

Fieg

Costa: «Un tavolo per far tornare a crescere l'editoria»

di **Raffaella Polato**
a pagina 30

«L'editoria può tornare a crescere Un tavolo comune per il rilancio»

Costa: prioritaria la tutela del diritto d'autore. Su Google ha ragione l'Ue, separare le attività

MILANO No, non è finita. Non è finita la crisi: «L'economia qualche segnale di ripresa lo vede. Il nostro mondo ancora no». E tuttavia nemmeno per quel «nostro mondo» è finita: l'editoria continua a soffrire, l'onda lunga della recessione non si è ritirata, un modello sostenibile carta-digitale fin qui non è stato trovato, eppure «io credo che a sbagliarsi siano i profeti dell'estinzione». Frase che Maurizio Costa pronuncia non per dovere d'ufficio: è presidente della Federazione italiana editori giornali, certo, ma se a luglio 2014 ha accettato l'incarico è proprio perché è convinto che a un equilibrio si possa arrivare.

«Sa benissimo, e lo ripete spesso, che per quotidiani e periodici «niente tornerà più come prima». Però, intanto: «In poco tempo le copie digitali sono più che raddoppiate e, grazie anche al decreto Lotti, per la prima volta da anni gli editori sono tornati ad assumere». Poi, soprattutto: «Sono piccoli passi? Vero. Però dimostrano che si può fare. Se la crisi è di sistema, la risposta non può che essere un progetto di sistema. È arrivato il momento di coinvolgere tutti i protagonisti: giornalisti, poligrafici, distributori, edicolanti».

Appello al governo, ingegner Costa?

«Certamente: il governo ha un ruolo fondamentale nella definizione di un percorso sostenibile. Non è questione di aiuti economici, non è questo il punto. L'editoria è in assoluto, anche oggi, uno dei settori meno assistiti. I contributi diretti sono meno di 50 milioni di euro, più che dimezzati nell'ultimo biennio. E se vogliamo es-

sere precisi, definirli "contributi all'editoria" è improprio: sono aiuti alle minoranze linguistiche, alle cooperative giornalistiche, alla stampa di partito. Viceversa, il decreto Lotti ha rimesso in moto la macchina delle assunzioni».

Perdoni l'interruzione: in cambio di prepensionamenti e, da qui in poi, con i «depoenzamenti» del Jobs act...

«La crisi è talmente rilevante che, certo, ci sono i prepensionamenti. Ma fino a ieri c'erano solo prepensionamenti, quando non licenziamenti. Ora, poiché nessuno può negare la necessità di una profonda ristrutturazione del settore, la domanda è: vogliamo subirlo, il processo, o gestirlo? Il provvedimento del governo è stato apprezzato da tutti perché aiuta a gestirlo. In pochi mesi gli editori hanno assunto 200 giornalisti, per l'85% a tempo indeterminato: è la prima inversione di tendenza da molti, troppi anni».

Però una riforma strutturale non si fa con un solo provvedimento. Perciò lei chiede un confronto allargato. Un «tavolo», come lo chiameremmo noi. Perché il governo, con tutte le emergenze in corso, dovrebbe rispondere «sì»?

«Intanto, perché non dobbiamo mai dimenticare che l'editoria giornalistica di qualità è fondamentale per le democrazie. Riesce a immaginare un'informazione fatta senza quell'approfondimento, quella credibilità, quella polifonicità che solo un giornalismo professionale può garantire? Al di là delle Cassandre che ne profetizzano la morte, questa editoria ha un futuro».

Il settore

● I contributi diretti all'editoria sono meno di 50 milioni di euro, più che dimezzati nell'ultimo biennio. Si tratta di incentivi a minoranze linguistiche, cooperative giornalistiche, stampa di partito

● In pochi mesi gli editori hanno assunto 200 giornalisti, per l'85% a tempo indeterminato. In base al decreto Lotti, ogni tre prepensionati in uscita dal settore deve essere assunto un giovane

● Il fondo straordinario per l'editoria mobilita 21 milioni di euro per il periodo 2014-2016 di cui 11 sono destinati a promuovere le assunzioni di giornalisti



Stampa

Maurizio Costa, dal luglio scorso presidente della Federazione italiana editori giornali



La qualità
Il giornalismo di qualità è il motivo per cui oltre 30 milioni di persone leggono i giornali



Gratis
Google ha il 90% delle ricerche su Internet e fa un uso commerciale dei contenuti altrui

Selpress è un'agenzia autorizzata da Repertorio Promopress

Ritaglio stampa ad uso esclusivo interno, non riproducibile



Internet non ucciderà la stampa come la musica digitale ha ucciso i cd, che peraltro prima avevano ucciso il vinile?

«No. Certo, l'editoria è da anni stretta a tenaglia tra la crisi dei consumi e la rivoluzione digitale. La prima, forse, si sta esaurendo. La seconda non ha ancora espresso un modello economicamente sostenibile. Ma la discontinuità che ha prodotto non è solo una minaccia. È anche un'opportunità. Cancelliamo la parola "estinzione" e sostituiamola con "evoluzione". Ci sarà una ragione se oltre 30 milioni di persone continuano a leggere quotidiani e periodici. Quella ragione è il giornalismo di qualità».

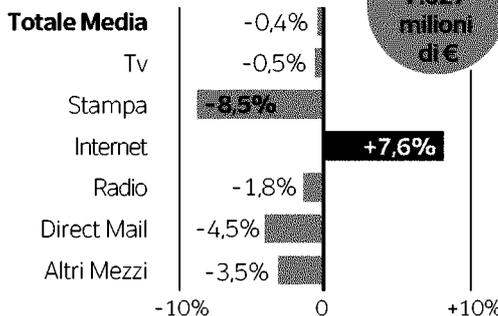
Non tutti gli editori, a dire il vero, ne sembrano convinti. E in ogni caso: la qualità si paga...

«Capisco dove vuole arrivare. Ma è un principio chiave che vale a 360 gradi, ed è il cuore del cambiamento strutturale che dobbiamo affrontare. L'editoria deve certamente rivedere le proprie strategie e i propri modelli organizzativi. Ma ci sono tre condizioni imprescindibili. La prima è consolidare relazioni industriali innovative attraverso un confronto serrato e costruttivo con i sindacati. La seconda impone di affrontare il tema della distribuzione e della commercializzazione nelle edicole con soluzioni evolutive e sostenibili. Perciò penso non sia più rinviabile un progetto di sistema. E devo dire che in questi mesi ho registrato una grande disponibilità da parte di tutti gli interlocutori, nella consapevolezza che la crisi è talmente profonda da non lasciare più spazio a scorciatoie o visioni ombelicali».

Carta e web

Andamento dei mezzi

Con la stima totale del digital

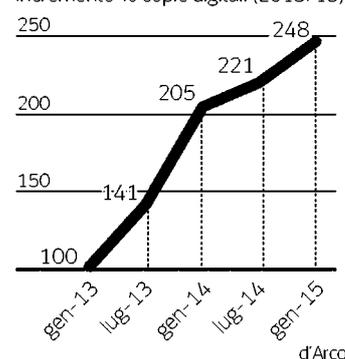


Fonte: dati ADS

Ricavi
7.627
milioni
di €

Quotidiani

Incremento % copie digitali (2013/15)



d'Arco

La terza condizione?

«È fondamentale: valorizzazione dei contenuti di qualità e modernizzazione della filiera editoriale, dalle redazioni all'edicola, serviranno a poco se non risolviamo il nodo dei diritti d'autore sul prodotto giornalistico».

Ossia se chiunque, sul web, può avere gratis gli stessi «contenuti di qualità» che in edicola — digitale o fisica — si pagano. Imputato principale: Google.

«Non solo Google... Però sì, Google è paradigmatico. Ha il 90% del mercato del search, nel "trasparente regno di Internet" detiene lo scettro dell'opacità visto che non dichiara nemmeno il fatturato, e fa un uso commerciale dei contenuti altrui. Finora i suoi uomini sono sfuggiti al confronto. Non è più accettabile. Devono capire che è questo il momento per trovare una soluzione».

Oppure?

«Oppure c'è la strada votata dal Parlamento europeo: separazione del motore di ricerca dai servizi commerciali. È solo un orientamento, e in quanto tale non è vincolante. Ma è il

segno di una sensibilità crescente e diffusa a livello continentale, e non solo tra gli editori. Le iniziative dei commissari Ue possono fare la differenza. E Google a quel punto non avrebbe alternative: la separazione sarebbe un colpo durissimo al suo modello di business».

Raffaella Polato

© RIPRODUZIONE RISERVATA