

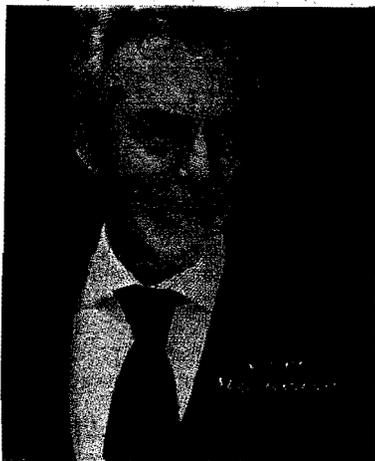
IL DOSSIER SUL TAVOLO DI MALINCONICO CHE AFFRONTERÀ ANCHE IL DIRITTO D'AUTORE SU WEB

Fieg vuole contare le copie in i-Pad

Per frenare l'emorragia delle vendite sarà regolamentata dagli editori anche la distribuzione negli esercizi pubblici

DI ANDREA MONTANARI

Il mercato è diventato troppo globale per non essere regolamentato. Internet, gli esercizi pubblici, i tablet e tutti quei «mezzi» che consentono ai lettori di essere informati a costo zero, o quasi, fanno una concorrenza spietata al vecchio sistema rappresentato dalle edicole.



L'eccessiva polverizzazione di canali distributivi se da un lato consente una maggiore diffusione del contenuto editoriale e della notizia, dall'altra non permette agli editori di tenere sotto controllo gli introiti. I dati sono brutali: in Italia, come ha dimostrato un'inchiesta di *MF-Milano Finanza* una singola copia di quotidiano acquistata in edicola viene letta mediamente da più di sei persone. Per questo chi coordina l'attività dei gruppi editoriali chiede regole urgenti, che la Fieg sta preparando; a partire dalla possibilità di «conteggiare» nella diffusione anche i contatti

su i-Pad». Carlo Malinconico, presidente della Federazione Italiana degli Editori (Fieg) lo annuncia in questa intervista a *MF-Milano Finanza*, e delinea il piano d'azione degli editori. «La rivoluzione che sta attraversando il comparto dei media ci obbliga a importanti riflessioni. Non possiamo perdere questo treno, anzi dobbiamo sfruttare al massimo tutte le opportunità che le nuove tecnologie ci offrono, a cominciare dall'i-Pad», afferma.

Domanda. Presidente Malinconico, da dove intendete cominciare per fermare l'emorragia di copie dei giornali?

Risposta. Bisogna lavorare andando alla radice del sistema distributivo. Per questo stiamo ragionando su un progetto di rinnovamento della rete delle edicole italiane.

D. Per fare cosa?

R. In Italia ci sono trentamila edicole che però sono rimaste fuori dal percorso di rinnovamento. Mentre invece noi le consideriamo una risorsa da sfruttare, mettendole in rete. Perché il fenomeno iPad non può farle scomparire.

D. Operazione difficile.

R. Le edicole devono trasformarsi in una sorta di piazze virtuali, di punti d'informazione condivisa. Questo si può fare attraverso la connessione wireless. Il modello da applicare è quello delle tabaccherie che hanno letteralmente cambiato pelle negli ultimi anni.

D. A proposito di iPad e tablet. Alcuni editori, come Rcs e il Gruppo L'Espresso chiedono di conteggiare nei dati mensili

relativi alle diffusioni anche quelle relative a queste nuove piattaforme. Che ne pensa?

R. In Federazione stiamo facendo ragionamenti che vanno in questa direzione. È un'esigenza concreta e reale. Del resto coloro che si abbonano sull'iPad sono di fatto lettori, le copie sono acquistate e assimilabili in toto a quelle comprate in edicola. Penso che si possa arrivare a conteggiare anche queste copie.

D. Andrea Riffeser Monti della Poligrafici Editoriale sulle colonne di questo giornale si è lanciato in una crociata contro

le copie lette a sbafò al bar. Appoggerà questa crociata?

R. Riffeser ha portato la problematica all'attenzione della Fieg. Credo che sarà necessario regolamentare questo flusso di copie. Occorrerà mettere d'accordo tutti: editori, edicolanti e gestori di esercizi pubblici. Il tema è alla nostra attenzione.

D. Come ritiene che si possa risolvere la questione?

R. Sarà necessario che l'esercente pubblico compri più di una copia da offrire ai propri avventori.

D. C'è poi il tema della difesa del diritto d'autore, sollevata dall'ad della Consap Masi, da difendere dagli «attacchi» del web. Che farà la Fieg?

R. L'argomento è di strettissima attualità tanto che l'Antitrust ha fatto segnalazioni al governo ed è intervenuta l'Agcom, avvian-

do la consultazione per la tutela del diritto d'autore online. Noi crediamo nella libertà concessa dalla rete ma bisogna arrivare alla definizione di accordi integrati che garantiscano agli editori degli introiti che vadano a ripagare tutto il lavoro giornalistico che viene riprodotto sul web. Lo stesso discorso vale per le agenzie che svolgono il servizio di rassegna stampa. (riproduzione riservata)