

INTERVISTA Carlo Malinconico Presidente Fieg

# «I tagli pregiudicano la riforma»

## Un errore ridurre del 25% i fondi all'editoria - Credito d'imposta per chi investe

Fabio Carducci  
ROMA

Costi che s'impennano e ricavi piatti, una rivoluzione tecnologica da cavalcare con coraggio, una riforma dell'editoria decisiva su cui si gioca il futuro, un impegnativo round contrattuale (i giornalisti). Carlo Malinconico Castriota Scanderberg - 58an-

**«Chiediamo di mantenere gli attuali obblighi di pubblicazione di atti pubblici sui quotidiani»**

ni, professore universitario, già consigliere di Stato e capo del Legislativo di Palazzo Chigi - raccoglie le redini della Fieg alla vigilia di una fase che fa tremare i polsi ai giornali e ai loro editori. Ma che può anche schiudere le porte - sottolinea il neopresidente - a nuovi interessanti business per le imprese editoriali.

**Presidente, nei giornali è sempre più difficile far tornare i conti.**

Gli elementi di preoccupazione non sono pochi. I ricavi sono statici, i costi di produzione continuano ad aumentare, nel mercato pubblicitario la televisione mantiene il primato della raccolta. Sulla lievitazione dei costi di produzione incidono automatismi e rigidità contrattuali, come pure il costo della carta. Restano irrisolti i problemi del circuito distributivo.

**La rivoluzione tecnologica offre opportunità ma impone nuovi e costosi investimenti.**

Viviamo una situazione di profondi cambiamenti tecnologici che spingono verso la convergenza multimediale e l'integrazione digitale dei contenuti. Ciononostante, l'editoria può sviluppare interessanti modelli di business, ma a condizione che non siano penalizzati i giornali con iniziative che riducono la trasparenza del sistema italiano e l'essenziale funzione della stampa di garanzia della libera manifestazione del pensiero; penso qui anche alle prospettate limitazioni alle notizie sulle indagini giudiziarie; e a patto che il sistema tuteli concorrenza e pluralismo, eliminando le distorsioni nel settore della comunicazione e della pubblicità.

**Riforma dell'editoria: il sottosegretario Paolo Bonaiuti ha auspicato una riduzione degli interventi diretti a favore degli indiretti, come il credito d'imposta.**

Bonaiuti ha giustamente sottolineato la necessità di valorizzare i contributi indiretti, più market friendly. Ma occorre sfatare il luogo comune dei giornali pagati dallo Stato. Ricordo che i contributi generalizzati in favore della stampa quotidiana e periodica sono cessati da tempo. Sussistono soltanto i benefici riservati ai giornali delle cooperative, delle minoranze linguistiche e agli organi di partito. La necessità di una raziona-

lizzazione di tali aiuti diretti non è contestabile. Questo però non può che costituire una parte della riforma dell'editoria.

**Rispetto ai Ddl Bonaiuti e Levi, presentati nelle due scorse legislature, che cosa merita di essere salvato?**

Con le opportune integrazioni, i due Ddl possono costituire l'ossatura di una valida riforma. Occorre una legge di sistema, come ha detto Bonaiuti. Sono necessarie però anche adeguate risorse per gli strumenti di politica industriale del settore - come il credito agevolato e il credito d'imposta sugli investimenti - e per l'innovazione. I punti più positivi sono: l'eliminazione del controllo diretto delle imprese editrici da parte di persona fisica, con conseguente possibilità di espansione della catena di comando, le previsioni sulla rete di vendita e sul credito agevolato (Bonaiuti); la disciplina del mercato pubblicitario, la tutela del prodotto editoriale e del diritto d'autore, un apposito fondo per la nuova occupazione e la multimedialità (Levi).

**In attesa della riforma, come valutate le misure contenute nel decreto della manovra Tremonti e i relativi emendamenti?**

Sul riordino delle procedure di erogazione dei contributi diretti all'editoria la Fieg intende fare la sua parte, anche contribuendo alla configurazione della nuova disciplina. Ci preoccupa invece, e seriamente, la ridu-



Federazione degli editori. Il presidente Carlo Malinconico

### PIÙ DI MEZZO SECOLO DI STAMPA

1950

L'anno di nascita della Fieg

Tra gli scopi, la tutela della libertà di informazione; della economicità delle aziende editrici; lo sviluppo dei mezzi di comunicazione

54 milioni

Il patrimonio di lettori

In Italia sono, nel dettaglio, 22,4 milioni i lettori di quotidiani ogni giorno e 32,2 milioni i lettori di giornali periodici per ogni numero in uscita

zione cospicua (di oltre il 25%) della dotazione finanziaria per il settore dell'editoria, che pregiudica la possibilità di procedere ad una vera riforma dell'editoria. La stessa Commissione cultura della Camera ha invitato Governo e Parlamento a valutare una riduzione dei tagli.

**E l'emendamento che prevede la pubblicazione degli atti e dei provvedimenti amministrativi solo sui siti internet delle singole amministrazioni pubbliche?**

Ci preoccupa eccome, come si evince dalla lettera aperta della Fieg pubblicata sui quotidiani. Se la disposizione venisse applicata nel senso della soppressione degli attuali obblighi di pubblicità sui giornali relativamente agli atti delle procedure di gara si lederebbe il diritto d'informazione di cittadini e imprese con grave compressione delle fondamentali esigenze di trasparenza delle attività economiche delle pubbliche amministrazioni, esiarrebbe anche un grave danno ai bilanci dei giornali, venendo a recidere una risorsa preziosa per le imprese e il loro stesso affidamento sulla stabilità del quadro regolatorio che è stato assunto a base dell'equilibrio economico.

**Com'è andato il primo round di martedì con i giornalisti?**

Il rinnovo del contratto è centrale. Il mio auspicio, naturalmente, è che la trattativa si concluda positivamente in tempi brevi.

## Sponsor. Aumentano le iniziative Eventi culturali, privati leader

Giuliano Balestreri  
MILANO

Se sul fronte pubblico le risorse destinate alla cultura sono in calo, cresce invece l'interesse per il settore da parte di privati che vedono gli eventi artistici come un ottimo strumento di comunicazione.

Secondo una ricerca di mercato promossa dalla rivista *e20* e realizzata dall'Istituto Astra il mercato italiano degli eventi arriverà nel 2008 a 1,4 miliardi di euro di cui poco meno di 100 milioni destinati a iniziative culturali come arte, musica e spettacolo.

«Una volta le sponsorizzazioni di eventi culturali servivano solo per migliorare la reputazione aziendale o per lavarsi in qualche modo la coscienza. Oggi il trend è cambiato: si tratta di uno strumento di comunicazione a tutti gli effetti», spiega Andrea De Micheli, presidente della casa di produzione Casta Diva che pochi mesi fa ha rilevato Egg, guidata da Francesco Moneta e attiva proprio nell'organizzazione di eventi.

La svolta del comparto è iniziata con il taglio degli investimenti (da 286 a 270 milioni circa) da parte del ministero per Beni e le Attività culturali che ha tuttavia registrato un aumento degli stanziamenti per il solo funzionamento delle strutture cresciuti da 852 a 921 milioni di euro. Contemporaneamente è aumentato il contributo delle amministrazioni locali, «ma non basta» continua De Micheli anche perché - secondo l'ultimo rapporto di Federultura - nel 2007 le famiglie italiane hanno speso 6,5 miliardi in attività culturali, «insomma la domanda è in forte crescita e la sponsorizzazione da parte di un privato ha una valenza doppia: aiuta il sistema e allo stesso tempo l'azienda».

Il primo comparto a muoversi verso il settore delle sponsorizzazioni culturali è stato quello finanziario-assicurativo, «con attività rivolte soprattutto verso i propri clienti, a cominciare da allestimenti appositamente studiati».

Uno degli eventi realizzati quest'anno è stato quello organizzato da Egg e Accenture sul tema «Creatività e Design nell'Italia degli anni 50», «un appuntamento pensato per uscire dagli standard - aggiunge De Micheli - perché dovevamo attrarre grandi banchieri e uomini d'affari che altrimenti non avrebbero partecipato all'evento». Uno dei grandi appuntamenti del 2007 aveva invece visto in prima fila Vo-

### IL PUBBLICO

La crisi dei finanziamenti per i Beni e le attività culturali apre ampi spazi per un settore da 1,4 miliardi nel 2008

dafone come partner ufficiale della mostra dedicata a «Kandinsky e l'astrattismo in Italia» a Palazzo Reale a Milano. Oltre a sponsorizzare l'evento il gruppo inglese ha anche realizzato una guida audio virtuale commentata da Vittorio Sgarbi, per utilizzarla bastava mandare un sms.

Protagonista per l'inizio del 2009 sarà la mostra sui Samurai organizzata da Egg e dalla Fondazione Mazzotta: «Per ora hanno aderito all'iniziativa i giapponesi di Mitsubishi, ma contiamo di coinvolgere altre aziende del Sol Levante», conclude De Micheli.

giuliano.balestreri@ilssole24ore.com

## Televisione. Tuchman (Sky Cinema): presi Il Divo e Gomorra Mgm Channel parte dai classici

MILANO

Io e Annie di Woody Allen, Truman Capote con Philip Seymour Hoffman, Drugstore Cowboy di Gus Van Sant con Matt Dillon e Fargo dei fratelli Coen sono i titoli che non ti aspetteresti in cima alla hit dei canali Mgm in tutto il mondo. Dall'immensa library della

major hollywoodiana - 4.100 titoli in tutto - sono i film di grande qualità ma meno appeal al botteghino a dominare l'offerta televisiva.

Ne ha parlato a Ischia Global Music & Fest Bruce Tuchman, vicepresidente Mgm, venuto dagli Stati Uniti per festeggiare, al festival prodotto da Pascal Vice-

domini, l'avvio del canale Mgm sulla nel bouquet Sky.

«In Italia ha debuttato dal primo giugno l'ultimo dei 20 canali Mgm nel mondo ed è già un grande successo», ha detto Tuchman sottolineando il nuovo corso di Mgm Pictures con la supervisione di Mary Parent, presidente di Worldwide Motion Pic-

ture Group. «Mgm channel è un'offerta televisiva per i cinofili - ha aggiunto Tuchman - piuttosto che concentrarsi soltanto sulle nuove uscite, abbiamo voluto soffermarci sulla cinematografia mondiale, senza tempo».

Dopo il divorzio dalla Universal (nel frattempo accordatasi con Mediaset per l'offerta Premium) Sky rilancia con Mgm. «Con Mgm Channel Italia - ha detto Nils Hartmann, direttore di Sky Cinema - abbiamo un multiplex che non chiude mai, neppure d'estate. E lo share satellitare

attesta persino un record europeo sulla penetrazione del pacchetto cinema, fino all'80 per cento. Per questo continueremo a investire anche sul cinema italiano, abbiamo preacquistato *Il divo* di Sorrentino e *Gomorra* di Garrone, e sulle serie tv dopo *Quo vadis baby?* e *Romanzo Criminale* che andrà in onda a novembre. Consideriamo la nostra programmazione come un festival che dura 365 giorni l'anno: il 18 luglio ad esempio per i 90 anni di Nelson Mandela manderemo il film di Bille August *Goodbye*

*Bafana* e a seguire un documentario sul leader sudafricano».

Tra le nuove produzioni Mgm - come ha ricordato Tuchman - ci sono *The Cabin in the Woods*, primo lavoro da regista di Drew Goddard, lo scrittore e produttore della serie televisiva *Lost* di JJ Abrams. Il nuovo 007, *The Ranger's Apprentice* di Paul Haggis, *The Matarese Circle*, di Robert Ludlum, e varie commedie come *Still You* di April Blaire e *The Zookeeper* di e con Walt Becker.

R.E.

### GLI ESEMPI

#### Accenture

■ Quest'anno il gruppo ha organizzato l'evento dedicato alla creatività italiana degli anni Cinquanta

#### Vodafone

■ Nel 2007 è stato sponsor della mostra Kandinsky e l'astrattismo italiano

#### Mitsubishi

■ All'inizio del 2008 sarà tra gli sponsor della mostra a Milano, Palazzo Reale, sui samurai

www.formazione.ilssole24ore.com/afc

FORMAZIONE24ORE

# IL SAPERE CHE CONTA

## FISCO, CONTABILITÀ, CONTROLLO DI GESTIONE: I CORSI OTTOBRE - DICEMBRE 2008

### LA FISCALITÀ DELLE IMPRESE E DEI GRUPPI

- ✓ **Verifiche fiscali e indagini finanziarie. Impatto delle novità sull'organizzazione dell'impresa\* (Formula Week End)**  
Milano, 3-4, 10-11, 17 ottobre
- ✓ **Transfer pricing nei gruppi nazionali e internazionali. Determinazione e difese in caso di verifica\***  
Milano, 20-21 ottobre
- ✓ **Riflessi fiscali degli IAS/IFRS. Effetti dell'adozione dei principi contabili internazionali sulla determinazione del reddito di impresa**  
Milano, 10-11 novembre
- ✓ **Operazioni societarie straordinarie. Novità fiscali, criteri di contabilizzazione e aspetti valutativi**  
Milano, 17-19 novembre

### STRUMENTI AVANZATI DI CONTROLLO DI GESTIONE

- ✓ **Dal controllo di gestione al controllo strategico - Modelli di controllo, Costing, Budgeting, Balanced Scorecard\***  
Milano, 2-3, 9-10 ottobre
- ✓ **Analisi di fattibilità e controllo di progetto - Strumenti di organizzazione, pianificazione e controllo dei progetti e delle commesse**  
Milano, 12-13 novembre
- ✓ **Competing on analytics - Creare valore dalle informazioni aziendali**  
Milano, 2-3 dicembre

### GUIDA OPERATIVA AL BILANCIO CIVILISTICO E IAS/IFRS

- ✓ **La redazione del bilancio di esercizio: principi contabili nazionali e internazionali a confronto**  
Milano, 14-16 ottobre
- ✓ **Come impostare i sistemi contabili e i processi amministrativi alla luce degli IAS/IFRS\***  
Milano, 29-31 ottobre
- ✓ **Dal bilancio al calcolo delle imposte: tutte le novità per le imprese\***  
Milano, 24-26 novembre
- ✓ **Check up contabile e fiscale di fine esercizio\***  
Milano, 10-12 dicembre

### CONOSCERE I NUMERI PER DECIDERE

- ✓ **Il bilancio per non addetti**  
Milano, 13-14 ottobre
- ✓ **L'analisi di bilancio per non addetti**  
Milano, 3-4 novembre
- ✓ **Analisi finanziarie e Business Plan: i fondamentali**  
Milano, 19-21 novembre
- ✓ **Guida operativa al controllo di gestione\***  
Milano, 10-12 dicembre

Sino al **25%**  
di sconto  
iscrivendoti entro il 31 luglio:  
[www.formazione.ilssole24ore.com/afc](http://www.formazione.ilssole24ore.com/afc)

\* Il corso è accreditato dal CNDCEC

Servizio Clienti  
Tel. 02 4587.020 - Fax 02 4587.025  
e-mail: [info@formazione.ilssole24ore.com](mailto:info@formazione.ilssole24ore.com)

Gruppo

Il Sole  
**24 ORE**

La cultura dei fatti.

Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2000

Il Sole 24 ORE Formazione  
Via Monte Rosa, 91 - Milano