



ANTONIO RIVA

Amministratore Unico

ITINERA

OPINION LEADER



AREA: RELAZIONI PUBBLICHE E UFFICI STAMPA



Si è aperto un anno complesso e difficile per il mondo della comunicazione e dell'informazione.

Tutto è enfatizzato, tutto è urlato, tutto è spinto all'eccesso, come i titoli che compaiono sulle prime pagine ogni mattina, dove tutto è "scontro", "guerra", "fischi" e incomprensione. C'è forse troppa informazione e troppo superficiale. Non c'è un segmento, una *line*, un angolo dei mondi contigui di comunicazione e informazione che consente di lavorare con tranquillità puntando alla qualità e, magari, all'eccellenza.

I giornali sono stracolmi di pubblicità e ci si lamenta che le tariffe sono arrivate a coprire a malapena le spese di stampa. Centri-media vendono pagine ad un decimo del listino ed i giornali son sempre più gratis o semi-gratis.

C'è confusione nel mondo dei media.

Cala la produzione dei giornali stampati, anche per colpa di una vertenza sindacale che ha visto contrapposti duramente per mesi e mesi editori e giornalisti.

Il successo della *free-press* è inarrestabile. Alle storiche testate (*Metro*, *Leggo*, *City*) si sono aggiunti il pomeriggio de *Il Sole24*, un paio di sportivi e, buon ultima l'*Anteprima del giornale di domani* del *Corriere della Sera* che viene diffusa a Milano. Ed è arrivato *e-polis*, il giornale concepito dall'editore Grauso che, con una tiratura complessiva in Italia di circa 700mila copie con tutte le sue "declinazioni" provinciali è tra i più diffusi d'Italia.

L'abitudine a trovare il giornale gratis si diffonde e forse non è un bene che i lettori considerino

il loro quotidiano privo di valore. Copie gratis de *La Stampa* e *Repubblica* si trovano negli alberghi, la sua copia gratis del *Corriere della Sera* la trova chi passa negli aeroporti lombardi la mattina presto, copie gratis di *Liberò* le trovi in tutte le cliniche private romane, copie gratis o a panino per chi compera un giornale in edicola ci sono ovunque. Il popolo del "paghi uno, prendi due o tre" è ormai al settimo cielo. Mi è capitato di comperare l'Unione Sarda il lunedì e mi hanno regalato il Sole24 Ore ed un altro quotidiano.

Il quotidiano è venduto per accompagnare altro. Libri, collane di enciclopedie, corsi di inglese, manuali medici, figurine, fumetti, guide turistiche, e ancora ombrelli, costumi da bagno, pantofole, tazzine ed aeroplani di plastica: tutto viene veicolato dai quotidiani e dai periodi-

ci in un'orgia che ha fatto delle edicole dei supermercati. Il gadget rende assai più del giornale e della pubblicità.

Il Gruppo *Repubblica-L'Espresso* ha dichiarato di aver venduto 40 milioni di copie di libri.

Cifra da capogiro.

Riusciranno i quotidiani a ritagliarsi un nuovo spazio o anche il 2007 vedrà calare tirature e diffusione ed aumentare il volume del panino?

Una volta si diceva che un giornale si faceva con un redattore ogni 1000 copie vendute.

Regola sconvolta. Oggi si può fare un giornale sano, con qualche redattore (o collaboratore che scrive da casa sua) anche con zero copie vendute.

Il mondo (dei media) è sottosopra.