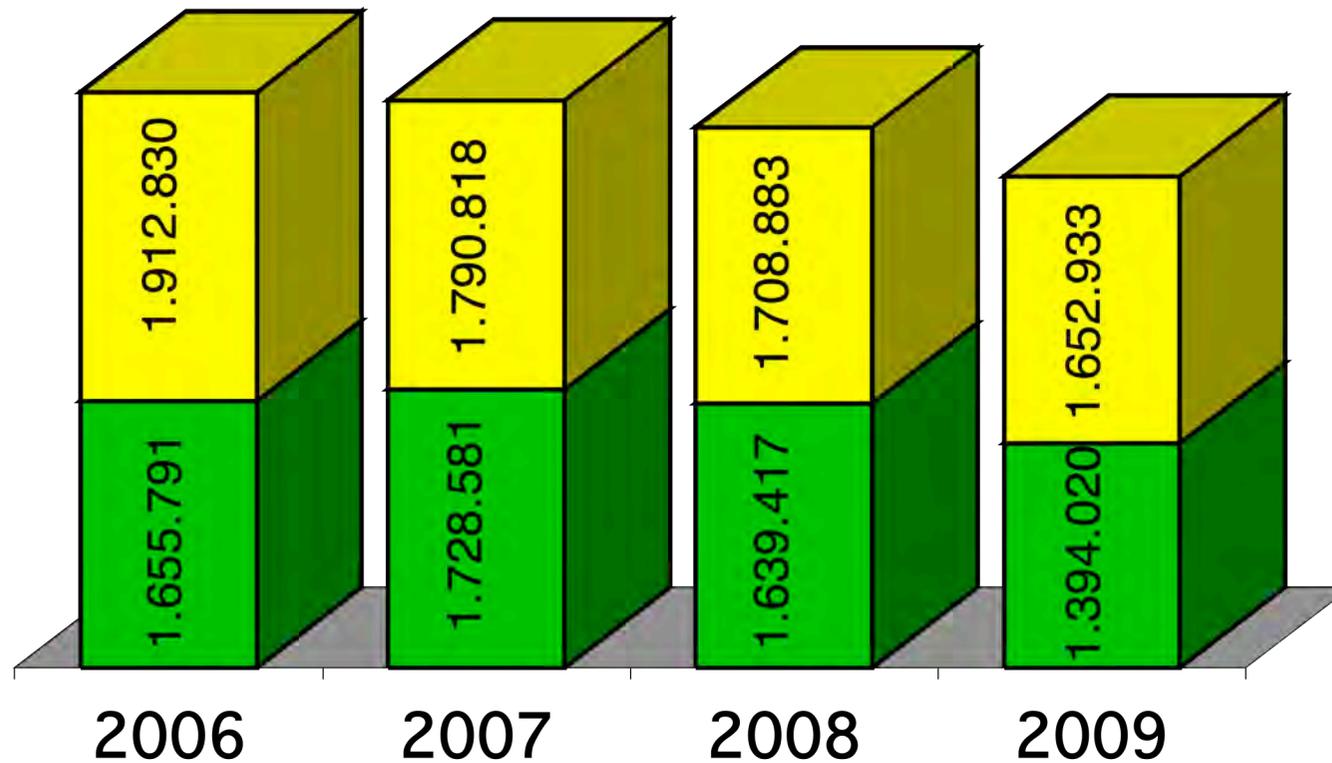
La pubblicità



La pubblicità

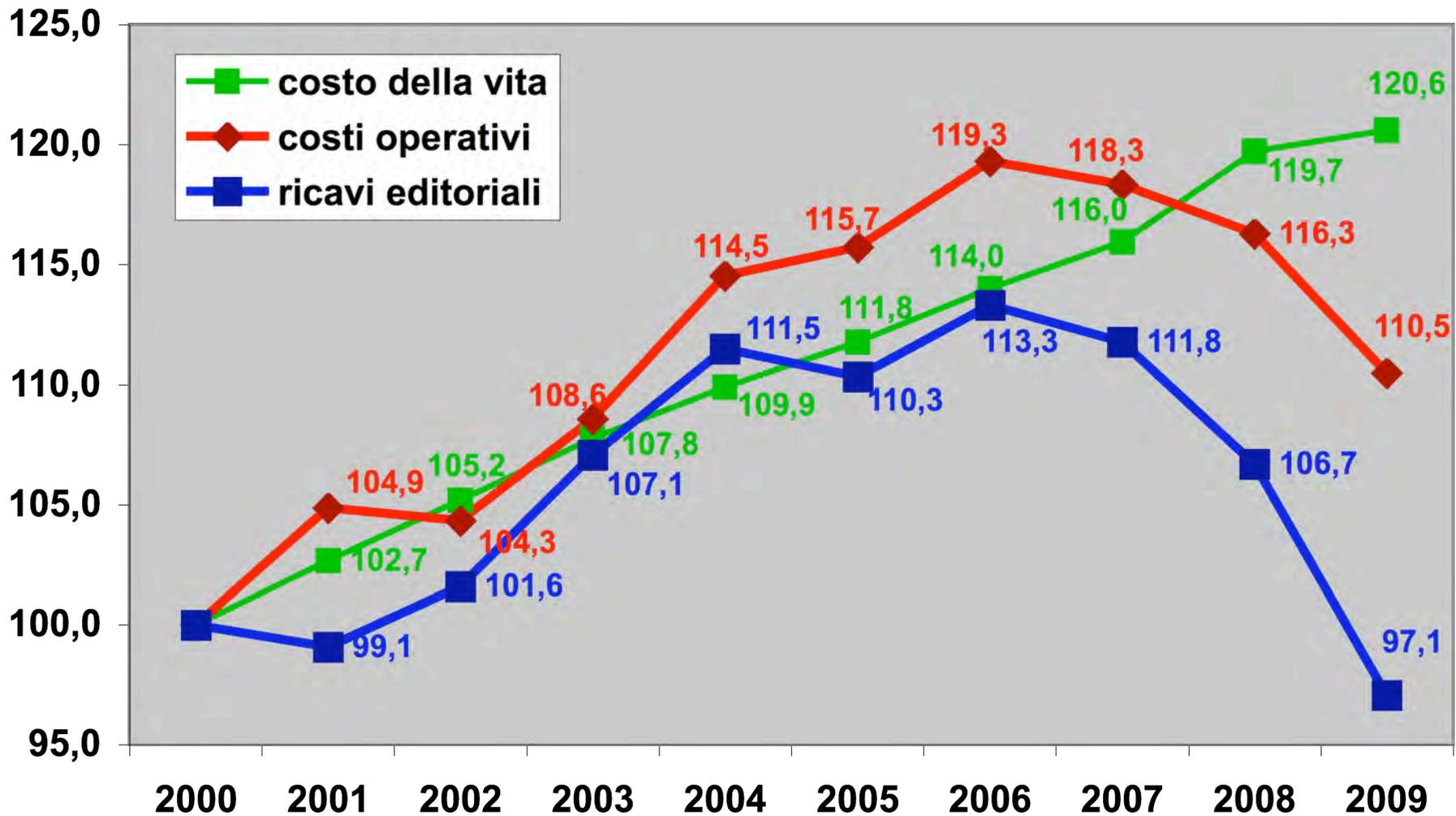


Andamento dei ricavi editoriali

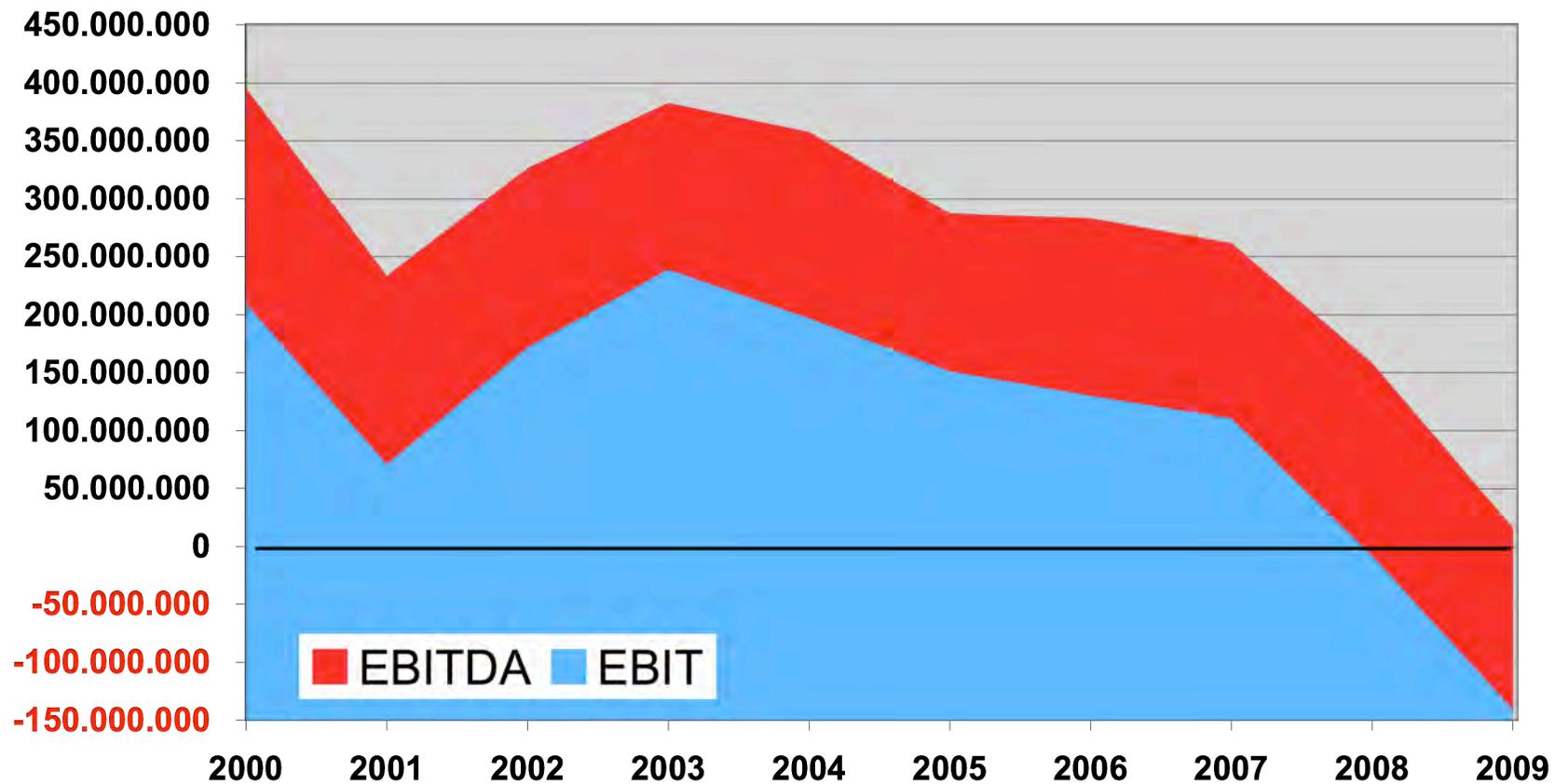


■ Ricavi da pubblicità ■ Ricavi da vendite

Costi e ricavi

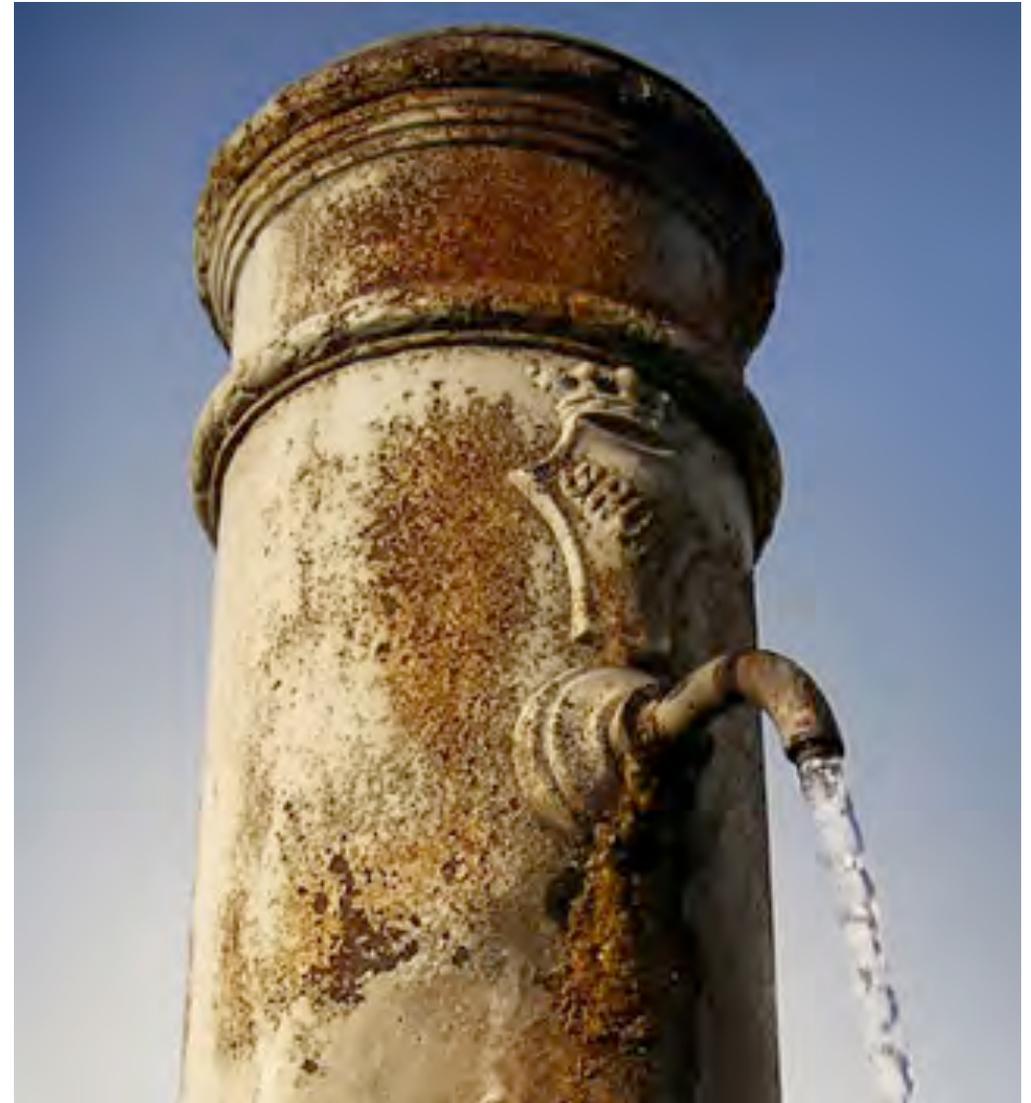


I margini operativi



Il paradosso dell'informazione in rete

- L'editoria tradizionale è in crisi
- Difficoltà ad individuare nuovi modelli di business
- L'informazione è uno dei "motori" di Internet
- L'informazione su internet sembra libera e gratuita ma...
- ...Gran parte dell'informazione nasce nelle redazioni tradizionali
- CHI PAGA?





Integrazione verticale

- L'impresa editoriale controlla tutti gli stadi della catena produttiva:

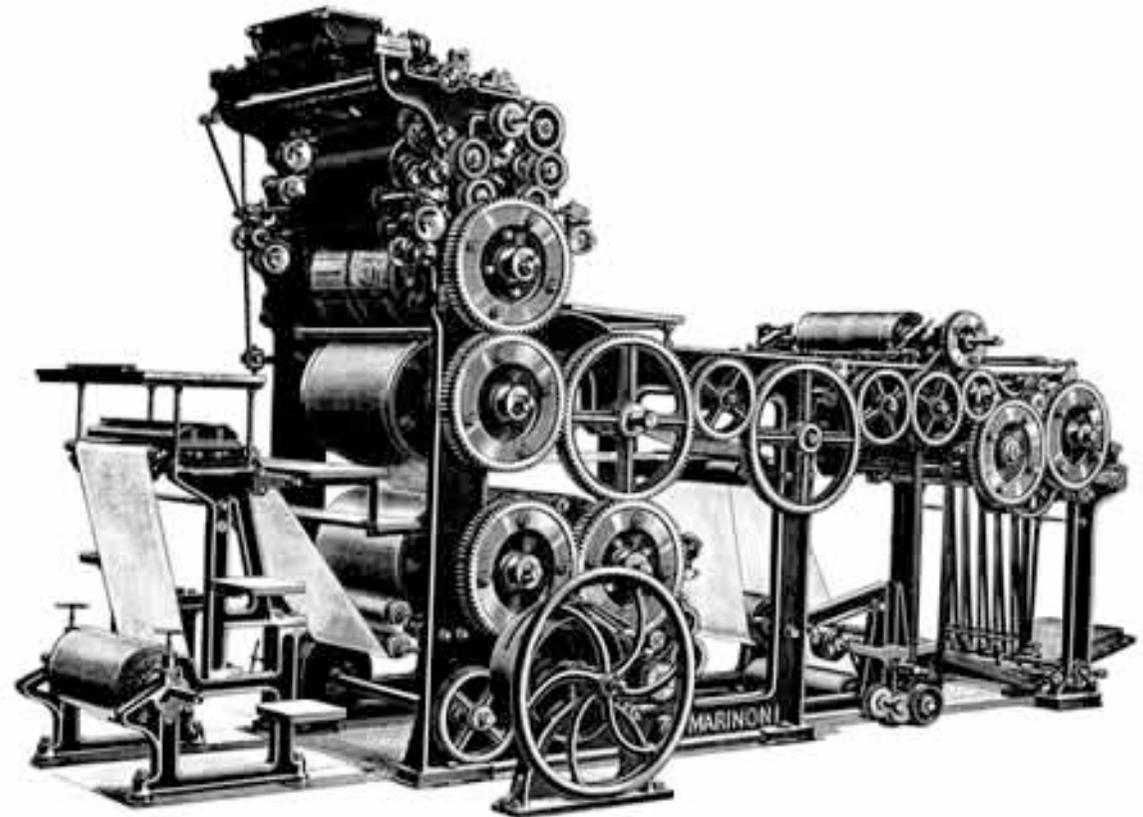
Integrazione verticale

- L'impresa editoriale controlla tutti gli stadi della catena produttiva:
- La redazione...



Integrazione verticale

- L'impresa editoriale controlla tutti gli stadi della catena produttiva:
- La redazione...
- ...la stampa...



Integrazione verticale

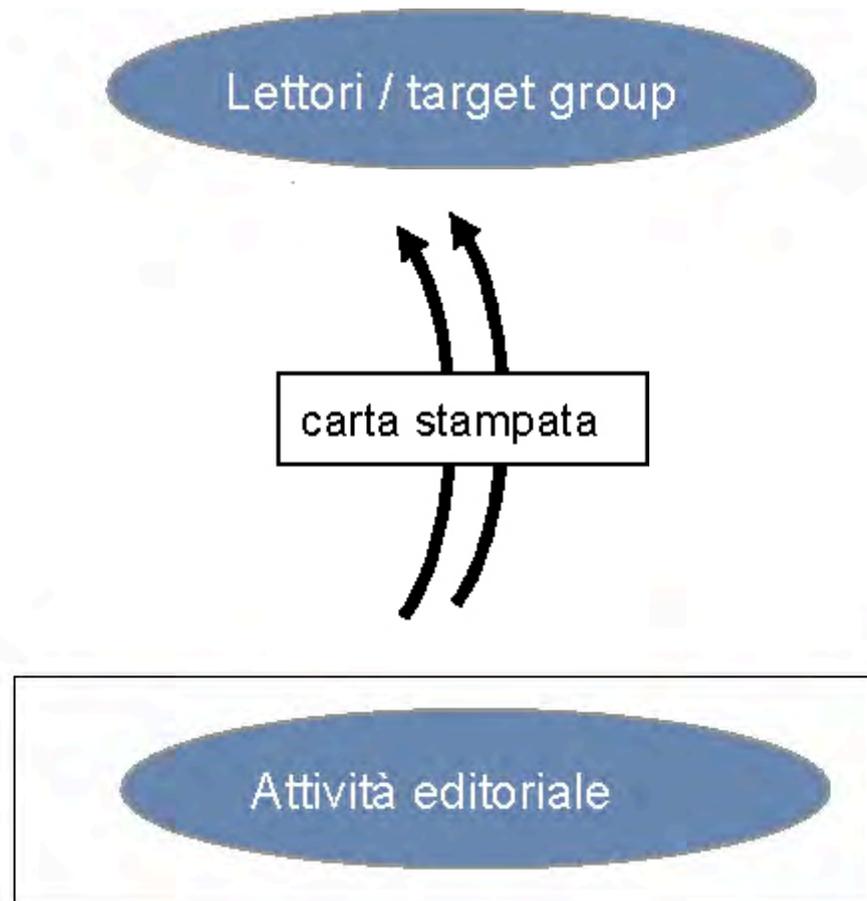
- L'impresa editoriale controlla tutti gli stadi della catena produttiva:
- La redazione...
- ...la stampa...
- ...la distribuzione



Il nuovo panorama



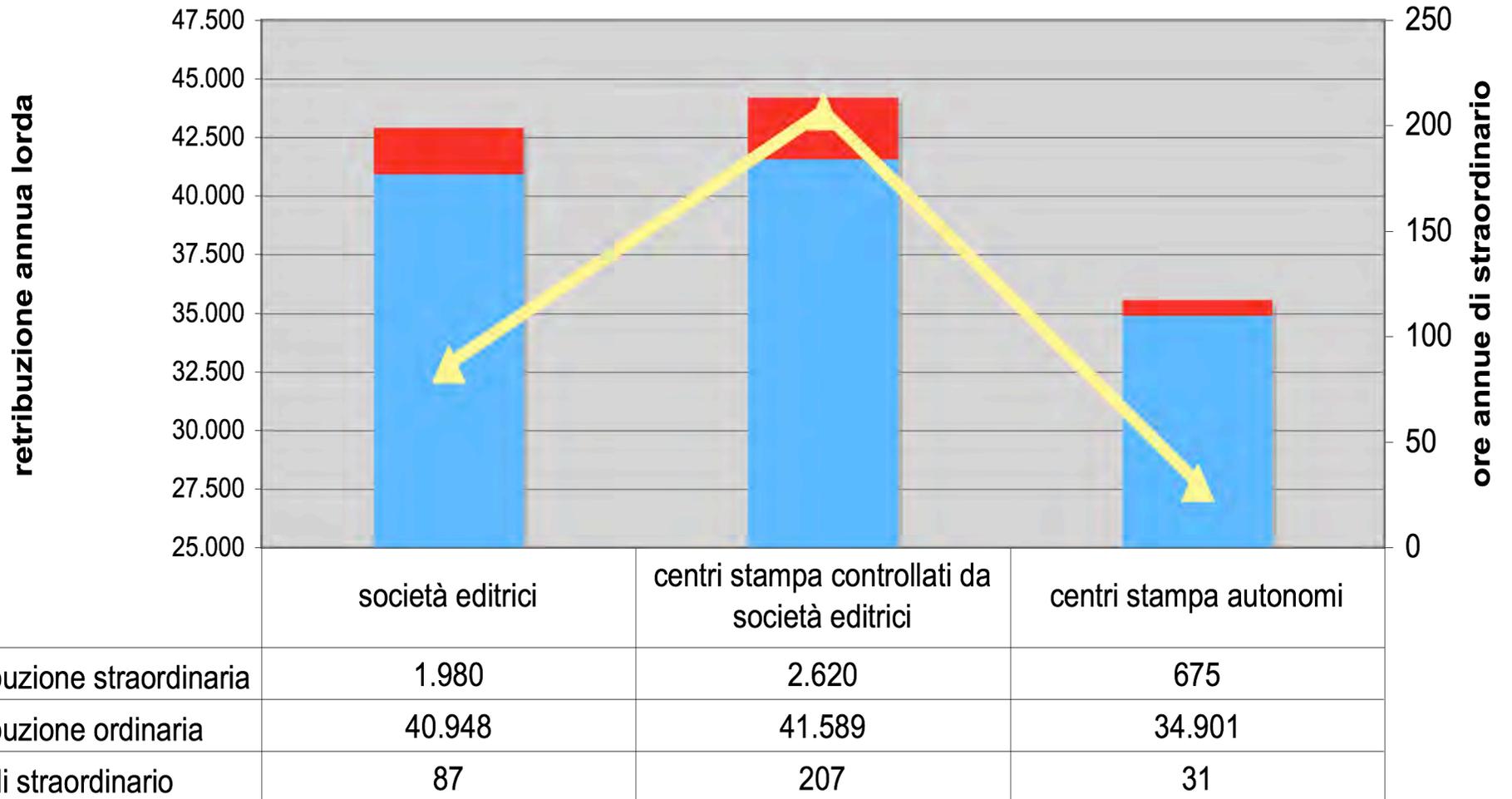
Il nuovo panorama



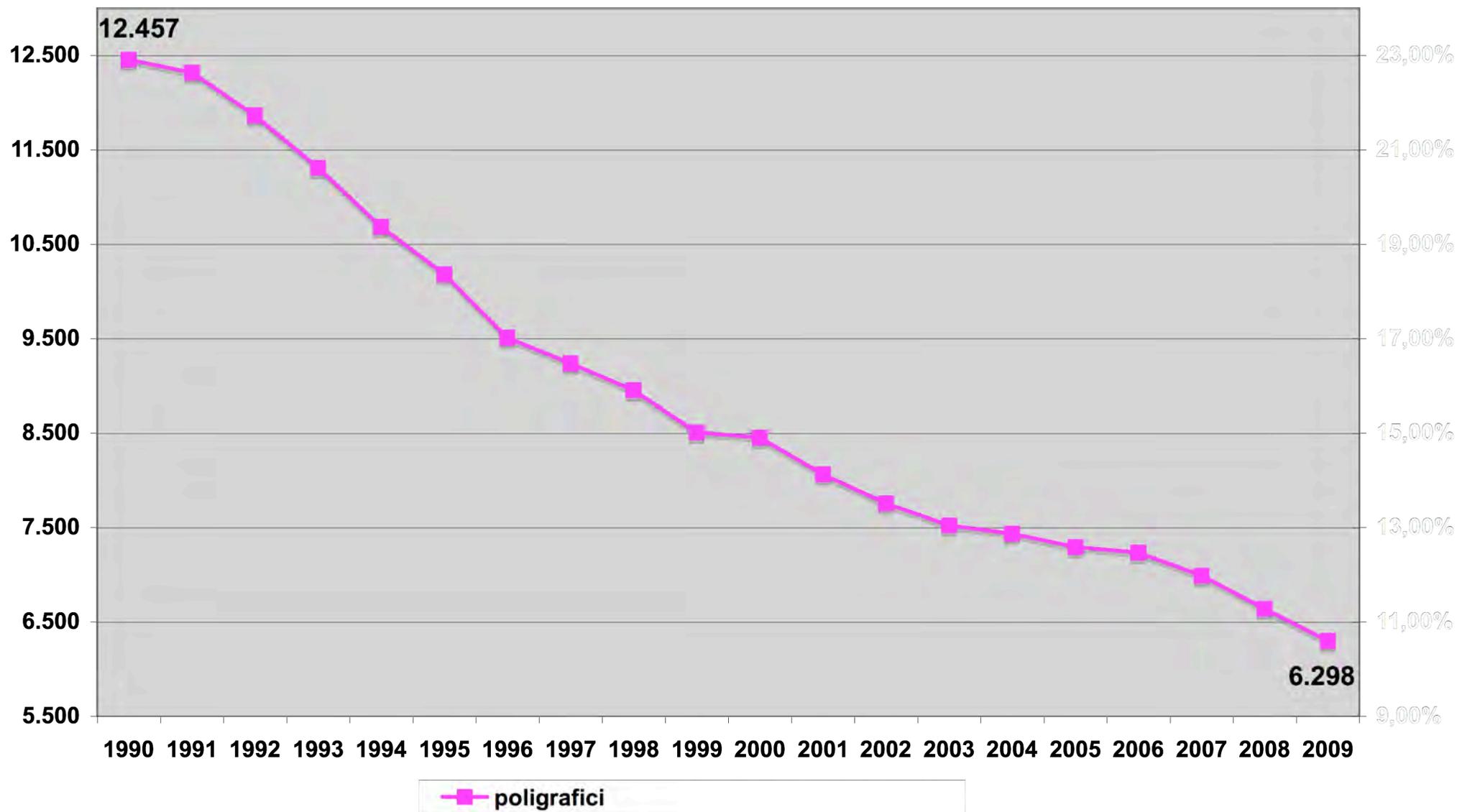
Il nuovo panorama



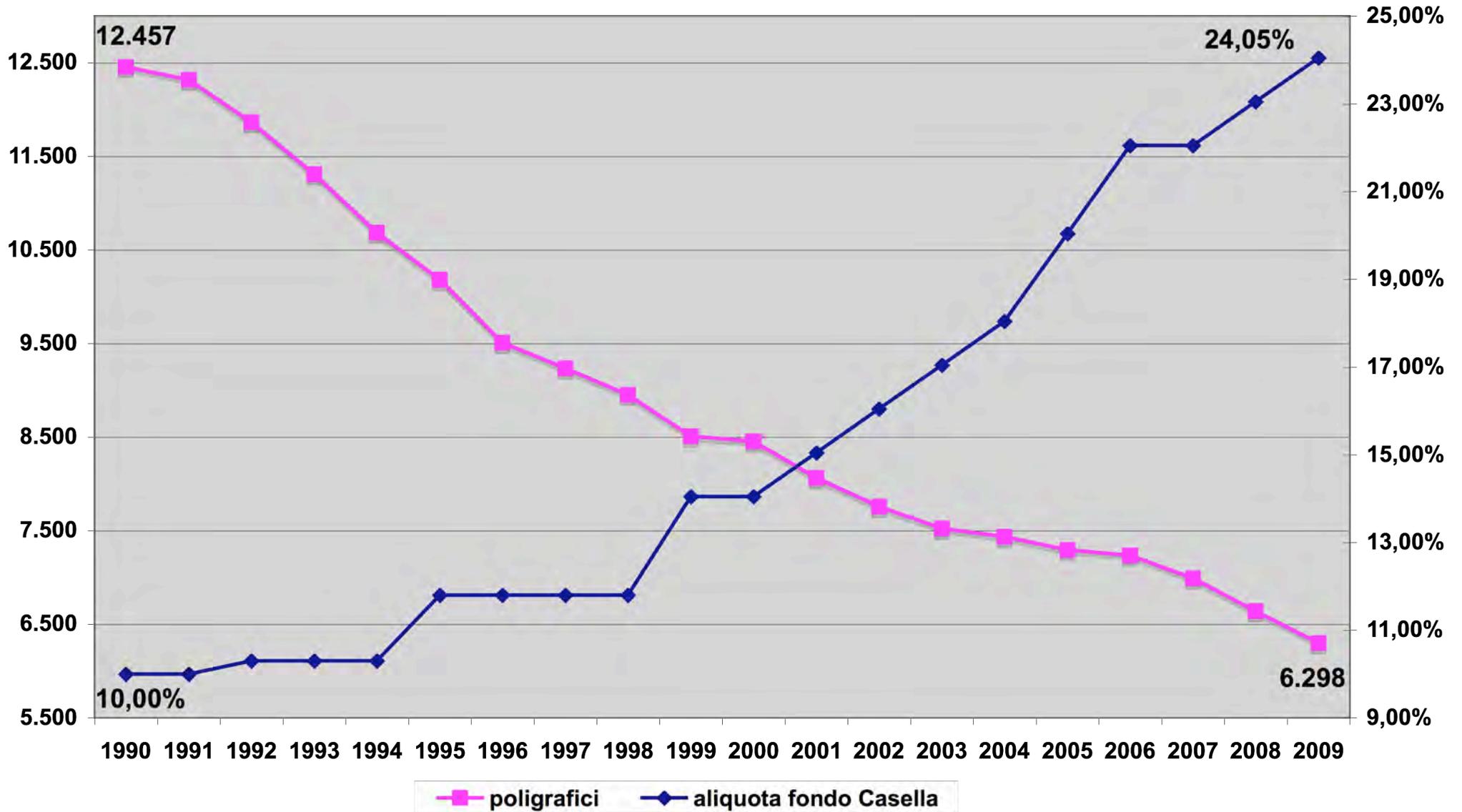
Costo del lavoro

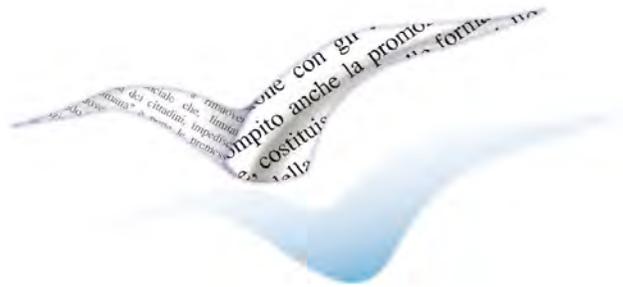


Occupazione



Occupazione





Osservatorio Quotidiani
" Carlo Lombardi "

Grazie per l'attenzione!

Informazioni e contatti:

Via Sicilia 125

00187 ROMA

Tel. 06 488 3566 – Fax 06 488 3489

osservatorio@ediland.it