

Informazione locale in crisi: che fare? Interessante Incontro pubblico a Milano alla presenza del Sottosegretario Vito Crimi

MILANO, 15 aprile 2015- di GIANNI BERALDO-



Il sottosegretario Crimi oggi a Milano

Interessante incontro organizzato oggi **alla Sala Pirelli (di Palazzo Pirelli sede della Regione) da Corecom Lombardia in collaborazione con l'Ordine regionale dei Giornalisti.**

Mattinata durante la quale si sono affrontati i vari problemi che **affliggono chi produce informazione locale, partendo dai quotidiani cartacei alle reti televisive contemplando ovviamente pure i giornali online.**

Incontro dove i vari relatori (**Alessandro Fermi**, presidente Consiglio regionale, **Marianna Sala**, presidente Corecom Lombardia, **Marco Gambaro**, docente di economia dei media e comunicazione all'Università Statale di Milano e **Mario Morcellini**, commissario Agcom) hanno presentato dei dati interessanti sul panorama attuale, evidenziando in primo luogo come il web abbia messo in seria difficoltà la sopravvivenza dei media tradizionali. Web che troppo spesso disorienta lo stesso fruitore sempre più alla ricerca di notizie che non siano fake.

Da qui l'importanza e la priorità del lavoro informativo che dovrebbe mettere in atto il giornalista, dotato di quella professionalità utile a fare chiarezza espositiva documentando i fatti nella maniera più dettagliata e trasparente possibile.

In Lombardia la **domanda di informazione locale** è molto forte e coinvolge direttamente **l'86% dei cittadini lombardi**. L'offerta informativa regionale conta **589 imprese** del sistema con sede in Lombardia per un totale di **12.742 dipendenti, di cui quasi 4mila giornalisti**. Le tv locali fatturano complessivamente 3,04 miliardi di euro, le radio 175,5 milioni, i quotidiani

777 milioni circa, mentre i ricavi dell'informazione locale online ammontano a 573,9 milioni di euro. Il totale del fatturato dei media regionali è quindi intorno ai **4,5 miliardi di euro**: la parte più significativa arriva dalla vendita dei contenuti (2,89 miliardi), il resto da pubblicità (1,33 miliardi) e altri ricavi (0,34 miliardi).



Apparentemente semplice in realtà questo compito diviene ogni giorno più difficile per tutti i professionisti della comunicazione, afflitti anche da una importante crisi economica nel settore.

Sempre più giornali, televisioni e radio locali chiudono o sono in procinto di farlo: troppi costi e forse mancanza di una visione concreta per il futuro.

Speranze perse quindi? Non proprio.

Un tema sul quale sta puntando forte pure il governo, in modo particolare con **il Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri c«on delega all'»Editoria, Vito Crimi che ha voluto essere presente a questo incontro sottolineando** « Per i prossimi mesi stiamo valutando di organizzare a Roma gli Stati Generali della Informazione e Editoria. E' un'idea che nasce da lontano per un settore che ha bisogno di essere messo in discussione se vogliamo trovare delle soluzioni. Per questo abbiamo pensato di pubblicare online una piattaforma pubblica, che rimarrà in rete per 30 giorni, dove ogni cittadino o singolo professionista, potrà suggerire idee e proposte. Ma non basta-conclude Crini- a partire dal 28 maggio incontreremo tutti i soggetti coinvolti in questo settore, quindi rappresentanti degli editori, dei giornalisti ecc.. n modo tale da affrontare tutti insieme questo cruciale tema qual' é l'importanza della informazione e chi la mette in pratica utilizzando vari strumenti».



Anche per questo motivo lo stesso Corecom lombardo ha deciso nelle prossime settimane, di organizzare tavoli tecnici con tutti gli esponenti dell'editoria cartacea e online.

Riflessioni e spunti anche in chiusura della mattinata, con mini tavola rotonda coadiuvata da **Gianluca Savoini** -Vice Presidente Corecom Lombardia- dove ogni relatore ha raccontato le sue esperienze professionali evidenziandone pregi e difficoltà.

direttore@varese7press.it