

Crisi quotidiani online in Lombardia: spariscono le imprese individuali reggono le cooperative

MILANO, 2 dicembre 2019 – Cambia pelle il mondo della comunicazione in Lombardia: **spariscono le piccole imprese, aumentano le società di capitali**. Lo certificano i dati di fine anno forniti e illustrati oggi da **Marianna Sala, Presidente del Corecom Lombardia, in occasione dell'incontro che si è tenuto questo pomeriggio in Aula consiliare** con il Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri con delega all'Informazione e all'Editoria **Andrea Martella**, al quale ha preso parte anche il Presidente del Consiglio regionale della Lombardia **Alessandro Fermi**.

All'incontro erano presenti i partecipanti ai tavoli tecnici istituiti dal Corecom all'interno del percorso conoscitivo del sistema informativo locale lombardo avviato nella primavera di quest'anno.

Al Sottosegretario all'Editoria e Informazione, la Presidente del Corecom Marianna Sala ha consegnato un dossier contenente le richieste, i contributi e le proposte maturate con l'apporto degli stessi operatori dell'informazione locale in Lombardia, "operatori che conoscono in prima persona le problematiche della dura crisi che ha messo in ginocchio molte aziende prestigiose della nostra Regione e che sono quindi in grado di fornire proposte adeguate".

"Il Governo riconosce che le realtà editoriali locali costituiscono, per volumi e diffusione, una fondamentale infrastruttura informativa del nostro Paese e pertanto è determinato ad assicurare a questo settore adeguate misure di sostegno pubblico, anche diretto" ha replicato il Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega

all'Editoria e all'Informazione Andrea Martella. Nel suo intervento, il Sottosegretario ha tracciato il quadro generale all'interno del quale si colloca la situazione delle stesse realtà editoriali della Lombardia, dove il sistema editoriale attraversa da almeno un decennio una crisi finanziaria profonda, che ha ormai assunto caratteri strutturali, soprattutto per la stampa quotidiana e periodica.



L'incontro organizzato da Corecom in Regione

A fronte di una diffusione dei quotidiani in Italia **che si attestava a 5,5 milioni di copie nel 2007, sono oggi circa 2 milioni le copie giornaliere rilevate dagli ultimi dati FIEG.** "In poco più di dieci anni –ha ricordato Martella- sono andate perdute quasi due copie su tre, con una tendenza che non mostra segni di inversione".

"L'annuncio del Sottosegretario all'Editoria Martella che ha assicurato l'intervento del Governo per mezzo di adeguate misure di sostegno pubblico anche diretto dell'editoria locale in Lombardia – ha commentato il Presidente del Consiglio regionale Alessandro Fermi – rappresenta una prima risposta positiva alle preoccupazioni e alle richieste venute in questi mesi dal mondo della comunicazione locale della Lombardia. Un ringraziamento va al Corecom che ha lanciato l'allarme e che non si è limitato solo ad analisi e denunce, ma, chiamando a raccolta gli stessi operatori della comunicazione locale, ha predisposto contributi e proposte concrete. L'augurio –ha concluso Fermi- è che le misure di sostegno ora preannunciate non siano differite nel tempo, ma possano essere attuate a

breve scadenza, per dare al più presto una boccata d'ossigeno al mondo della comunicazione locale lombarda".

All'incontro sono intervenuti anche il capogruppo del Partito Democratico Fabio Pizzul, il capogruppo di +Europa Michele Uselli e i Consiglieri regionali Federico Romani (Forza Italia) e Gregorio Mammì (M5Stelle).

La situazione del sistema editoriale lombardo

I dati sulla crisi dell'editoria lombarda forniti oggi tengono conto delle emittenti radiofoniche e televisive, degli editori di giornali quotidiani e periodici, di agenzie di stampa, concessionarie di pubblicità, fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici iscritti al ROC (Registro Operatori Comunicazione), il Registro ufficiale delle società e delle aziende delle comunicazioni che hanno la sede legale in Lombardia e la cui gestione è affidata e delegata al Corecom direttamente da AGCOM.

In Lombardia il 2019 si chiude con una forza complessiva di 2791 imprese, 902 in meno rispetto all'anno precedente e solo il 25% di quelle che risultavano iscritte nel 2010, quando le aziende in piena attività erano 3693.

"A far le spese delle difficoltà del settore –ha sottolineato la Presidente Marianna Sala- sono state soprattutto **le piccole aziende, in particolare le società di persone, che sono passate da 339 nel 2010 alle attuali 117 con una diminuzione di ben 222 società, e le imprese individuali, scese da 475 a 160,** con l'eliminazione dal mercato di 315 imprese di questo tipo. Regge invece il fronte delle società di capitali che nello stesso periodo ha subito una leggera flessione, passando da 2274 a 2125 imprese registrate. A conferma che lo sviluppo del settore colpisce soprattutto le realtà più piccole, prive di strutture moderne e consolidate –ha aggiunto la presidente del Corecom Lombardia- sono le diminuzioni consistenti che si sono registrate anche per le associazioni (passate da 274 a 188), le cooperative (da 129 a 80), gli enti pubblici (da 48 a 16) e

gli Enti morali (da 43 a 10)”.

Un'altra rilevazione fornita dal Corecom riguarda la distribuzione degli operatori per provincia. Considerando tutte le categorie, a far la parte del leone è la provincia di Milano, con 1914 aziende (pari al 68% del totale), seguita da Brescia con 185 (6,5%), e da Bergamo con 185 (pari al 5,6%), mentre più staccate seguono Varese con 115 aziende (4,09%), Pavia con 72 (2,56%) e Como con 66 (2,35%), mentre tutte le altre sono sotto la soglia del 2%.

I contributi e le richieste emerse dai tavoli tecnici

In occasione dell'incontro con il Sottosegretario Martella è stata presentata la pubblicazione con gli esiti del percorso di indagine avviato dal Corecom questa primavera, che ha visto la partecipazione degli operatori di settore rappresentativi delle componenti più direttamente interessate alla tematica dell'informazione (Ordine dei giornalisti, FNSI e Associazione Lombarda Giornalisti, Confindustria Radio e TV, Sede Rai di Milano, Aeranti-Corallo, Federazione Italiana Editori Giornali).

I tavoli tecnici istituiti nell'occasione, sono stati suddivisi su cinque aree tematiche: editoria locale cartacea; editoria locale online; edicole; emittenti radiofoniche locali; emittenti televisive locali.

“Come emerso dai confronti interni ai tavoli tecnici, la misura di sostegno che appare più praticabile -ha evidenziato Marianna Sala- è una forma di accompagnamento della innovazione tecnologica che supporti gli investimenti più rilevanti e le trasformazioni organizzative necessarie per adattarsi al nuovo contesto digitale. La seconda linea di intervento riguarda la formazione, soprattutto dei giornalisti, per favorire l'adozione di nuove tecnologie e stimolare l'acquisizione di nuove competenze”.

Un'altra iniziativa emersa con forza nei diversi tavoli lombardi è costituita dalle riserve a favore dei mezzi di informazione locali negli investimenti pubblicitari delle

pubbliche amministrazioni, che spesso non rispettano questi obblighi e che hanno tagliato le attività di comunicazione istituzionale.

Meno promettenti appaiono invece le misure di sostegno correnti, che coprono parte dei costi di esercizio delle imprese in difficoltà. Si tratta di misure che per avere un qualche effetto richiedono infatti risorse importanti e che hanno una platea di riceventi potenzialmente troppo ampia.

Infine, altro appunto sollevato riguarda il problema dei centri media, che nelle dinamiche recenti del mercato pubblicitario sono riusciti a intercettare o intermediare gran parte degli investimenti pubblicitari, pianificandoli però sempre meno sulle emittenti e sui mezzi di informazione locale e orientandoli su altri mezzi e strumenti.