

IL MODELLO DEI GIORNALI IN CANADA E GLI STATI GENERALI DELL'EDITORIA

ANNA MASERA



Per segnalare correzioni, critiche e proposte
scrivete a publiceditor@lastampa.it o
www.lastampa.it/publiceditor

Ieri a Palazzo Chigi sono stati inaugurati gli Stati generali dell'editoria per affrontare la crisi economica dei giornali in Italia: si inizia con una consultazione pubblica di tutti i cittadini online, poi ci sarà una consultazione di tutte le categorie interessate, infine in Parlamento per arrivare a sottoporre una proposta di legge definitiva al governo entro settembre. Intanto, in Canada il governo ha annunciato un piano di investimenti e di misure fiscali (circa 600 milioni di dollari in 5 anni) per aiutare l'industria del giornalismo locale. Lettori di qua e di là dell'Atlantico si interrogano: è giusto che il governo intervenga? Bisogna che a decidere sia il libero mercato o i giornali servono a garantire il pluralismo dell'informazione per salvare la democrazia?

Che la pubblicità oggi sia fagocitata dalle piattaforme Google e Facebook si sa, meno che rappresentava la parte più consistente del modello di business dei giornali. Giovanna Maggioni, di-

rettrice generale Upa (l'associazione degli utenti pubblicitari), ha richiamato l'attenzione ieri a Palazzo Chigi sull'inadeguatezza delle concessionarie di pubblicità degli editori, rimaste ferme all'era analogica. Non consola che anche all'estero i problemi siano simili. Pensare che i lettori possano coprire tutti i costi un tempo sostenuti dalla pubblicità attraverso abbonamenti a pagamento è azzardato, sostengono gli esperti di media: gli abbonamenti hanno sempre coperto una piccola parte dei costi di produzione dei giornali. Serve un nuovo modello per i giornali locali più in difficoltà. I fautori della riforma canadese azzardano che se il giornalismo era già finanziato per lo più da aziende e non dai lettori, forse si possono sostituire le aziende con lo Stato. «Il Canada è sulla strada giusta» commenta Emily Bell, giornalista inglese direttrice del *Tow Center* per il giornalismo digitale a New York. Le risponde perplesso Mathew Ingram, giornalista canadese che scrive sulla *Columbia Journalism Review*: «Lasciar decidere al governo chi riconoscere come entità giornalistica e chi no però è problematico». E poi c'è l'antico dilemma: se i giornalisti devono essere cani da guardia del potere, devono essere indipendenti. «Serve il sostegno dello Stato al pluralismo, ma vanno cambiate le modalità» ha dichiarato ieri Vito Crimi, sottosegretario all'Editoria. «Se l'idea è continuare a pensare che l'unica forma per sostenere l'editoria sia il contributo diretto non ci siamo, dobbiamo guardare al futuro, il mondo sta cambiando».

Insomma: sarà una dura lotta, cari lettori. Benvenuto gli Stati generali dell'editoria, già invocati all'evento *Future of Newspapers* ospitato a La Stampa a Torino due anni fa. Ma un fondo per il pluralismo ridotto («uno zoccolo duro di 500 mila euro» per le realtà più piccole) rischia di non bastare. L'Italia chiami il Canada. —