

SI.NA.G.I.

Sindacato Nazionale Giornalai d'Italia

affiliato  CGIL

Via Gregorio VII, 350 - 00165 ROMA - tel. 06 6623198 - fax 06 6628560
Internet: www.sinaginazionale.it *E-mail:* info@sinaginazionale.it

Roma, 20/11/2020

Al Presidente Gruppo GEDI
John Elkann

LETTERA APERTA

Egregio Presidente,

in merito alla sua visione dell'editoria e del giornalismo esternata al master di giornalismo dell'Università di Torino, innanzitutto c'è da dire che è interessante vedere che lo stesso articolo (titolo e testo – con una leggera differenza solo negli “strilli”), firmato dallo stesso giornalista sia stato pubblicato su due quotidiani diversi. Sulla “Stampa” e sul “Secolo XIX” di sabato 14 novembre 2020.

Stiamo parlando di “sinergia” o di “omologazione”?

Stiamo parlando di due grandi quotidiani liberi, indipendenti ed autonomi o asserviti “al capo”?

Al giornalista è stato pagato solo un articolo anche se lo stesso è stato pubblicato su due quotidiani?

Se è questo che lei intende quando afferma che è ora di fare un balzo nel XXI secolo, le ricordo che anche le fotocopie sono uno strumento del secolo scorso.

E poi, suavia, quei dati sugli abbonamenti digitali che ha magnificato: il raddoppio nel corso del 2020. Ma dai siamo seri. E' come dire che nello stesso periodo le televisioni hanno migliorato lo share degli ascolti. O forse pensa che il lockdown non abbia influito sulla vita degli italiani?

Inoltre, leggere di questo grande exploit degli abbonamenti digitali mi ha riportato alla mente la vicenda di un importante quotidiano nazionale che dichiarava numeri di vendita e diffusione stratosferici e sempre in aumento fino a quando si è scoperto, per dirla con un eufemismo, che non era proprio così.

L'unico dato interessante da approfondire non lo ha però reso noto. Quello che la carta stampata (che sappiamo tutti essere sia in continua flessione) sia per l'80% la fonte di reddito per un editore. E nonostante sia ormai un decennio che si utilizzi il reddito della carta stampata per investire nel digitale, il reddito generato dal digitale non ha mai superato il 20%.

Trovo incomprensibile non fare più investimenti sul prodotto cartaceo che, tutto sommato, porta ancora un po' di reddito dilapidando risorse sul digitale senza ottenere un minimo risultato degno di nota.

E' evidente e fuori discussione che la tecnologia si evolve rapidamente e le nuove generazioni sono proiettate ad utilizzarla in misura sempre maggiore. E' evidente che occorre trovare un modello per l'informazione del futuro che coinvolga i giovani e che possa sviluppare sinergie tra cartaceo e digitale. E' altrettanto evidente che questo nuovo modello non nasce continuando a pensare di scimmiettare (scopiazzare) altri modelli del modo digitale come è stato fatto sinora con le piattaforme dei social network. Un modello funziona se è sviluppato in base al target dei possibili utenti e non esiste un modello “buono per tutto”. Certo, occorre conoscerlo questo target. E se si

pensa a nuove forme di contatto con i lettori buttando a mare una rete capillare come quella delle edicole, etichettandola come obsoleta in quanto un modello del diciannovesimo secolo, si dimostra quanto si è miopi e quanto non si conosca il proprio mercato. Gli edicolanti sono a contatto diretto quotidiano con i lettori e ne conoscono interessi, curiosità e sogni e quindi chi meglio degli edicolanti, che reputano i lettori come propri clienti, se ben utilizzati, incentivati e stimolati può sviluppare quel diverso e nuovo contatto con i lettori? Invece no. Dopo le cantonate prese correndo dietro ai modelli Facebook, Twitter ecc. ora si corre dietro ai modelli Netflix, Amazon e Spotify, esaltando addirittura i fenomeni TikTok e Youtube.

La questione però non è lo scontro, generazionale e tecnologico, tra informazione cartacea e informazione digitale. La questione è come si vuole che sia l'informazione. Informazione di qualità e verificabile o informazione spazzatura e non verificabile? Informazione libera e pluralista o informazione omologata e in mano a pochi? Giornali e giornalismo originali o fotocopia?

Andare al master di giornalismo a dire quello che è stato detto credo di capire dove si voglia andare. E rabbrivisco.

Infine, dalle sue dichiarazioni appare del tutto evidente che della rete di vendita (le edicole), di questa rete di vendita, non le interessi più di tanto e, quindi anche lei, come altri editori, non ha nessuna intenzione di rinnovare l'Accordo Nazionale tra editori ed edicolanti per la vendita di giornali scaduto da oltre un decennio. La mia Organizzazione Sindacale ha da tempo presentato una piattaforma rivendicativa che, ambiziosamente, riteniamo essere più un progetto di filiera per editori, distributori e rete di vendita, e che nessuno vuole prendere in considerazione perché impegnati a difendere il proprio orticello.

Buona fortuna.

Il Segretario Nazionale
Amilcare Digiuni

