

## IL FUTURO DELLA CARTA STAMPATA

Alessandro Brignone (Fieg) e Francesco Saverio Vetere (Uspi) discutono della situazione e del futuro della stampa cartacea quotidiana e periodica, di fronte a grandi novità come l'informazione on line e la free press



# Sfogliando il gio

di Roberto Calabria

**Brignone:**  
"Il futuro dell'editoria è ancora la carta stampata"

**Vetere:**  
"La stampa periodica locale e di nicchia è molto fiorente"

“È la stampa bellezza. E tu non ci puoi fare niente. Niente”: la frase pronunciata da Humphrey Bogart nel film “L'ultima minaccia” (1952), simbolo di un giornalismo libero e coraggioso, sembra adattarsi poco alla situazione attuale della stampa, almeno secondo il “Rapporto Italia 2008” dell'Eurispes, che parla di “informazione pigra”: le redazioni dei grandi quotidiani nazionali, condizionate dalle agenzie di stampa, dagli uffici stampa e dalle televisioni, sono caratterizzate sempre più dall'emergere della figura del giornalista di “desk” a scapito del giornalista specializzato, trasformandosi “in una scrivania di confezionamento, di titolazione di notizie e di opinioni importate dall'esterno”. Un giudizio poco lusinghiero per la carta stampata, che deve fare i conti con la sfida del web: sono in molti a preconizzare la crisi se non la fine del giornale tradizionale. “Secondo me i giornali sono i media del futuro e non del passato”: è invece la provocazione di Gavin K. O. Really, presidente della Wan (World association of newspapers), nel convegno “La stampa fra crisi e cambiamento” organizzato dalla Fieg (Federazione italiana

editori giornali). “Dall'esperienza di paesi che hanno prima di noi insistito sul web — spiega Alessandro Brignone, direttore generale della Fieg — la carta stampata continua a rimanere un elemento imprescindibile e in una prospettiva ragionevole può darsi lo stesso. Lo conferma ciò che stanno facendo i nostri principali editori, ovvero l'integrazione sempre più stretta tra i contenuti di carta stampata e i prodotti editoriali on line. Il futuro dell'editoria giornalistica è ancora la carta stampata”. Un'altra fonte di concorrenza per i giornali è costituita dalla stampa free-press, come il web modalità gratuita di accesso all'informazione: “L'avvento dei free-press — afferma Brignone — ha fatto crescere la quota di lettori, non ha tolto lettori all'editoria a pagamento. La free-press ha raggiunto fasce della popolazione che non avevano l'abitudine di comprare il giornale, avvicinandole alla lettura: è un fenomeno che alla lunga non può che far bene all'editoria in generale, perché dalla lettura nasce la curiosità, l'approfondimento, il bisogno di altre letture”. Stime ufficiali parlano di 3 milioni di copie di free-press distribuiti nel nostro paese nel 2007, rispet-

to ai 2,5 milioni del 2006, a fronte di circa 5 milioni di copie di quotidiani a pagamento, le cui vendite sono calate però, secondo dati Fieg, di appena lo 0,7% da dicembre 2007 rispetto allo stesso mese del 2006. “Trovo che la stampa italiana sia di buon livello — prosegue Brignone —; per quanto riguarda il mercato i dati non sono brillantissimi, ma per i quotidiani c'è una generale tenuta, come per i mensili, mentre lo stesso non possiamo dire per i settimanali”. “La stampa periodica è molto fiorente — afferma il presidente dell'Unione stampa periodica italiana Francesco Saverio Vetere — soprattutto quella locale e di nicchia sono ben curate e conservano una certa artigianalità. Il mercato è in una fase di sviluppo, non totalmente positivo però: esistono competitor molto forti come internet e la televisione satellitare, che occupano spazi prima riservati solo ai periodici. Ma l'informazione periodica si trova avvantaggiata rispetto a quella quotidiana: sulla rete si trovano le informazioni minuto dopo minuto: il quotidiano dovrebbe acquisire una funzione di approfondimento, che il periodico ha dalla sua nascita”.

### FREE PRESS GRANDE SUCCESSO IN ITALIA

#### Piace soprattutto a giovani e donne



Importata dalla Svezia nel 2000, la distribuzione dei quotidiani gratuiti ha avuto una straordinaria impennata in Italia, superando la metà delle copie di quelli venduti nel nostro paese. Ecco una valutazione del fenomeno in base al sondaggio “Cittadini e media” promosso dall'Eurispes. Il 35,7% di coloro che prendono il giornale lo leggono pure, mentre il 21,2% si limita a sfogliarlo, senza molta attenzione ai contenuti: solo il 16,9% rifiuta il giornale mentre per il 6,6% dipende da quale giornale gli viene offer-

to. A fruire dei free press sono più le donne che gli uomini ma i veri lettori della stampa gratuita sono i più giovani: il 44,5% dei ragazzi tra i 18 e i 24 anni e il 41,8% di quelli dai 25 ai 34. Della stampa gratuita piace la rapidità nell'offrire le informazioni al lettore (19%) anche se molti (19,8%) affermano che il proprio gradimento varia da testata a testata. Emerge anche una maggiore diffidenza nei confronti della stampa gratuita da parte degli uomini: questi ultimi, infatti, definiscono superficiale e futile l'informazione veicolata dai giornali gratuiti in misura maggiore rispetto alle donne: rispettivamente il 16,1% e il 9,0% contro il 12,2% e il 6,4% del campione femminile.



# FIAT MILANO

da 42 anni FIAT



VENDITA AUTO NUOVE E USATE

00166 Roma Via di Torrevecchia, 1223  
(ang. Via Boccea)  
Tel. 06 614.30.62



ASSISTENZA RICAMBI ORIGINALI  
INSTALLAZIONE ANTIFURTI

00166 Roma - Via di Torrevecchia, 1219  
(ang. Via Boccea) - Tel. 06 614.30.90



VENDITA AUTO NUOVE

00166 Roma - Via Boccea, 667  
(zona Casaletti)  
Tel. 06 615.65.348 - 06 615.65.250



FIORINO

E' ORA DI CAMBIARE!!

- Continuano gli ecoincentivi statali su auto Euro 0,1 e 2
- Incentivo FIAT x rottamazione auto fino a € 3.000,00
- Finanziamenti senza interessi e a tasso agevolato
- Incentivo statale metano fino a € 2000,00

Vi aspettiamo! Solo da noi!  
i prezzi più bassi di Roma!

HAI CONTROLLATO SE TI E' SCADUTA LA REVISIONE? E IL BOLLINO BLU?



# Giornale di domani

**L'opinione** Piccola inchiesta tra i lettori del XVIII sulla domanda e offerta di informazione  
**Il web incalza, l'edicola resiste e il free press non è tutto uguale**  
 di **Valentino De Luca**

Si dice che il quartiere Aurelio sia una zona abitata per lo più da persone anziane. Cosa che si traduce in un popolo di affezionati al vecchio quotidiano. I giovani invece, vengono normalmente immaginati come inarrestabili cybernauti, poco inclini agli approfondimenti tradizionali della carta stampata. Ma parlando con la gente molti luoghi comuni sono destinati a cadere. Secondo **Pierpaolo S.**, fisioterapista di Valle Aurelia, l'avvento di internet ha rivoluzionato il modo di ricevere informazioni: "Il web è più completo, anche perché la notizia è corredata d'immagini, foto, audio, video. Ma il giornale che trovi in edicola è un oggetto da sfogliare, leggere, analizzare. Da questo punto di vista, l'informazione al pc non regge il confronto". **Gianfranco P.** è un giovane che si sposta spesso in metropolitana, canale di distribuzione privilegiato dei quotidiani gratuiti: "Ho un ricordo personale in merito: feci il distributore per un paio di giorni di uno dei più diffusi free press, proprio quando venne lanciato. La gente era curiosa, si avvicinava, chiedeva. Tra questi però, venne un signore piuttosto arrabbiato, un giornalista, che mi disse che questi nuovi giornali non valevano quanto il lavoro di chi le notizie se le andava a cercare sul campo. A distanza di anni sono d'accordo con lui: se voglio sapere come vanno le cose, il quotidiano resta imbattibile".

**Lorena B.**, ventenne studentessa di Selva Nera: "Il web ha cambiato molto il mio modo di ricevere informazioni perché utilizzo di meno i quotidiani cartacei e molto di più quelli on-line". A Torrevecchia, un gruppo di anziani seduti davanti ad un bar. E a proposito di free press, molti di loro affermano di ricevere da anni La Piazza ed è impossibile resistere alla tentazione di chiedere cosa ne pensano: "Mah, finalmente un giornale che parla di cose che ci riguardano".

**Milani auto: il tuo cuore che pulsa!!!**

**ANI AUTO**

**E' ORA DI CAMBIARE!! SOLO DA NOI !! LE ULTIME IN PRONTA CONSEGNA**

**Venite a trovarci per ascoltare i consigli di FABIO MILANI e dei suoi collaboratori**

**VASTO ASSORTIMENTO DI AUTO USATE E D'OCCASIONE A POCO PREZZO!!!**

Il mercato della carta stampata è in continua evoluzione, soprattutto a causa di internet, e dell'avvento dei free press

Territorio



## Il parere degli edicolanti

# Vecchio piacere "quotidiano"

Flat, 2 mega, 6 mega, adsl, con fibra... qualunque sia il modo, l'importante è essere collegati alla rete. Sempre. E grazie ai siti dei quotidiani e/o ai blogs, in ogni momento è disponibile un "giornale" aggiornato ventiquattr'ore al giorno. Ma allora, che senso ha ancora il giornale tradizionale, quello che sa di rotativa e d'inchiostro, quello che esce di notte e riporta le notizie del giorno prima?

Per scoprirlo può essere utile scambiare due chiacchiere con gli edicolanti del territorio. A Valle Aurelia, ad esempio, "presidia" da anni la zona la piccola edicola lungo il viale centrale, presso cui gli abitanti vanno a prendere il giornale ormai da generazioni. Gli edicolanti sicuramente tastano il polso dei cambiamenti che il web insieme ai giornali gratuiti (free-press) hanno portato negli ultimi anni.

Salta subito agli occhi che l'edicola letteralmente scoppia di offerte di ogni tipo: dvd, enciclopedie, riviste, figurine, biglietti, inserti, fascicoli. Sembra quasi che il semplice giornale non interessi più a nessuno. "Invece la gente fondamentalemente quando viene qui vuole ancora il quotidiano — spiega l'edicolante —. Certo, l'offerta negli anni si è molto diversificata. Ora vanno forte i film, oppure i libri gialli. E nonostante internet sono molti coloro che vengono anche a metà pomeriggio a comprarsi il giornale: teoricamente è già un prodotto vecchio eppure, prima di cena, rimane sempre la voglia di leggere le notizie".

Insomma, a Valle Aurelia il quartiere è ancora legato alle vecchie abitudini. Eppure basta inoltrarsi per via Boccea che già le opinioni degli addetti ai lavori cambiano. "Il cliente di oggi cerca di meno i quotidiani d'informazione rispetto ad una volta, soprattutto da quando ci sono i free-press — afferma l'edicolante di piazza Capocelatro, a Primavalle — si prende il giornale gratis sulla metro, per strada e si legge velocemente ciò che interessa. La gente al giorno d'oggi è fortemente influenzata dalla tv. Vuole il gossip e, se si butta sulla cronaca, è solo per seguire il delitto famoso, oppure la cronaca locale. Alle ragazze interessano le riviste in cui si parla dei loro idoli, mentre gli anziani rimangono fedeli al quotidiano". Ma c'è un altro fenomeno dilagante che mette tutti d'accordo, indipendentemente da età ed estrazione sociale: "È la prima uscita gratis — continua il giornalista di Primavalle —: le persone vedono la pubblicità in tv di qualsiasi proposta offerta gratuitamente in edicola, ma solo per il primo numero. Tutti la vogliono, salvo poi rinunciare a continuare la serie quando si tratta di pagare".

Da una parte sembrerebbe confermato che questa società segua fondamentalemente i messaggi persuasivi che passano in tv: informazione leggera e poco spazio all'approfondimento. Dall'altra, tutti gli edicolanti, concludono sistematicamente le proprie nostalgiche considerazioni dicendo: "Certo però che sfogliare il giornale rimane ancora un vero piacere...".

**Valentino De Luca**