

IL PRESIDENTE CERUTTI METTE IN GUARDIA DALL'APPLICAZIONE TOUT COURT DELLA DIRETTIVA UE

## Il Sole contro la pubblicità sul web

*Guai a consentire che la comunicazione obbligatoria (finanziaria e legale) abbia internet quale unica sede di pubblicazione  
Critiche al taglio da 120 mln sull'editoria minacciato dal governo*

DI SANDRO VARONE

**L**a possibilità che l'Italia accolga tout court la direttiva Ue che consente alla pubblicità legale e finanziaria di limitare la sua presenza sul web, insieme ai tagli all'editoria minacciati dal governo, sta producendo un'altra levata di scudi. «Ci auguriamo che il governo si renda conto che il taglio complessivo per 250 milioni è destinato ad avere effetti su tutta la filiera della carta, impattando su un settore che ha un ruolo non solo economico, ma anche etico», ha dichiarato ieri il presidente del *Sole 24 Ore*, **Giancarlo Cerutti**, intervenendo a un convegno sui problemi dell'editoria. «Sia chiaro, concordo sul fatto che non vengano dati i contributi a pioggia perché drogano il sistema, ma da qui ad ap-

plicare in modo automatico una delibera Ue che obbliga a pubblicare la pubblicità finanziaria sul web, ce ne corre». Dunque, nonostante il collocamento di un anno fa abbia fatto affluire nelle casse del quotidiano milanese oltre 230 milioni, anche l'organo della Confindustria non esita a lanciare allarmi di fronte ai tentativi di relegare l'editoria a mero settore produttivo. Tornando all'intervento di Cerutti, «la carta non morirà con internet», ha aggiunto il presidente del *Sole 24 Ore*, ma «la sfida che arriva dal web è grande» e per fronteggiarla l'editoria tradizionale «dovrà essere differente». I principali player del settore «dovranno realizzare prodotti differenti. Al *Sole* li stiamo pensando e facendo». Il taglio deciso dal governo, ha spiegato Cerutti, «agisce per 120 milioni sui contributi di-

retti e indiretti al settore». Una riduzione di altri 120 milioni è connessa alla nuova normativa prevista per la pubblicità legale (che prevede la pubblicazione degli annunci solamente online), mentre un ulteriore taglio di 20 milioni deriva dall'applicazione - qualora la Consob ne disponesse l'accoglimento senza riserve - della disciplina europea per la pubblicità finanziaria, che prevede anche in questo caso la diffusione dei messaggi solamente via Internet. Chiunque può intuire quanto un'eventualità del genere possa rivelarsi dannosa (soprattutto per il mercato) al già precario rapporto tra società e azionisti sul fronte della trasparenza informativa.

Sulla tematica, è tornato a esprimersi anche **Carlo Malinconico**, presidente della Fieg. «La ristrutturazione e la riqualificazione della spesa è una cosa importante e va fatta ma, se mancano le risorse per accompagnare le imprese editoriali nelle neces-

sarie trasformazioni richieste dai tempi, si rischia di avere un effetto grave non solo per le imprese editoriali ma per tutta la filiera». Piuttosto che tagliare, secondo Malinconico, «bisognerebbe investire nel settore della carta e dell'editoria che è stata

una risorsa stabile e che ha margini di miglioramento in termini di reddito». Ieri intanto è stato reso noto il fatturato 2007 della filiera della carta: 42,7 miliardi (+2,3%). Nel 2008 si stima una lieve contrazione a 42,4 miliardi. (riproduzione riservata)



Giancarlo Cerutti