



A volte, presi dal proprio "particolare", ci si dimentica che, al di là degli aspetti scientifici, delle strategie e degli strumenti, la comunicazione è anche una vera e propria industria. Un'industria che, come tale, ha i propri bilanci, le proprie linee di intervento, i propri trend di sviluppo. Ce lo ha ricordato, alcune settimane fa, la Fondazione Rosselli che ha presentato il nono rapporto sull'industria della comunicazione in Italia. Il rapporto 2006 preparato dall'Istituto di Economia e dei Media della Fondazione, curato da Flavia Barca, docente di economia e gestione delle imprese dell'Università di Teramo, si mantiene coerente con la missione costitutiva di raccogliere in un'unica indagine, lo stato dell'arte dei diversi media. Il rapporto è suddiviso in due parti: la prima, "Mercati", analizza i diversi mercati della comunicazione (televisione, radio, cinema, home-video, libri, quotidiani e periodici, directory, musica registrata, pubblicità, editoria elettronica, telecomunicazioni fisse e mobili, internet). La seconda, "Approfondimenti", affronta i diversi aspetti della produzione televisiva in Italia (perimetro di mercato, peso economico, cornice regolamentare, confronti con l'estero). L'industria della comunicazione in Italia, nel 2005, è rappresentata da un mercato di 97 miliardi di euro, dove i mezzi a contenuto editoriale crescono più di informatica e telecomunicazioni. Di questi 97 miliardi (più 3% rispetto al 2004) 62 sono raccolti dall'informatica e dalle telecomunicazioni. Ma sono i mezzi a contenuto editoriale (televisione, radio, cinema, stampa, home-video, videogiochi) a presentare i tassi di crescita più rilevanti (più 5,8% rispetto al 2004). Segnali negativi vengono dal cinema (meno 8,5% rispetto al 2004), mentre una crescita interessante riguarda la stampa periodica (più 4 %) la televisione (più 7,7%), i videogiochi (più 16%). Stagnante il settore dell'informatica (più 0,9%)

in difficoltà da diversi anni. La parte del leone la fa la telefonia mobile (più 50% rispetto al 2004). Luci ed ombre anche per quanto riguarda l'industria della produzione televisiva italiana che conta 505 imprese di cui il 47% con sede a Roma, il 18% con sede a Milano e solo il 6% nel sud dell'Italia. Nel 2004 il fatturato complessivo ha toccato i 1.065 milioni di euro (di cui 700 solo per le attività televisive). Un mercato che soffre ancora di squilibri riguardanti problemi mai risolti come la difficoltà di attrarre capitali da altre fonti per investire in prodotti innovativi e l'obbligo di finanziamenti a quasi totale carico da parte dei broadcaster. Questa difficoltà appare evidente se si pensa che i format italiani rappresentano appena l'1,5% di un settore largamente dominato dagli Stati Uniti, dal Regno Unito e dall'Olanda. Ciò nonostante un'analisi più generale, relativa all'evoluzione dell'industria della comunicazione nel periodo 1996-2005, dimostra che negli ultimi vent'anni il comparto è cresciuto ad un ritmo superiore al PIL pur tra difficoltà e successi (il settore rappresentato da televisione, quotidiani, radio, cinema e libri valeva 7,6 miliardi ne 1996 e ne vale 21,1 oggi). Infine, sia nel sistema televisivo che nella stampa, decresce la quota della pubblicità. Nel 1986 rappresentava il 79% delle entrate televisive (21% era la quota del canone). Oggi è scesa al 62%. In crescita anche le vendite dei quotidiani (dal 50 al 58%) e dei periodici grazie soprattutto ai prodotti collaterali (libri, cd, dvd). Il rapporto della Fondazione Rosselli rappresenta un importante strumento di lavoro e di confronto. Allo stesso tempo conferma come il sistema multimediale si stia riorganizzando e ormai sia uno dei punti di sviluppo della nostra società. Starà anche a noi, con il nostro lavoro, con la nostra capacità di critica e il nostro impegno far sì che questa crescita divenga un elemento positivo per le nostre comunità. Ciascun settore, ciascuna categoria dovrà lavorare in questa direzione. I comunicatori pubblici che hanno scelto la via maestra della professionalità ritengono di avere le carte in regola per dare il loro contributo.