

Roberto Moisio

PICCOLE VEDETTI PIEMONTESI



Le sentinelle dell'informazione locale

Centro Studi sul giornalismo Pestelli

Roberto Moisio

PICCOLE VEDETTE PIEMONTESI

Le sentinelle dell'informazione locale

Centro Studi sul giornalismo Pestelli

A cura di
Centro Studi sul giornalismo Pestelli
Corso Stati Uniti 27 - Torino
centro.pestelli@gmail.com - centropestelli.org

Con il contributo di
Ordine dei Giornalisti del Piemonte
Fondazione CRT

In copertina: immagine generata con intelligenza artificiale da Microsoft Designer
Stampa; Progetto Immagine - Torino
Finito di stampare maggio 2024

Come eravamo

L'ultima fotografia risale agli anni '90 del secolo scorso.

L'Associazione della Stampa Subalpina diede incarico all'Università di Torino, al Dipartimento di Sociologia diretto dal Professor Carlo Marletti, di indagare la realtà della stampa periodica, un universo ricco di poco meno di novanta testate, presenti in tutte le province piemontesi.

L'indagine, denominata "Province di carta", fu presentata a Stresa, in un convegno organizzato dallo stesso Sindacato, insieme con l'Ordine dei Giornalisti, a cui partecipò anche il Presidente della Regione, da poco eletto, Enzo Ghigo.

Quel convegno certificò una svolta storica per il mondo dei giornalisti, alcune centinaia, che lavoravano nelle testate locali piemontesi. Per la prima volta la Federazione Nazionale della Stampa, chinò il suo sguardo anche sulla negletta e sottovalutata "stampa minore", tralasciando per un momento le dinamiche politiche e sindacali dei grandi giornali e delle televisioni nazionali.

Già negli anni '70 erano nati nel mondo televisivo, pioniera Telebiella nel '73 con la prima tv via cavo, i primi ostinati esperimenti di informazione locale, per scavare nicchie di cronaca, per fornire alle comunità locali notizie altrimenti trascurate dagli organi di informazione maggiori.

Funzione già ampiamente assolta dalla carta stampata periodica, quasi sempre settimanale che, in alcuni casi da più di cent'anni, dà conto della cronaca minuta, ma anche dei mutamenti, delle evoluzioni o delle involuzioni, dei personaggi storicamente significativi che hanno segnato la vita delle comunità e delle città e campagne del Piemonte.

In proposito è particolarmente significativa la cerimonia svoltasi lo scorso 22 novembre al Teatro Giacosa di Ivrea per la festa dei 130 anni della Sentinella del Canavese, durante la quale il Presidente attuale dell'Ordine dei Giornalisti del Piemonte, Stefano Tallia, ha restituito ad Alessandro Riva jr la tessera giornalistica che fu sequestrata a suo nonno, allora Direttore della Sentinella, nel 1931 dai gerarchi fascisti.

Alcuni di questi giornali hanno attraversato più di un secolo di storia; altri sono nati dopo la seconda guerra mondiale. Tutti hanno accompagnato la vita di molte generazioni, che per i giovani di oggi corrispondono a trisnonni o congiunti anche più lontani nel tempo.

Storie ed eventi sempre raccontati con scrupolo e professionalità che purtroppo oggi ogni tanto impallidiscono.

È partendo da questo semplice assunto, di inequivocabile logica, che il Sindacato Subalpino della seconda metà degli anni '90, si pone il problema del riconoscimento contrattuale del lavoro di questi colleghi, alcune centinaia, che da sempre svolgono una delle funzioni più preziose ed essenziali in una democrazia: l'informazione puntuale su ciò che accade intorno a noi.

Va detto che questi colleghi avevano già superato largamente il più pregnante degli esami professionali: il giudizio dei lettori, perché è noto come nelle piccole comunità conoscano direttamente il giornalista redattore dei pezzi, abbiano possibilità diretta di verifica dei fatti e accesso rapido alla fonte per eventuali recriminazioni o contestazioni dei fatti.

A maggior ragione Sindacato e Ordine piemontesi, in storica e preziosa sintonia di valutazioni e indirizzi, si muovono per riconoscere e dare dignità, anche economica e professionale, a questo mondo un po' figlio di un Dio minore.

Di qui la nascita fondamentale anche dell'Associazione degli Editori locali piemontesi, presieduta da Vanni Giachino, editore de *Il Monferrato*, e successivamente da Pietro Policante, de *Il Biellese*, recentissimamente riconfermato alla sua guida.

Il movimento interessa anche le Istituzioni: la Regione vara negli anni successivi una legge, passata a fatica indenne dal conflitto di competenze con lo Stato, che riconosce alcune provvidenze alle testate locali, in base al principio del necessario pluralismo dell'informazione, presidio indispensabile e concreto della democrazia. Successivamente la Regione, d'intesa con l'Associazione degli editori piemontesi, costruirà anche una sorta di rassegna stampa settimanale on line delle testate locali, a cura di Paolo Bugnone, già storico Direttore de *La Luna nuova*, varando un sito che si chiamerà "Mentelocale". A certificare l'utilità dell'esperimento, i primi richiedenti l'accesso: Guardia di Finanza, Carabinieri, Confindustria regionale.

Alla fine degli anni '90 l'uso dei telefonini non era ancora così diffuso, le tecnologie di stampa erano in fase di evoluzione, non si poteva ancora inviare un pezzo direttamente dal suddetto mezzo di comunicazione.

Dell'intelligenza artificiale ne parlavano gli scienziati o gli scrittori o cineasti visionari e fantascientifici.

C'erano ancora le lire, in attesa del prossimo arrivo dell'euro, in un contesto di storica e proverbiale diffidenza tipicamente piemontese. La carta non costava poi molto, le poste funzionavano abbastanza. C'era voglia di lavorare e qualche tiepida speranza di cambiamento in meglio.

L'indagine del Professor Marletti indicava in circa 600 mila copie settimanali la diffusione complessiva delle testate periodiche locali, per un totale di 1 milione e 800 mila lettori, calcolando una media di 3 lettori per copia.

Valutazione ovviamente presuntiva, se si pensa che il giornale rimane in casa per una intera settimana e quindi può essere letto da più persone, oltre a quelle strettamente appartenenti al nucleo familiare.

Anche i quotidiani "maggiori" avevano tirature decisamente significative, anche se inferiori ad altri Paesi europei o ai mitologici numeri delle milionarie testate giapponesi.

In Piemonte *La Stampa*, dopo la chiusura della *Gazzetta del Popolo* a metà degli anni '80, aveva aperto redazioni locali in tutte le province piemontesi e faceva concorrenza ai periodici locali.

Le edicole fiorivano come le primule a primavera; avevano una copertura talvolta intensa dei centri cittadini, erano distribuiti anche nelle periferie e difficilmente erano assenti nei paesi, magari in alleanza con rivendite di tabacchi, cartolibrerie o, successivamente, anche bar.

Questa elencazione di dati e circostanze non è per pura rimembranza storica, ma per focalizzare alcune criticità successivamente intervenute nel secolo nuovo.

Tempo, va detto, accelerato in modo sorprendente e, in alcuni casi travolgente, nelle sue trasformazioni tecnologiche e in quelli che sono stati gli impatti sulle relazioni e comunicazioni tra le persone.

Se il simbolo del cambiamento di fine Ottocento e del Novecento è stato il treno, secondo il Prof. Gallino, eminente sociologo dell'Università di Torino, si può tranquillamente affermare che il computer e il telefonino (appendice evoluta dello stesso), sono gli strumenti che hanno più marcatamente cambiato la vita delle persone, le modalità di comunicazione, la struttura delle produzioni.

La velocità di trasmissione di notizie, dati, conoscenze, emozioni, ha stravolto abitudini, modi di vedere, punti di vista. Ha modificato radicalmente linguaggi, che hanno dovuto adattarsi a ritmi e spazi dettati più dalle immagini che dalla costruzione logica del pensiero.

Hanno modificato la percezione delle cose e dei fatti, esponendo le valutazioni a un inedito sospetto di fake news, di manipolazione della realtà che ha reso ancor più difficile il lavoro di chi

deve, per mestiere, verificare e sopesare dichiarazioni e accadimenti da raccontare nel modo più veritiero e onesto possibile.

La travolgente vittoria dell’immagine sulla parola ha posto nuovi impellenti problemi di etica a chi professionalmente deve raccontare la “verità” di fatti che altri non conoscono. L’informazione della nostra era del tweet e dell’annullamento delle distanze, è diventata un mestiere assai più complesso e rischioso, esposto ad errori che possono causare danni anche gravi.

La riproducibilità e la corruttibilità dell’immagine, manipolabile anche da giovani nativi digitali, non erano questioni immaginabili negli anni ’90. Le cosiddette “realità alternative” battezzate da Trump, senza scadere nelle squallide farneticazioni anti-scientifiche dei terrapiattisti e dei no-vax, sono notizie che vengono scaraventate ogni giorno sui social e sui telefonini di centinaia di milioni di persone.

Questo impone un supplemento pesante di attenzione e fatica a chi per mestiere cerca di capire e raccontare fatti e situazioni a chi è lontano e non sa. Da una parte non si possono ignorare i social, “seguiti” da centinaia di migliaia di cittadini; dall’altra non si può rinunciare alla logica del chi, come, dove, quando e perché.

È ciò che non solo chiede Ulisse nella *Divina Commedia* con il suo “fatti non foste a viver come bruti, ma per seguir virtute e canoscenza”. È ciò che chiede chiunque di normale intelletto quando apre un giornale e, dopo aver letto il titolo, va a leggere il racconto e la spiegazione.

Fare quindi una fotografia della stampa locale piemontese all’inizio di questi tribolati anni venti del 2000 non è un esercizio facile. Tanti di quei parametri elencati in precedenza sono cambiati, alcuni profondamente.

Per usare un paragone un po’ abusato, siamo passati dal bianco e nero al colore, non solo dal punto di vista delle tecnologie di stampa affinate.

Siamo passati soprattutto dalla parola all’immagine. Il testo, che per alcuni risale agli “acta diurna”, prima cronaca di Romana memoria, che ha avuto il battesimo nel ‘500 di Gutenberg, dando vita e memoria al preziosissimo lavoro dei monaci amanuensi, ha dovuto cedere in larga misura il passo al travolgente arrivo dell’immagine, creando nuovi codici di interpretazione dei fatti e privilegiando l’emozione rispetto al ragionamento, alla logica.

Nel 2020 irrompe in Italia e successivamente in Europa e nel mondo il Covid: regalo della Cina e della globalizzazione, che finora aveva prevalentemente mostrato aspetti economicamente, commercialmente e turisticamente più favorevoli.

È vero che il germe nazionalistico e ribellistico alla complessità del mondo aveva già ingenerato introiezioni verso il cortile di casa, lontani dal migrante, dal diverso, impauriti e impoveriti dalla crisi degli anni 2011 e seguenti, fino alla soglia del secondo decennio.

Ma la pandemia non solo ci chiude in casa per molto tempo, ma blocca le attività economiche e gli scambi in tutto il mondo. L’emozionante utopia del “saremo migliori” e “andrà tutto bene” si scontra con la realtà di un sistema sanitario che si regge sull’abnegazione di medici e infermieri, che non saranno neanche ringraziati alla fine, e di una gelata economica che, alla ripresa nel 2022, farà pagare con gli interessi tutto ciò che era rimasto sospeso nei due anni precedenti.

La ripresa economica, non in tutti i settori comunque, porterà con sé aggravamento di diseguaglianze sociali, carenza di investimenti pubblici da governi nel frattempo indebitatisi fortemente, la più iniqua delle tasse per i cittadini a reddito fisso primariamente, l’infrazione.

I prezzi schizzano alle stelle; non solo la benzina, con la sua ricaduta su tutti i servizi con trasporti, ma la carta, l’energia, gli affitti, le tasse locali, le tariffe postali.

La pandemia lascia sul campo morti e feriti. Non solo quelli che non ce l’hanno fatta, in casa o negli ospedali. Molti esercizi commerciali chiudono. Molti artigiani smettono.

Molte edicole tirano giù le saracinesche.

Piccolo è ancora bello?

Oggi vale ancora il detto che ebbe fortuna alla fine del secolo scorso, “piccolo è bello”?

È ancora vero, nell’era di Internet e dei social, che il giornale locale entra nelle case di tutti i cittadini del territorio di riferimento?

Nel febbraio 2023 la Fipeg, Federazione italiana di piccoli editori di giornali, nata nel 1994 in Piemonte e che rappresenta la quasi totalità delle testate locali, riassume così la situazione:

- 1) *Le testate locali attive in Piemonte sono 53.*
- 2) *La tiratura complessiva è di circa 400 mila copie.*
- 3) *Secondo parametri generalmente accettati, i lettori sono più di un milione e mezzo; per altri studi anche di più. Ai lettori si aggiungono oggi i milioni di visualizzazioni per le edizioni su digitale, con aggiornamenti pressoché quotidiani.*
- 4) *Gli addetti complessivi, grafici, amministrativi, pubblicitari sono circa 500; di questi 200 sono giornalisti, più tutti i collaboratori.*
- 5) *Il giro di affari è intorno ai 50 milioni, più indotto (pubblicità, stampa etc).*
- 6) *È opportuno poi sottolineare il numero di giornalisti contrattualizzati rispetto a 29 anni fa, oltre a quelli professionalizzati, che prima non potevano accedere alla qualifica professionale.*
- 7) *Con la collaborazione fortissima e reciprocamente utile della Regione Piemonte abbiamo migliorato moltissimo la nostra immagine ed efficacia. Oggi i nostri giornali sono sul tavolo della Regione il giorno stesso di uscita. Prima arrivavano anche dopo una settimana.*
- 8) *Abbiamo implementato insieme il portale de “I giornali del Piemonte”, con una collaborazione straordinaria con la Regione, che rende i nostri giornali disponibili a un pubblico regionale, nazionale e internazionale.*
- 9) *È attiva una legge regionale, dedicata all’informazione locale, aperta sia ai giornali su supporto cartaceo, sia a quelli su supporto digitale.*
- 10) *Da molto tempo la Regione ha scelto i giornali di informazione locale per veicolare la propria comunicazione istituzionale.*
- 11) *La rete dell’informazione locale piemontese è conosciuta ai vari livelli nazionali, con rapporti diretti con Fieg, Uspi, Dipartimento editoria e informazione etc.*
- 12) *Nella nostra Regione, ma non solo, il mondo dell’informazione locale ha spalle forti grazie alla sua storia (sono numerose le testate ultracentenarie), alla propria capacità di produrre informazione, all’efficacia ed efficienza aziendale, alla prossimità con il proprio territorio, alla fidelizzazione dei propri lettori, alla capacità di creare soggetti dell’informazione, giornalisti, grafici etc.*

Questo mondo, conclude la Fipeg, è un baluardo del pluralismo, a difesa della democrazia, che si rende sempre disponibile a dare voce anche a chi non ha voce.

È un mondo che non si rassegna alle difficoltà create nella distribuzione dei giornali in

abbonamento e al declino delle edicole, tuttora considerate veicolo culturale e informativo essenziale.

È necessario quindi, anzi fondamentale - conclude il documento della Fipeg - il sostegno istituzionale.

“Se c’è da sfondare ancora qualche ramo secco che succhia linfa vitale all’albero della informazione giornalistica plurale, lo si faccia. Ma un conto è potare, operazione sempre positiva, un conto è tagliare l’intero albero”.

Il selfie, scattato all’inizio del 2023, mette in chiaro alcune criticità che il variegato mondo dell’informazione locale piemontese cartacea si trova ad affrontare.

Negli ultimi 10 -15 anni, l’irrompere di Internet e l’esplosione rapidissima dei social ha determinato non solo un cambio di paradigmi nella confezione e trasmissione delle notizie, ma soprattutto la trasformazione della durata del tempo delle notizie stesse.

La notizia, in un mondo che corre sempre, troppo, si brucia in uno sguardo sul telefonino, in un’occhiata su Facebook o Instagram. E si va oltre. Spesso non si sa verso dove.

I 120 caratteri con cui i politici e non solo, cercano di dettare l’agenda della giornata, che ovviamente per il meccanismo “del botta e risposta”, avrà una mattina, pomeriggio e sera, saturano la capacità ricettiva del cittadino, che si accontenterà di un titolo, di un post, di una foto. Emblematici da questo punto di vista alcuni siti meteo (ormai tra i più visti in assoluto) che catturano l’attenzione con annunci di uragani incombenti, sciabolate artiche, denominazioni mitologiche di perturbazioni, a cui spesso non segue nel testo adeguato complemento informativo.

Una quindicina di anni fa l’Istituto Cattaneo di Bologna “fotografava” in circa 7 minuti il tempo che il lettore medio dedicava alla lettura dei quotidiani. Altro che preghiera dell’uomo laico di Hegeliana memoria.

La china era già scivolosa. Successivamente è diventata molto ripida e c’è stata negli ultimi anni la caduta verticale dei lettori dei quotidiani, in alcuni casi più che dimezzati.

L’effetto domino delle nuove tecnologie ha trascinato con sé la fiducia nell’informazione su carta, ridotta progressivamente a ruolo gregario rispetto a quello centrale di indirizzo e riferimento esercitato in tutto il Novecento.

La frase quasi idiomatica “l’ha detto il giornale” o “c’è sul giornale” è praticamente scomparsa dal lessico, sostituita da “ma chi li legge più i giornali?”.

Questo vale anche per la provincia, dove notoriamente, e verrebbe da dire per fortuna, i ritmi sono più lenti e il tempo a disposizione dei cittadini lettori per le riflessioni meno affrettate, maggiore.

Ovviamente la risposta è facile, data la natura stessa della periodicità della stampa locale, la consuetudine alla familiarità con la testata già ricordata, il tempo libero più dilatato e gli spazi più ristretti rispetto alle grandi concentrazioni urbane.

Però intanto dal documento Fipeg si può estrapolare un primo dato di raffronto con l’indagine condotta dal Prof. Marletti a metà degli anni ’90.

L’Università di Torino cifrava allora, in un range tra 500 e 600 mila copie, la diffusione di copie settimanali delle testate piemontesi, all’epoca tra 60 e 70 complessivamente. I lettori stimati circa 1 milione e 800 mila.

Trent’anni dopo la Federazione dei Piccoli Editori fotografa in 400 mila copie la tiratura complessiva di 53 testate, per un milione e mezzo di lettori. Ovviamente precisa ancora Fipeg, altri calcoli forniscono anche cifre un po’ superiori, a cui vanno aggiunti milioni di visualizzazioni che trent’anni fa non c’erano.

Ma che non significano lettori unici.

Si può evincere quindi che anche nell'universo della stampa periodica c'è stata una contrazione di copie e lettori. Sicuramente meno drammatica che nei quotidiani, ma percepibile e percepita.

La prima e fondamentale criticità è questa a cui si aggiungono altri fattori negativi che fungono da concause non marginali.

Negli ultimi anni le edicole hanno seguito la parabola discendente della diffusione della carta stampata; parabola divenuta ripido crepaccio negli ultimi 3 o 4 anni.

In alcune città, oltre a Torino dove assume quasi aspetti da carestia, la chiusura dei caratteristici chioschi, elementi di socializzazione aggiunta nei medi e piccoli centri, ha raggiunto quasi il 50%, come denuncia il Direttore del Corriere di Novara, Sandro Devecchi.

Questo non solo rende più disagevole l'accesso al giornale, soprattutto per il pubblico più affezionato degli anziani, ma ne cancella addirittura la possibilità nei paesi piccoli dove la diffusione non arriva neanche più. Se si aggiunge che la pandemia ha portato alla chiusura di esercizi commerciali che fungevano da supporto, cartolerie, tabaccherie, il quadro si colora di un grigio intenso. Sia per chi i giornali li fa, sia per chi li vorrebbe leggere per essere informato su ciò che accade intorno a lui. E non può magari neanche contare su Internet, perché la banda larga non arriva o sulla tv, come in molte zone delle terre alte, in Piemonte.

Questa è la seconda criticità, che non è poca cosa, perché si configura praticamente come un diritto democratico negato.

Accanto a queste, non va trascurato l'impatto di un servizio postale chiaramente non più universale, aumentato significativamente di costo negli ultimi anni e con servizi ridotti nelle zone periferiche della regione e l'aumento vertiginoso del costo della carta, tributaria a sua volta degli aumenti dei costi energetici dovuti alla guerra della Russia contro l'Ucraina e alle "strozzature" logistiche post pandemiche.

Ma come se le cava chi sta in prima linea? Come affrontano giornalisti ed editori queste condizioni, in parte strutturali, in parte straordinarie, che hanno caratterizzato l'inizio del nuovo millennio?

La situazione vista dai protagonisti da testimoni o promotori?

Sul campo la situazione è grave, ma non seria, direbbe Flaiano.

Anche il calabrone vola

Massimo De Nuzzo, amministratore delegato del *Corriere Valsesiano*, nonché storico direttore de *La Provincia di Biella* (ora è solo più redattore part time), racconta di una frana della stampa locale negli ultimi due-tre anni. Dal 7% al 20% la caduta, che ha coinvolto tutta la piazza. Biella è da sempre un sorprendente mistero, come il calabrone, che sfidando le leggi della fisica, riesce lo stesso a volare.

Il territorio provinciale conta circa 80 mila abitanti e, caso quasi unico, ospita tre testate periodiche, che si contendono i lettori quasi ogni giorno della settimana.

Il Biellese, storica testata della Diocesi e *l'Eco di Biella*, fino a non molto tempo fa di proprietà della forte Unione Industriale, si sono contese per lungo tempo la piazza. *La Provincia di Biella*, testata più giovane, si è ricavata uno spazio da una ventina d'anni.

La lotta è dura, ma soprattutto negli ultimi anni è cambiato il rapporto tra il cittadino/lettore e il giornale.

Se prima era il cittadino che andava all'edicola, o magari anche direttamente alla sede del giornale per chiedere, proporre, reclamare, ora è il giornale che ricerca il lettore, per stimolarne la curiosità, la partecipazione a qualche iniziativa. Se prima il giornale era un osservatore spesso distaccato degli eventi della comunità cittadina o paesana, ora diventa una sorta di attore e promotore di situazioni, accompagnatore di tradizioni, indicatore di prospettive, conduttore di dibattiti. Alla ricerca costante di nuovi ruoli e visibilità, usando tutti i supporti che le nuove tecnologie mettono a disposizione, stando su Facebook e Instagram, per proporre più agevolmente iniziative estemporanee, come quelle di mandare foto per la festa del papà o scegliere con concorso il miglior barista, ovviamente ricadenti poi sul cartaceo.

Il web è un alleato prezioso del giornale che fa molte iniziative, anche se finora le edizioni digitali non portano grandi incrementi economici, per via di una progressiva desertificazione commerciale locale, figlia di una crisi economica che ha messo in ginocchio i piccoli esercenti.

Ma non ci sono solo le iniziative estemporanee: De Nuzzo ha lanciato le liste broadcast, per chi vuole essere sempre informato. Sono circa 6000 persone iscritte alla *Provincia di Biella* che ricevono notizie e a cui il giornale risponde direttamente, potenziando così un'informazione multicanale che aiuta a fidelizzare il rapporto con il giornale.

In questa ottica l'edizione on line non è quindi solo una "ripetizione" o un'anticipazione dell'edizione cartacea; diventa viceversa un motore aggiuntivo, la batteria elettrica dell'auto ibrida, che spinge ancor più la testata a un ruolo attivo nell'arengo cittadino. Fedele e tempestivo ausilio non solo dei fatti di cronaca, ma anche delle campagne di opinione che il giornale decide di condurre.

Tutto questo non basta: De Nuzzo, da giornalista, ma anche da amministratore che lavora con i bilanci, vede uno squilibrio economico che viene risanato a fatica solo grazie alle provvidenze della

legge sull'editoria del 2017. Gli aumenti della carta (in un anno alla *Provincia* 75.000 euro in più), di luce, benzina hanno sballato i conti, che tornano in pari solo grazie alle provvidenze nazionali.

Né gli stratosferici numeri sulle visualizzazioni del sito (il secondo su piazza dopo *BiellaNews*), esplosi soprattutto durante la pandemia, portano fieno in cascina, senza dimenticare che i lettori unici sono tutt'altra cosa.

Cronaca e sport, gli architravi

Anche a Novara i problemi sono gli stessi: in 5 anni - racconta Sandro Devecchi - direttore del *Corriere di Novara*, le edicole si sono dimezzate, passando da 75 a 40, pesante handicap per le vendite soprattutto per gli over 50 che acquistavano il giornale con i coupon.

In tre anni la diffusione è calata di circa il 10%, mantenendo comunque un livello più che discreto di 15 mila copie a settimana.

Il Corriere di Novara è passato in nove anni dalla proprietà confindustriale, insieme all'*Eco di Biella*, al gruppo Netweek di Merate (Farina) nel 2016; ora è in procinto di approdare al gruppo televisivo romano dei fratelli Sciscione, forte di diverse tv e circa 40 portali, e può contare su un organico di 7 giornalisti, 3 grafici e una robusta rete commerciale. Infatti, nonostante le difficoltà e la pandemia, la pubblicità tiene - racconta sempre Devecchi - grazie anche alla formula di una cronaca locale spinta e un'edizione del lunedì dedicata al racconto capillare delle manifestazioni sportive del fine settimana in tutto il Comprensorio.

Il bacino di diffusione è infatti ampio, abbracciando Novara e VCO, Ovest Ticino fino a Borgomanero.

Ma non basta più - aggiunge Devecchi - fare il giornale bene: "Facciamo ancora opinione, ma dobbiamo proporre iniziative per continuare a legare i lettori al giornale e a consolidare la nostra presenza. Piantiamo alberi, produciamo libri stremma, stimoliamo vari eventi che incontrino le sensibilità ai problemi della città e del territorio".

Per aiutare la vita del giornale di carta, a Novara hanno fatto una scelta un po' diversa da altri: è nata *PrimaNovara*, un unico portale che raccoglie 4 giornali, *Corriere*, *Novara Oggi*, *Arona* e *Borgomanero*, che raccoglie 1 milione di visualizzazioni al mese.

Filiazione di *NewsPrimaPiemonte* e *NewsPrimaLombardia*, sempre diretto dallo stesso Devecchi, può contare su due redattori dedicati, uno per Novara e uno per Arona e lago.

Tutti possono intervenire, costruendo un ponte bidirezionale con i cittadini, che consente anche ai giovani di partecipare più attivamente allo svolgimento e all'informazione sui fatti di interesse pubblico.

Piccolo aneddoto sul radicamento del *Corriere* in città. Chi scrive, arrivato alla stazione di Novara, per raggiungere la redazione chiede a diversi passanti ragguagli sulla direzione da prendere per una certa via, incontrando una gamma varia di "non saprei, è completamente dall'altra parte, mai sentito nominare", fino a quando, di fronte all'ennesima perplessità, pronuncia per miglior definizione "dove c'è la sede del *Corriere*". Solo allora, come una chiave magica, il percorso, per fortuna ormai vicino, diventa chiaro e nitido. Quando si dice del rapporto tra una città e il suo giornale.

Fiducia, non raccontiamo balle

All'altro capo del Piemonte, a Cuneo, c'è una corazzata, *La Guida*. Diretta dal 2003 da Ezio Bernardi, dopo la trentennale direzione di Don Marino, riflette nella longevità direzionale, la solidità del rapporto con la città e il suo territorio.

L'editore è la Diocesi, ma Bernardi ci tiene a rimarcare che *La Guida* è il giornale di Cuneo, di tutta Cuneo.

Pur non avendo un territorio di diffusione ampio come quello di Novara, circondato com'è il capoluogo da centri limitrofi importanti per storia, economia, tradizioni, come Alba, Fossano, Saluzzo e Mondovì, *La Guida* fa numeri importanti, superando le 16 mila copie la settimana. Particolare importante, 13 mila di queste sono in abbonamento, a palmare dimostrazione del rapporto di fiducia che lega la testata al suo pubblico.

La Guida nasce nel 1945, non più in continuità con il *Dovere*, testata antecedente, chiusa dal fascismo.

Il dopoguerra, la Liberazione in un territorio che ebbe a pagare un pesante tributo alla crudeltà nazifascista, dall'eccidio di Boves al campo di concentramento di Borgo San Dalmazzo, l'indirizzo politico interclassista democristiano rapidamente egemone, sono tutti elementi che fungono da propellente per un giornale che si dichiara apertamente e diventa strumento di partecipazione di tutta la comunità, desiderosa di parola e opinioni dopo vent'anni di censura.

Questo, unito a un radicato e non comune senso civico, diventa la piattaforma da cui il giornale parte e si consolida.

"Noi facciamo una cronaca completa, curiosa e non banale" - spiega pacatamente, ma assertivamente, Bernardi - "Non contiamo balle e questo ci permette di essere identificati come credibili".

Il tenace rapporto di fiducia, alimentato costantemente negli anni da una gestione professionale, hanno consentito di resistere meglio che in altri casi alla crisi e alla pandemia.

La discesa di copie si è limitata a 350 copie rispetto al marzo del 2022, bilanciata, anche se non economicamente, dal rimbalzo delle circa 600 mila visualizzazioni mensili durante la pandemia.

La Guida on line, spiega Bernardi, consolida il "brand", rafforzando la testata sul territorio. Ma ovviamente non è una duplicazione della cronaca settimanale del cartaceo, che non ha subito durante la crisi nessuna diminuzione di foliazione.

L'organico redazionale è robusto; conta 8 giornalisti, direttore compreso, e 3 grafici, completati da 3 amministrativi e da una rete importante di 110 collaboratori, che assicurano la copertura capillare anche delle frazioni e dei borghi montani.

Il 30%-40% del lavoro è assorbito dall'edizione digitale e *la Guida* "naviga" anche su Facebook, mentre - dice Bernardi - stiamo valutando anche altre piattaforme.

Certamente la crisi ha portato anche nel cielo di Cuneo, solitamente azzurro, nuvole grigie: gli aumenti drastici di carta ed energia porterebbero il bilancio in rosso se non ci fossero le provvidenze governative, che permettono anche qui, come altrove, di mantenere in equilibrio i conti.

Constatazione che accomuna la valutazione positiva sul provvedimento governativo da parte di tutti gli attori dell'editoria locale, dal Sempione al Tenda. Non è cosa da poco di questi tempi confusi e nervosi.

Vecchio e nuovo Marchesato

Anche il territorio dello storico Marchesato di Saluzzo ha il suo giornale diocesano di riferimento, ma di laica e importante diffusione.

Il Corriere di Saluzzo copre, oltre alla città, le Terre del Monviso: le Valli Varaita, Maira, Po,

Bronda e Infernotto e a scendere giù in pianura, fino a Lombriasco, Cavour e Casalgrasso.

È diretto da Alberto Gedda, saluzzese doc, ma prima a lungo giornalista a *La Stampa* e in *Rai*.

Gedda denuncia, come gli altri suoi colleghi, un aumento sensibile dei costi della carta, raddoppiata, ma anche degli inchiostri per la penuria di zinco. Nonostante questi aggravi, il *Corriere*, settimanale che esce il giovedì, diffonde circa 12500 copie e su 8 mila abbonamenti del 2022 solo 140 sono andati persi.

Anzi, nonostante i suoi 110 anni d'età, il giornale, forte anche di prestigiose collaborazioni come quelle di Gianpiero Gramaglia e Battista Gardoncini, dal settembre 2022 è passato al formato tabloid, aumentando la foliazione da 64 pagine fino a 92, grazie anche a quattro numeri speciali all'anno centrati su estate e settembre saluzzese.

Il territorio del fu Marchesato è assai vivace culturalmente e promuove molte manifestazioni, tradizionali, ma anche dedicate a importanti segmenti economici come il pregiato artigianato del mobile, che richiamano numeri importanti di visitatori dal Piemonte e da altre regioni.

Questo fermento di eventi è "coperto" da 10 giornalisti, direttore compreso, da 3 collaboratori di redazione e da circa 80 collaboratori.

Due redattori in particolare sono dedicati al sito, su cui convergono i tanti video (e qui si vede la mano del direttore "televisivo"), che seguono, raccontano e promuovono le tante manifestazioni che si svolgono nel Saluzzese. Senza dimenticare Facebook, Instagram e Twitter (che ora si chiama X), per poter raggiungere il più ampio pubblico possibile, specie quello giovanile, refrattario alla carta stampata.

Un operatore culturale multimediale: così Gedda definisce il *Corriere di Saluzzo*, che usa tutti i canali possibili per partecipare attivamente alla vita della comunità e rafforzare la propria credibile identità.

Giornali diocesani – La cabina di regia di corso Matteotti

L'imponente rete di giornali cattolici ha il suo riferimento regionale organizzativo e non solo, nell'Agenzia Giornali Diocesani Piemonte, a Torino, nella storica sede di corso Matteotti 11.

La dirige da 15 anni, prima e unica direttrice a livello locale piemontese, Chiara Genisio.

Il barometro da corso Matteotti segna moderata schiarita: una tiratura complessiva maggiore dei mezzi di informazione, garantita da società strutturate, compresi enti morali e cooperative, obbligate oltretutto dalla legge del 2018 sull'editoria ad avere una presenza digitale attiva per poter accedere alle provvidenze statali.

L'utilizzo dei social è patrimonio - dice Genisio - di tutti i giornali diocesani, che anzi, dopo la pandemia, hanno incrementato significativamente anche le notizie di servizio on line.

La vera definizione dei giornali locali - sostiene convinta Chiara Genisio - è giornali di comunità, che svolgono una funzione più ampia di identificazione e coesione sociale tra i cittadini, usando tutte le piattaforme che le nuove tecnologie hanno messo a disposizione.

L'Unione Monregalese - dice sempre la battagliera direttrice dell'Agenzia - è pioniere dei social con i suoi 38 mila followers, insieme alla *Gazzetta d'Alba* che sfiora i 50 mila fedeli fans digitali.

La peculiarità della rete cattolica rende possibili sinergie, come a Novara, dove 9 testate sfornano 4 edizioni, "pilotate" da una testata principale, *L'Informatore*, per veicolare più diffusamente le informazioni.

Altrove si sperimentano altre soluzioni, come alla *Vita Diocesana Pinerolese*, quindicinale redatto da volontari che arriva a tirare 15 mila copie.

In generale comunque - rassicura Chiara Genisio - in tutte le testate giornalistiche diocesane i lavoratori sono contrattualizzati, con tre tipologie diverse, come quelle della FNSI, Fisc, Anso.

La grande crisi dei quotidiani rappresenta comunque un'opportunità per i giornali di comunità. Durante la pandemia, tutte le redazioni sono rimaste aperte, senza interrompere l'attività; questo ha contribuito ad aumentarne la credibilità, certificata anche da un aumento degli abbonamenti cartacei, finita l'emergenza.

Ma non tutto riluce. Sul digitale - dice sempre Chiara Genisio - siamo ancora a una fase dilettantistica.

I programmi e le grafiche dei siti necessitano di continui aggiornamenti e relativi investimenti. E tutto questo costa non poco, soprattutto se si vuole mantenere una certa qualità informativa, a differenza dei Citynews, che invece perseguono una politica commerciale che determina l'importanza della notizia dal numero dei click raggiunti.

A livello nazionale - annuncia Genisio - la FISC avvierà un corso sulla comunicazione digitale per irrobustire le professionalità in questo ambito in grande espansione, con una formazione che durerà tre mesi.

In Piemonte *Gazzetta d'Alba* e *Corriere di Saluzzo* stanno già facendo esperimenti in tal senso, coinvolgendo anche i giovanissimi nella vita dei giornali.

Si nota, da Corso Matteotti, una sensibilità nuova, una prospettiva che non si limita alla denuncia, ma che si impegna anche nella proposta. Sensibilità peraltro in linea anche con l'ineludibile intento pedagogico insito nella cultura cattolica.

Ma in questo quadro certamente non negativo, malgrado l'avversa congiuntura economica recente, spicca il ritardo nel colmare il divario di genere.

Le figure apicali femminili nell'editoria locale sono decisamente poche: oltre a Chiara Genisio, al timone ci sono solo Manuela Borraccino a Novara, Manuela Colmelet a Biella (*Il Biellese*), Piera Savio alla *Nuova Periferia* di Settimo, Paola Molino a *L'Eco del Chisone*, Maria Grazia Olivero, condiretrice ad Alba.

Ci torneremo in seguito.

Sono ancora diverse le questioni che solleva Genisio, dal cruciale problema della distribuzione alla proposta di innovare nel settore degli abbonamenti, con formule non più onnicompreensive, ma "sezionabili", con micro-abbonamenti, ad esempio, solo ad alcune parti del giornale.

Equilibrio tra cartaceo e digitale, l'obiettivo di Policante e Zavattaro

Il quadro generale viene integrato da Policante e Zavattaro, rispettivamente Presidente, recentemente riconfermato, e Segretario, nonché Direttore de *La Vita Casalese*, della Fipeg.

I contributi statali datano dal '90, riformulati poi con una nuova legge del 2017.

Vengono assegnati - spiegano Policante e Zavattaro - in base alla tiratura delle testate, divisa in 5 fasce: la prima fino a 4mila copie, la seconda fino a 8mila; la terza fino a 12mila, la quarta fino a 20 mila, la quinta oltre 20mila. Lo stanziamento assomma a 45milioni di euro, che garantiscono il pluralismo informativo delle testate locali, molte delle quali gestite da cooperative, anche se tra i finanziamenti fanno capolino testate quotidiane nazionali come *Libero*, *Il Foglio* o *la Verità*.

Il futuro del giornalismo locale risiede, secondo Policante e Zavattaro, nell'equilibrio tra il cartaceo e un crescente digitale, alla ricerca di una multimedialità ormai necessaria, come ad esempio ad Asti e Alessandria, dove bi-settimanali diventati settimanali stanno potenziando decisamente le edizioni digitali.

Ci sono poi alcune catene che attuano sinergie interne di servizi per razionalizzare i costi, come il gruppo NEXI-NETWEEK dello stampatore lombardo Farina che conta diverse testate a Settimo, Chivasso, Rivarolo, a Novara (il *Corriere*), a Vercelli con *Notizia Oggi*, a Borgosesia e a Biella (*Eco di Biella*), coprendo una cospicua parte del Nord Est del Piemonte.

O come i già citati diocesani, 19 testate, escluse Novara e *La Guida* di Cuneo, molte delle quali gestite da cooperative, fenomeno che aumenta il distacco tecnico tra queste testate e le diocesi, originarie editrici delle stesse.

La necessità della sopravvivenza economica porta alla rinuncia alla proprietà, per affidare la gestione o a un Ente Morale (diocesano o laico) del Terzo Settore che fa comunicazione o a una cooperativa.

La legge prevede che chi prende contributi non può dividere profitti prima di 8 anni: in sostanza - spiega Pietro Policante - quando fai la cooperativa rinunci agli utili.

L'universo on line infine è assai ricco e variegato e di difficile decifrazione dal punto di vista della qualificazione informativa e dal riconoscimento professionale degli attori. Ne fa fede l'elenco dei blogger e dei siti registrati al ROC (registro operatori della comunicazione) del CORECOM, che pubblichiamo a parte.

Facciamo da soli sostiene Giachino

Diverso a Casale il punto di vista di Emanuele Giachino, editore de *Il Monferrato*. Innanzitutto Emanuele, che ha rilevato il testimone, insieme con il fratello, dal padre Giovanni, storico primo Presidente dell'Associazione degli editori piemontesi, ci tiene a sottolineare che *Il Monferrato* è l'unico bi-settimanale rimasto in edicola nella provincia di Alessandria.

Il giornale è solido, ha un accordo con RCS per la stampa, persegue positivamente l'equilibrio tra qualità e business. Ma non mancano punti problematici. Il giornale locale è eminentemente cronaca, ma fare informazione accurata costa e la legge 633 del 1941 - dice Giachino - sul diritto d'autore può proteggere solo marchi e brevetti, ma non il software, impedendo di rivalersi sui saccheggi informativi.

Ma a parte il vuoto giuridico nella delicata materia che vede contrapposti gli editori e i grandi fornitori di contenuti mondiali, Emanuele Giachino ha un'opinione molto netta sui contributi statali erogati direttamente alle cooperative e agli Enti Morali: la considera una truffa, soprattutto pensando che durante la pandemia i giornali hanno lasciato a casa o messo "in solidarietà" i giornalisti.

Ora la corsa, secondo Giachino, è diventare Fondazione per avere contributi diretti; ma per potervi accedere devi avere un patrimonio netto attivo da almeno tre anni.

Il Monferrato non ha chiesto contributi statali, anche se nessun ristoro è stato somministrato in seguito alla pandemia.

Il motore economico del giornale, la pubblicità, è anch'esso in sofferenza.

La raccolta - spiega Giachino - si fonda su tre tipi di ricavi

- 1) la raccolta locale, ma il commercio locale è troppo piccolo;
- 2) l'interscambio tra i giornali; non c'è più, manca una Manzoni che metteva ordine nei mercati;
- 3) manca una nazionale OPQ, per raccogliere pubblicità regionale e nazionale.

Questa situazione è dovuta, secondo Emanuele, all'incompetenza degli editori.

Dove invece spicca la lungimiranza dell'editore è l'on line. Giachino rivendica con orgoglio di aver costruito, fin dal febbraio del 1996, tra i primi in Italia, un sistema mutuato dal Washington Post, con un database relazionale perfezionato con l'Università di Bombay.

L'edizione on line non è un blog, ma un vero e proprio giornale; e qui Giachino snocciola cifre francamente impressionanti: 140 milioni di visitatori l'anno, 130 mila utenti unici al mese.

Ma il fatturato della pubblicità è ancora solo al 7%, rispetto all'obiettivo del 30%.

La via della crescita equilibrata tra cartaceo e digitale è ancora lunga e il mercato si presenta troppo asfittico e frammentato.

Ogni territorio ha il giornale che si merita

A Pinerolo si respira aria fortemente innovativa; passaggio epocale dal tipografico all'on line. Situazione difficile dal 2018 - racconta Paola Molino - da poco Direttrice della testata, gestita dalla cooperativa succeduta alla storica proprietà diocesana, editrice di un settimanale che, all'epoca della direzione di Don Vittorio Morero, veniva definito "*il Corriere della Sera*" piemontese, per eleganza grafica e ampiezza di contenuti.

Avevamo un modello di business da boita piemontese - dice Molino - e nel 2020 abbiamo dovuto fare un triplo salto carpiato, rifacendo igiene ambientale, formato e grafica e ottimizzando, per di più, i processi produttivi in smart working.

A gennaio del 2020, per presentare il nuovo giornale, è stato lanciato un Open day in redazione che ha visto partecipare un mucchio di gente, 30 Sindaci del territorio, realizzando anche uno spin off del Museo della Cavalleria nella redazione stessa. Un territorio, va detto, che ha subito più di altre zone della regione, i pesanti contraccolpi della crisi industriale che ha colpito l'area della Provincia di Torino.

L'Eco del Chisone copre circa un centinaio di Comuni, da Pinerolo al Saluzzese, dalla Val Sangone a Orbassano, Nichelino, alla pianura di Polonghera, Cardè, Moretta. Oltre naturalmente alle Valli Pellice e Chisone.

L'Eco racconta - dice la Direttrice - la MetroMontagna e i suoi problemi di area di mezzo tra il Capoluogo di regione e le Valli alpine, dove le Olimpiadi non hanno funzionato da volano di sviluppo.

L'Eco è giornale di tutti. La storica divisione di aree religiose tra i cattolici e i valdesi delle Valli non ha più senso: solo il 5% dei cattolici va a messa e il tempo festivo è progressivamente evaporato.

I problemi sono di tutti e *L'Eco del Chisone* li vuole raccontare, quando non sollevare con le sue 23.000 copie settimanali, abbonamenti compresi.

Il riassetto editoriale è partito in modo rapido: è stato chiuso *L'Eco Mese*, magazine locale, sostituito da *Extra*, stessa cadenza, ma tendenza monotematica per meglio focalizzare e approfondire problemi.

L'inciampo iniziale della pandemia ha evidenziato un bisogno di informazione altissimo a cui la redazione ha risposto aprendo un numero Verde per le risposte ai cittadini e spinto al massimo l'on line. Anche il Comune e la Caritas si sono appoggiati a questa sorta di servizio pubblico che ha visto una grande partecipazione, più del 50%, con una età media al di sotto dei 45 anni.

Questi dati segnalano l'alta reputazione e credibilità del giornale e la sorprendente adesione anche dei giovani, realtà piuttosto assente in molte altre zone; il giornale ha risposto dedicando una persona a tempo pieno al numero Verde e costruendo una mappa interattiva per ogni tipo di servizio.

La filosofia della giovane Direttrice è chiara e sfidante: ogni territorio ha il giornale che si merita e *L'Eco* deve essere modello di Community, spazio per la voce di tutti, che porta temi di discussione, non solo proteste, ma anche proposte.

Il giornale deve interpretare le notizie che la gente sa già e dare strumenti perché si possa formare un'opinione.

Quindi campagne su cambiamenti dei modi di vivere, stravolgimenti climatici, siccità, rifugi alpini, industria della neve energivora e via elencando. E ancora media partner di iniziative ecologiche, (corri e raccogli rifiuti), cercare buone pratiche.

Paola Molino non si tira indietro rispetto ai problemi dell'impallidito prestigio della professione

e dell'inaridimento delle risorse economiche; anzi, rilancia su un tema ormai trascurato dai più, il presidio del linguaggio, che non è solo forma, in via di corrosione, ma sostanza.

E ad esempio, nota come nel caso dei femminicidi, diventati una realtà di cronaca troppo frequente, il racconto avvenga quasi sempre dalla parte dell'aggressore, non della vittima.

Indicazioni date ai 20 giornalisti, di cui 9 professionisti, e agli 80 collaboratori, che insieme a fotografi ed a 2 correttori di bozze, compongono la forza redazionale. Redattori che guidano anche visite alle scolaresche, specie le quinte elementari, e seguono concorsi con le scuole, che inviano articoli, singoli o di classe, poi pubblicati sulle pagine dedicate al dialogo.

Voci giovani di dentro e di fuori, che vengono affiancate da commenti in prima pagina o su *Extra* da editorialisti esperti.

Un cantiere nuovo, su un edificio storico, che si avvale anche di una Collana della memoria, in collaborazione con una casa editrice di Villar Perosa. Senza ecobonus del 110%.

Meno attori, più competenti

Alberto Marello è un altro giovane Direttore che si è trovato ad affrontare diverse difficoltà.

Proveniente da Casale, piazza Vandeano, dirige *// Piccolo* di Alessandria, storico periodico del capoluogo di Provincia, arrivato anche a diffondere tre edizioni alla settimana.

Nel 2016, la testata si trova in una situazione difficile, indietro nell'arena digitale e in retromarcia nel cartaceo.

Nel 2019, racconta Marello, nasce un unico gruppo che "contiene" tre giornali di carta (*Alessandria*, *Novese* e *Ovadese*) e 8 siti internet (uno per ogni centro della provincia), riunendo anche le redazioni.

La redazione unica, 11 a tempo pieno, 30 collaboratori, affiancati da un gruppo di autori su varie specializzazioni - spiega Marello - divide le notizie per luogo e tema, destinandole al sito di pertinenza; la ricaduta sui social, Facebook e Instagram, è immediata, generando mediamente un flusso in uscita di 50 comunicazioni al giorno.

Il tentativo, stante l'età media del lettore superiore ai 50 anni, è quello di recuperare l'attenzione dei giovani, affiancando il digitale alle edizioni cartacee del giovedì di *Novese* e *Ovadese* e a quelle del martedì e venerdì (ma da novembre solo più il venerdì) de *// Piccolo*.

È in corso quindi, anche ad Alessandria, la costruzione del giornale multimediale del territorio provinciale, come già verificato in altre zone piemontesi. Il complemento tra carta e digitale è ormai una tendenza ineludibile, considerata anche la necessità, come conferma Marello, di allargare il target con i siti.

Anche ad Alessandria (niente clamori tra il Tanaro e il Bormida, raccontava Umberto Eco), la pandemia ha lasciato il segno, con il 35% di edicole chiuse e non più riaperte.

E anche qui, come già denunciato da Emanuele Giachino a Casale, la pubblicità sul digitale non compensa le perdite della raccolta sul cartaceo. Gli inserzionisti chiedono il "pixel tracing", ovvero vogliono sapere il tempo effettivo di lettura e non solo la visualizzazione, considerato anche che il tempo medio di permanenza in generale sui social è meno di 1 minuto. Meno male, dice Marello, che il giornale può contare su un gruppo di redattori indispensabili che non guarda mai l'orologio.

Allargando lo sguardo, il giovane e appassionato Direttore vede un futuro con molti meno attori e molto più competenti. Con una cura più attenta alla qualità dell'informazione, a un linguaggio sintatticamente più ordinato e comprensibile, a cominciare dalla confezione di titoli descrittivi e didascalici, perché si possa tornare a dire "l'ha detto il giornale", ristabilendo credibilità e fiducia con i lettori. Anche con la vicina casalinga di Voghera.

Vai al QR code

Non molto diversa la situazione ad Asti, dove *La Nuova Provincia* ha appena festeggiato il suo settantesimo compleanno.

Anche ad Asti - racconta il Direttore Fulvio Lavina - a lungo redattore e poi responsabile dell'edizione locale de *La Stampa*, la pandemia ha fatto danni.

La Nuova prima del 2020 usciva come bisettimanale, in seguito settimanale, in edicola il martedì.

I punti di forza del giornale sono la cronaca e lo sport, che ancora negli anni '90 "trainavano" la coda all'edicola il martedì pomeriggio.

Tempo che fu, perché proprio le edicole sono una delle maggiori preoccupazioni di Lavina.

In un'area di diffusione di 118 Comuni, che spazia da Nizza e Canelli dalle valli Belbo e Bormida a Villafranca, Villanova, San Damiano e Castelnuovo Don Bosco, 40 di questi contano meno di 500 abitanti e almeno 30 sono privi di edicola. Una Provincia piccola, collinare, di grande bellezza, ma di non facile distribuzione del giornale e di accesso ad Internet.

I 6 giornalisti (Direttore compreso) e i 6 corrispondenti esplorano quindi le aperture possibili sui social, anche qui Facebook e Instagram.

E fanno fuoco con la legna che hanno a disposizione, che però non è poca; ad Asti numerosi gli eventi di richiamo, dal Palio alla Douja d'or, che caratterizzano, come a Saluzzo, la stagione di fine estate, con molte migliaia di visitatori e una ricca offerta tradizionale e culturale.

Tutte occasioni di lavoro redazionale in più, oltre la cronaca, di speciali ricchi di suggestioni e informazioni utili, come per la pregevole mostra su Caravaggio allo storico Palazzo Mazzetti del 2023.

Per la visita di Papa Francesco ai suoi luoghi di origine (Portacomaro alle porte di Asti), *La Nuova* organizzò una diretta Facebook che fece registrare un autentico boom di ascolti; ma accanto al "sacro" c'è anche molto di profano nella vivace Asti, dalla Bagna Cauda Day alla serata RAP, un festival di musica che si accompagna a quelli più noti, primaverili ed estivi, di teatro e musica pop internazionale, appuntamenti noti da tempo al grande pubblico: *La Nuova* - dice Lavina - racconta gli avvenimenti, ma ne promuove anche di nuovi, cerca di diventare un attore presente nella città e nella Provincia.

Per approfondire con immagini e testi a corredo di eventi e manifestazioni trattate in cronaca, *La Nuova* si è inventata un QR Code sull'edizione cartacea, che rimanda al web, irrobustendo concretamente la struttura multimediale della sua informazione e gettando un ponte tra il tradizionale lettore, anziano, della carta e il possibile nuovo pubblico, più giovane, parimenti interessato agli accadimenti nella sua comunità.

Nuovo sito e sistema alla "decana"

Anche a Vercelli la pandemia ha lasciato il segno del suo passaggio. *La Sesia*, il più antico periodico di informazione piemontese, insieme a una testata saviglianese, dalla primavera del 2020 è passato a settimanale; delle due uscite, martedì e venerdì, è sopravvissuta solo quella del venerdì.

Durante la pandemia - racconta Roberto Ponte, direttore dal 2018 - abbiamo sempre lavorato tutti, meno un redattore che lavorava da casa, comunque a pieno ritmo. Ma c'è stato un drastico calo della pubblicità che ci ha tagliato le gambe.

In quel periodo l'on line ha conosciuto un balzo spettacolare, toccando il tetto dei 4 milioni di lettori unici, anche se - puntualizza Ponte - non erano certo tutti del nostro bacino di diffusione.

Bacino che comprende ovviamente Vercelli città, la provincia, fino ai confini della Valsesia, dove regna *NotiziaOggi* di Borgosesia, fino a lambire la Lomellina, con i Comuni di Robbio e Palestro e il

comprensorio casalese, dove si divide Trino Vercellese con il Monferrato.

La spinta della pandemia, con la sua sete di informazione da parte dei cittadini chiusi in casa, ha spinto l'editore Cavezzale a rifare il sito, tecnologicamente obsoleto e di difficile accessibilità attraverso i motori di ricerca. L'azienda di Milano che lo ha rinnovato, ha cambiato anche il sistema editoriale, contribuendo alla miglior qualità e velocità della produzione giornalistica.

A Vercelli, come nelle altre piazze, però la raccolta pubblicitaria sul supporto telematico è insufficiente, anche se si registra – nota il Direttore - un numero molto alto di necrologi; pure le notizie di stretta pertinenza della comunità - racconta Ponte - come ad esempio un incidente d'auto, sia pur senza morti, portano fino a 5000 visualizzazioni sul sito, mentre notizie di politica o di sport sulla stessa piattaforma, non superano le 300 manifestazioni di interesse.

Significativi segnali di preferenza dei lettori per la cronaca di prossimità, di vita quotidiana che può toccare da vicino, a differenza di altre realtà che appaiono più lontane.

Anche *La Sesia* è sbarcata da tempo sui social e ha costruito una stretta interazione tra Facebook e il sito; è diventata a tutti gli effetti una edizione autonoma dal cartaceo, a maggior ragione da quando è passato a una sola edizione settimanale.

Al giornale lavorano tre giornalisti in tutto: insieme al Direttore, che funge anche da redattore a tempo pieno, ci sono due redattrici esperte. Dal 2021 purtroppo non c'è più Paolo Sala, redattore e profondo conoscitore dello sport, stroncato sul pezzo da un infarto una domenica.

In attesa di tempi migliori, Ponte e le sue colleghi che si alternano anche al web, si ingegnano a confezionare ordinariamente le notizie della settimana, ma anche a immaginare e costruire eventi che destino l'interesse della cittadinanza e ad avviare iniziative che possano avere un futuro non effimero.

Una di queste - racconta Ponte - è una specie di "Cucina senza Frontiere", una competizione gastronomica, costruita insieme all'Istituto Alberghiero di Trino Vercellese, che vedrà da gennaio 2024 sfidarsi ad esempio, cucina Sarda e cucina Piemontese, Cucina Calabria e Cucina Marocchina, con tanto di giuria competente e seguito di appassionati sia su Facebook, sia sul giornale.

Due anni fa - racconta ancora Ponte - organizzammo il Palio dei Rioni, in occasione dei 150 anni de *La Sesia*, iniziativa che ebbe un ottimo successo e che ha continuato autonomamente il suo percorso.

Lo stesso Direttore si augura che vada anche in porto il ventilato progetto di un WEB di quadrante, comprendente i siti di Biella, Vercelli, Novara e Verbano, che consenta di raggiungere una massa critica sufficiente per essere pubblicitariamente appetibile, aumentando la potenza di fuoco informativa e diffusionale.

Anche a Vercelli, nella più antica testata periodica piemontese, nata praticamente con l'Unità d'Italia e il suo artefice Conte di Cavour, si respira aria di transizione, di sospensione tra un'epoca antica e radicata e una nuova e incerta. Con la grande incognita dell'Intelligenza Artificiale, compagna di strada del futuro prossimo.

E ci sono i nativi digitali

A lato di questo mondo dell'informazione locale, storicamente cartaceo, sia pur in progressiva evoluzione verso altri modelli multimediali, c'è la realtà dell'on line puro, dei nativi digitali.

MORENEWS è una presenza non ancora compiutamente avvertita, perché il grande pubblico fa fatica a districarsi nell'affollatissimo cielo dei siti informativi.

Ma Enrico Anghilante, giovane ed assertivo editore cuneese, o provenzale, come preferisce definirsi, ci tiene a precisare i contorni di un'identità imprenditoriale ancora non nitidamente definita.

L'anno zero - racconta Anghilante - è il 1999, quando, mentre muore il secolo vecchio, nasce a Sanremo, *Sanremo News*. In quello stesso anno, ma in maniera "sorgente", del tutto autonoma, nascono anche le *NEWS* a Varese, Alghero, Biella, Marsala e Senigallia.

Senza alcuna regia, sulla base evidentemente di concomitanti quanto fortuite esigenze, sviluppando ognuna il proprio business.

Nel 2011 - racconta sempre Anghilante - nasce la cooperativa per regolarizzare il lavoro dei giornalisti, contrattualizzati prima con Cgil, Cisl e Uil e successivamente nell'alveo FNSI: "siamo l'unico on line che rimane in FNSI".

In Piemonte *MORENEWS* annovera tre testate, *TargatoCN* (che compie 20 anni nel 2024), *TorinoOggi*, *Biella* e *Ossola*. Ma l'area di diffusione è assai più ampia: Liguria, Valle d'Aosta, Montecarlo e Costa Azzurra, in Lombardia Varese, Monza-Brianza e Mantova, in Svizzera Lugano e Canton Ticino.

Anghilante dichiara un centinaio di lavoratori complessivamente, per un giro economico complessivo di circa 4 milioni.

Il suo modello di business è chiaro, o anglosassone, come lo definisce lui stesso: la proprietà è dell'editore, il lavoro è competenza della cooperativa giornalistica, l'on line è finanziato dai siti Internet.

E qui Anghilante ci tiene a fare chiarezza sui numeri, talvolta stratosferici, che sono girati durante e dopo la pandemia sulla lettura dei siti.

Un conto sono le visualizzazioni (un rapido batter di ciglia), un conto i lettori unici. E snocciola dati "certificati da Google": a Biella 30 mila lettori al giorno, a Cuneo 94 mila (quando va male), in Ossola 16 mila, nella storica Sanremo 44-46 mila.

L'indice di sviluppo, per essere in equilibrio, deve portare a un fatturato di 1 euro per abitante: quando va bene può arrivare a 2.1 euro per abitante.

Anghilante prevede, per questo particolare tipo di mondo informativo, di poter remunerare il capitale investito in ogni provincia, a partire dal sesto anno, continuando a garantire un'informazione veritiera ("se no ti conoscono e ti trovano dal panettiere, al bar o al campo di gioco"), *conditio sine qua non* per poter continuare a raccogliere la pubblicità.

Le redazioni di *MORENEWS* lavorano h. 24 sette giorni su sette per 365 giorni.

Per garantire questo giro d'orologio completo si è inventato anche l'arruolamento degli umarell: pensionati che non controllano i cantieri, ma aprono e chiudono le redazioni, mattina e sera, coprendo i buchi dei turni dei redattori.

Naturalmente ci sarà un premio da parte dell'editore "volontario", come la prestazione d'opera degli epigoni del BarLume di malvaldiana memoria. Ma questa è una partita di loro stretta pertinenza.

Quello che appare assai probabile è lo sviluppo di questo settore di nativi digitali. Se tale da soppiantare la carta stampata lo vedremo in futuro.

E le donne?

Discorso a parte, ancora e purtroppo, merita la presenza delle donne nell'informazione locale.

Tema centrale del secolo nuovo, dibattuto molto, agito poco, che ha spinto l'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni, (ORA), insieme con Giulia Giornaliste, gruppo del Piemonte, e al Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università di Torino, a realizzare una ricerca sul ruolo dei media locali nel rappresentare le differenti identità, la realtà delle donne e delle persone disabili, gli stereotipi che alimentano forme di discriminazione.

Il Team di ORA, coordinato scientificamente da Marinella Belluatti, docente di Sociologia della comunicazione e analisi dei media dell'Università di Torino, composto da Stefanella Campana del Direttivo nazionale di Giulia giornaliste, dalle colleghe Sara Iacomussi, Ilaria Leccardi, Elena Miglietti e dalle ricercatrici Rossella Iannone, Costanza Massidda e Francesca Tampone, ha analizzato tra il 1 luglio 2021 e il 31 marzo 2022 diciannove testate locali e i servizi del TGR Piemonte. Sono state lette e codificate 9952 notizie, tra articoli e servizi e, più precisamente 7526 riferite al genere e 2426 alla disabilità.

La scelta dei due macrotemi - hanno spiegato le ricercatrici - incrocia due diverse sensibilità: da un lato la difesa dell'immagine corretta della donna nella rappresentazione mediatica, dall'altro l'interesse della Regione, che ha sostenuto il lavoro, interessata a cogliere le congiunzioni con il tema delle diseguaglianze.

Entrambi i temi - rileva ORA - sono indicati dall'Unione Europea all'articolo 19 del Trattato per il Funzionamento dell'Unione stessa come "ambiti di interesse pubblico per la riduzione delle diseguaglianze".

Il bacino della ricerca comprende l'informazione locale piemontese, identificata utilizzando la piattaforma I Giornali del Piemonte (www.giornalidelpiemonte.it), che raccoglie la quasi totalità delle testate presenti in Regione. Essendo molto diverso il numero di testate nei territori - spiega la Professoressa Belluatti - si è fatta una selezione che fosse rappresentativa e bilanciata dell'offerta di ogni provincia.

Questo l'elenco delle testate analizzate dalla ricerca.

Torino: *Luna Nuova, Corriere di Chieri, Eco del Chisone, La Nuova Periferia* (Settimo e Chivasso).

Cuneo: *L'Unione Monregalese, Gazzetta d'Alba, Corriere di Saluzzo, La Fedeltà, Corriere di Alba, Langhe e Roero, La Guida*.

Alessandria: *Il Piccolo, Il Monferrato, L'Ancora, La Vita Casalese*.

Biella: *Il Biellese*.

Asti: *La Nuova Provincia*.

Novara: *Il Corriere di Novara*.

Verbano-Cusio-Ossola: *Eco Risveglio* (Arona, Ossola, Verbano).

Vercelli: *La Sesia*.

Dalla ricerca, per il cui più puntuale dettaglio si rimanda alla pubblicazione reperibile presso l'Ordine dei Giornalisti del Piemonte e l'Associazione Stampa Subalpina, emerge un quadro della diffusione delle notizie abbastanza diversificato tra le Province. Complessivamente le notizie sulle pari opportunità sono in numero maggiore (76%), con significative differenze però: il Verbano-Cusio-Ossola (83%) e Biella (79%), sono le province più attente al genere, mentre Novara (29%) e Cuneo (27%) sono quelle più attente alla disabilità.

Il quadro che esce dalla ricerca che incrocia i vari fattori, sintetizzandoli nella media standardizzata dei dati, è di un Piemonte con diverse anime.

Esiste una dimensione metropolitana più dinamica in termini di sperimentazione on line e influenzata da "un approccio più mainstream". Ci sono poi realtà di giornali locali che descrivono esaustivamente le pluralità dei territori e delle loro tradizioni giornalistiche. Nella Provincia di Cuneo la forte componente dell'associazionismo cattolico riflette una cultura locale molto orientata alla solidarietà sociale. Alessandria, Biella e Novara si presentano invece come realtà più laiche, che si occupano di più delle iniziative istituzionali locali.

Ci sono province in cui il numero di giornaliste è molto presente per tradizione redazionale o forse per maggiori opportunità di accesso femminile alla professione, come Asti e Vercelli. Facendo invece - nota la ricerca di ORA - un rapporto tra media degli articoli e numero di testate per provincia, Biella ha il maggior numero medio di notizie sul genere e sulle disabilità, seguita da Torino.

La dimensione territoriale "notiziata" è principalmente Iperlocale (79%) a dimostrazione della forte vicinanza alla comunità della cui vita il giornale tratta. La dimensione extra-regionale (nazionale ed estera) raccoglie il 14% di attenzione, mentre l'ambito territoriale meno rappresentato è proprio quello della Regione (solo il 7%), a dimostrazione evidente della realtà di tanti Piemonti, spesso lontani tra loro.

Attira di più la dimensione sovranazionale, che consente una reinterpretazione locale di eventi internazionali, come ad esempio l'invasione russa dell'Ucraina o la recente guerra tra Israele ed Hamas.

Ovviamente la parità di genere contempla anche una pari opportunità non solo di accesso alla professione, ma anche e soprattutto pari potestà dirigenziale.

Anche in Piemonte la sproporzione tra uomini e donne è particolarmente marcata tra i Direttori/Direttrici di testata. Inutile richiamare l'ennesima statistica a riguardo, che smaschera milioni di bla bla che lasciano le cose come stanno, consumando solo tempo e parole.

Più interessante leggere le interviste rilasciate al gruppo di ORA da tre Direttrici, con esperienze e realtà professionali diverse tra loro. Barbara Pasqua dirige da qualche anno *TargatoCN*, un nativo digitale tra i primi in Piemonte; Paola Molino è la più giovane nel ruolo di Direttrice, alla guida di una testata storica come *l'Eco del Chisone*, Piera Savio è la decana nell'informazione locale, alla testa della *Nuova Periferia* (e associati), da tempo immemorabile.

«Una donna al comando? Meglio Cuneo di Milano»

Barbara Pasqua, alla guida delle testate di More News

Barbara Pasqua è a capo delle testate del gruppo More News: una ventina di testate, un centinaio di giornalisti, oltre 680mila lettori al giorno, il più grande gruppo di editoria online privato in Italia. Direttore, direttrice o direttora? Quando una donna è al comando c'è ancora imbarazzo sulla scelta delle parole da utilizzare per definirla. Barbara Pasqua lo sa e le idee le ha chiare: «Io mi definisco direttrice, perché direttora lo trovo brutto come suono, ma se mi chiamano direttore non mi offendono: non è qualcosa di fondamentale per me, anzi lo trovo un falso problema quando la sostanza è altra».

Da 18 anni Pasqua lavora per il quotidiano online *TargatoCn*, una potenza nella provincia di Cuneo, iniziando quando l'adsl ancora non era diffuso e anzi «internet non era contemplato come mezzo di informazione, ma poi abbiamo raccolto i frutti: adesso siamo a Torino, Genova, in Lombardia e con i colleghi abbiamo scelto di fondare una cooperativa, di cui sono presidente, per non sottostare agli editori».

Direttrice quindi, che ogni giorno deve affrontare una delle grandi battaglie dei nostri anni: essere una donna al comando. «Sul locale è più facile, ci conosciamo tutti e ho dimostrato sul campo quanto valgo, quindi nel mio territorio non ho mai avuto problemi e raramente sono stata sminuita in quanto donna. Fuori è diverso: sono stata invitata a un convegno a Milano e il moderatore, dopo avermi fatto notare di essere l'unica del gentil sesso a parlare, mi ha spiegato che in quel contesto gli uomini vengono presi più seriamente. Quando si parla della civilissima Milano..... A questo punto meglio Cuneo».

Un modo di pensare questo che a volte si esprime anche attraverso i media. «Nelle nostre testate - spiega - succede che ci facciamo prendere dall'entusiasmo. Quando una donna è a capo di un'azienda ci stupiamo come se fosse un fatto eccezionale e in effetti è sbagliato perché è semplicemente una persona capace che lo ha meritato, ma purtroppo fa ancora più notizia di un uomo quando dovrebbe essere la normalità». Il giornalismo ha quindi dei problemi dall'interno: «A volte pecchiamo di titoli non belli, un po' come per Samantha Cristoforetti, quando tutti si sono chiesti dove lasciasse i figli: viviamo di questi stereotipi e le prime a crearne siamo noi donne, è la nostra cultura e l'educazione che abbiamo ricevuto. Ci vogliono fatica e impegno per sradicarle. Sono paletti culturali che ancora nella mia generazione ci sono, ho cinquant'anni e sono stata cresciuta così, mentre i giovani no, per fortuna».

Internet complica poi il tutto: «Chi è a capo delle redazioni non dovrebbe essere attento ai click ma a dare la notizia in modo corretto. Troppo spesso siamo legati al sensazionalismo, ora c'è tanta concorrenza ed è sempre una guerra a chi ha più lettori, non è semplice trovare un equilibrio».

Più che una soluzione Pasqua ha una speranza: «Con una buona educazione della nuova classe giornalistica ed editoriale, piano piano si arriverà a sradicare il problema. Noi in redazione creiamo dibattiti e vent'anni fa questo non succedeva. È un vantaggio: parlarne e confrontarsi, questo è fondamentale».

Con More News, per la sua capillarità sul territorio, la direttrice nota differenze tra una zona e l'altra: «Ho difficoltà in Liguria perché è molto più indietro sulla tematica delle donne rispetto

a Piemonte e Lombardia, è una Regione molto vecchia e ancora legata a questi stereotipi. Noi piemontesi siamo sabaudi, ma la Liguria è ancora legata agli uomini primitivi». E poi ci sono le differenze regionali del Piemonte: «Sono poche, siamo allineati: Cuneo è un po' più familiare e agricola, però per esempio nella provincia ci sono tante imprenditrici donne, cosa che prima era prerogativa degli uomini. Abbiamo appena eletto la prima donna sindaco». Salta subito all'occhio quella o finale: «Io titolo "sindaco", sinceramente è un falso problema per me, non me lo pongo perché non rilevante. Però lascio molto liberi i miei giornalisti: c'è chi scrive sindaco e chi sindaca».

«Nelle redazioni il modello maschile verticistico sta vacillando»

Paola Molino, direttrice de *L'Eco del Chisone*

«All'inizio mi chiamavano direttore, era un po' l'abitudine sentirsi definire nel ruolo. Poi, insistendo un po', il femminile è arrivato e oggi, per togliermi dall'impaccio, per me va bene direttrice o direttrice», così Paola Molino, direttrice de *L'Eco del Chisone* dal 2018, probabilmente la prima a ricoprire questo ruolo in un giornale piemontese. Si sofferma sulla declinazione al femminile dei ruoli riconoscendo che a volte il suono non è dei più gradevoli, o forse dobbiamo ancora abituarci, ma che questa evoluzione è fondamentale e lo ha imparato anche dalla Tavola Valdese che in Alessandra Trotta ha la sua moderatrice appunto, con fermezza del titolo.

«Il problema arriva dopo, quando raggiungi un ruolo e magari ti chiamano Paoletta, Signora Paola, ma io preferisco Dott.ssa Molino. Se fossi uomo non dovrei neanche sottolinearlo, sarei Dottore e basta».

Ampia la visione di Molino, convinta che le redazioni si stiano femminilizzando nei ruoli. Ci sono diverse codirettrici e, sottolinea, «il modello maschile verticistico sta vacillando, nelle redazioni si fa sentire la carenza di fondi e quando arrivano i problemi da risolvere sono necessari nuovi modelli e processi di transizione. Ecco che arrivano le donne, non che prima non ci fossero, certamente avevano ruoli meno decisionali».

In generale la sua è una visione illuminata, una gestione condivisa con due vice, Sofia d'Agostino e Alberto Maranetto, una rete di collaboratrici e collaboratori equamente distribuiti e che da tre anni si avvale della collaborazione di una collega con tetraparesi distonica che tiene sul mensile *Eco Extra* una sorta di diario, trattando la disabilità con ironia e necessario impegno.

Alcuni anni fa in redazione hanno sentito la necessità di una profonda riflessione sul linguaggio di genere, l'occasione di confronto è nata sul termine femminicidio che la direttrice ha iniziato a indicare come regola. «Ho chiesto espressamente di evitare espressioni come raptus di follia, in questo Sofia D'Agostino è molto attenta, suggerisce, corregge», infatti è stato molto apprezzato il fondo a sua firma sulla decisione della Treccani di declinare termini al femminile. Sensibilità che ritroviamo anche nell'abitudine di descrivere la malattia con garbo: sulle pagine de *L'Eco del Chisone* la direttrice ci tiene a indicare come si cerchino di evitare espressioni come "male incurabile". «Le parole contano ancora per chi legge e per chi scrive, non bisogna usare espressioni che siano sentenze». Questa linea di condotta della redazione è apprezzata dai lettori, i riscontri sul tema del linguaggio e della disabilità sono chiari e stimolano le collaborazioni della testata con eventi sul territorio, come l'esposizione a cura della Città di Pinerolo promossa nel quadro del progetto «Pinerolo comunità amica delle persone con demenza». Una mostra fotografica dal titolo «Ogni vita è un capolavoro», in cui uomini e donne anziani affetti da demenza reinterpretano grandi opere d'arte pittorica.

Una redazione che si allarga, riflessioni sui cambiamenti, attenzione al territorio e al mondo che cambia, Paola Molino restituisce un'immagine di testata che conforta ed è preziosa la sua riflessione sulla cronaca nera: «Gioco o forza ne dobbiamo parlare, ma mi lasci dire che la lettura dei verbali ci mette di fronte a un linguaggio maschilista e paternalista, i colleghi spesso diventano veicoli inconsapevoli di questa visione di parte. Noi giornalisti dobbiamo sempre aggiornarci e migliorare, non basta, si deve fare di più anche nei corpi di indagine per restituire verbali scritti meglio».

«Siamo sentinelle delle discriminazioni»

Piera Savio, direttrice di nove testate tra cui *La Nuova Periferia* di Chivasso

«Appartengo a una generazione che non faceva neppure lo sforzo di pensare che a dirigere una testata potesse essere una donna». Esordisce così Piera Savio, direttrice editoriale di un network che comprende nove testate diffuse sul territorio piemontese, fra cui *La Nuova Periferia* di Chivasso, che ricorda di come trent'anni fa l'iniziale del suo nome puntato fosse sempre e per tutti Piero, un uomo quindi.

Lo scenario, a suo dire, è notevolmente cambiato «quando ho cominciato era difficile ed era palese che si creassero complicazioni a bella posta, percepivo l'ostilità»; per questo motivo oggi nelle redazioni che coordina c'è spazio per giovani colleghi in formazione e sono numerose le firme al femminile. Allo stesso tempo la sua linea di direzione è per una netta apertura a ogni professionalità. Se un collega sia o meno disabile non è un problema da porsi, «ho vissuto sulla mia pelle le miopi chiusure, oggi il punto di vista sulla disabilità è un caposaldo della nostra attività». Savio sostiene quanto sia compito soprattutto dell'informazione locale essere sentinella su forme di discriminazione, di violenza e di bullismo, «lavoriamo a stretto contatto con le famiglie che hanno segnalato casi, seguiamo da vicino le vicende di associazioni che si occupano di disabilità, siamo la voce di raccolte fondi dedicate». Insomma, una missione che nasce da una precisa richiesta dei lettori che si aspettano questo tipo di notizie. È stato così con il sostegno alla vicenda dell'atleta non vedente Alessia Refolo. «Lavoriamo con il mondo dell'associazionismo a tutto tondo, siamo lievi nella formula linguistica che usiamo. Sono convinta che abbia precedenza il rispetto della persona più che la notizia. Non dobbiamo fare del male con parole sbagliate».

Già, le parole sbagliate, un tema che riguarda anche il linguaggio di genere e la giusta rappresentazione, che la direttrice afferma essere al centro di riflessioni interne alle redazioni e di attività verso l'esterno, come presentazioni di libri sull'argomento. «Affrontiamo temi legati alla comunità LGBTQIA+, soprattutto sul web, anche questa è una richiesta dei nostri lettori e per scelta non usiamo lo schwa».

A titolo personale Savio non interviene su direttore o direttrice: «La mia è una nomina di tanti anni fa, mi chiamavano direttore, lascio libertà», dà indicazioni sull'uso del femminile, lo incoraggia, dopodiché ogni redattrice e ogni redattore ha una sua posizione: «Se in un nostro articolo si trova scritto sindaco o assessore anche se il ruolo è ricoperto da una donna, è frutto di una richiesta della diretta interessata cui noi ci adeguiamo».

E poi ci sono i social

Lo sguardo sull'informazione locale, nella sua veloce transizione verso una nuova dimensione, che interagisce con le piattaforme che la rivoluzione tecnologica ha messo a disposizione della comunicazione, non poteva esimersi dalla ricognizione sui social.

Materia complessa, che le ricercatrici di ORA hanno scandagliato secondo le due direttive di indagine, genere e disabilità.

Ringraziando ancora la Prof.ssa Belluatti, Stefanella Campana e le loro colleghe, abbiamo "saccheggiato" la ricerca, unica nel suo genere, per metodo e ampiezza, in Piemonte.

L'analisi dell'informazione locale più tradizionale non poteva però escludere completamente la dimensione social, attraverso cui l'informazione locale diffonde i suoi contenuti. Si tratta di un ambiente ancora poco praticato dal giornalismo locale, ma sul territorio esistono anche realtà native digitali che occorre tenere sotto osservazione. Per questa ragione un altro pezzo dell'indagine si è concentrato sull'esplorare l'ambiente social dell'informazione locale, per capirne le implicazioni e il tipo di rapporto che si sta instaurando rispetto alla prossimità della notizia.

Si tratta di un primo esperimento descrittivo che però merita di essere sviluppato in successivi progetti. Utilizzando lo stesso vocabolario di ricerca per gli stessi nove mesi, attraverso il programma di data analysis Crowd Tangle, si sono estratti e analizzati i post delle pagine Facebook. La scelta dei giornali ha incluso tutte le testate presenti sulla piattaforma *I Giornali del Piemonte* che avevano una pagina, aggiungendone altre più istituzionali non presenti nella piattaforma, ma comunque rilevanti a livello locale perché generano dibattito sui social. La versione delle pagine online delle testate aggiunte nella stringa di ricerca sono state: *Il Corriere Torino, La Repubblica Torino, La Stampa Torino, il Quotidiano Piemontese, Torino Oggi e Nuova Società*.

Le parole chiave utilizzate per la ricerca dei post sono le stesse utilizzate per filtrare gli articoli sulla piattaforma *I Giornali del Piemonte*. Sono stati scaricati 2.096 post per il tema del genere e 109 per il tema della disabilità. Si conferma anche nell'analisi social la prevalenza di contenuti per il tema del genere, che sembra risultare più notiziabile rispetto a quello della disabilità.

L'engagement ai post

L'analisi di Facebook si è concentrata anche sulla dimensione dell'*engagement* delle diverse pagine dei quotidiani e dei diversi post per i temi analizzati.

Nella tabella 18 sono presentate le interazioni - la somma di like, reaction, commenti e condivisioni ricevute - che i post esaminati hanno ottenuto durante il periodo di osservazione. Divisi per genere e disabilità, al netto del fatto che nel primo caso ci sia un flusso maggiore di post, il tema del genere risulta suscitare molte più interazioni sui social rispetto a quello della disabilità. Il fatto che susciti più *engagement* e che risulti quindi più notiziabile, potrebbe essere la ragione per cui le testate tendono a trattare maggiormente il tema del genere.

Per avere un'idea generale del seguito che le singole pagine hanno rispetto alle altre, possiamo andare a guardare il numero di *follower* che queste raccolgono (tabella 18). La pagina con il numero

di follower più alto è quella de *Il Biellese* con 283.600 follower, seguita da quelle del *Quotidiano Piemontese* (187.700) e de *La Stampa* (185.414). I giornali più *mainstream* sono anche i più seguiti e in grado di generare traffico sui social. Questa prima ricognizione però evidenzia anche delle eccezioni che diventeranno oggetto di futuri approfondimenti.

Nome della pagina	Totale interazioni per il tema del genere	Percentuale interazioni per il tema del genere	Totale interazioni per il tema della disabilità	Percentuale interazioni per il tema della disabilità	Numero di follower
<i>Corriere di Chieri</i>	367	1	-	-	14.865
<i>Corriere di Saluzzo</i>	50	1,2	8	0	5.692
<i>Corriere Torino</i>	4.766	7,6	78	0,3	29.368
<i>Eco Risveglio</i>	50	0,2	-	-	13.489
<i>Gazzetta d'Alba</i>	3.712	6,3	49	0,2	45.282
<i>Il Biellese</i>	232	1,3	-	-	15.816
<i>Il Corriere di Alba, Bra, Langhe e Roero</i>	215	3,2	8	0,3	23.336
<i>Il Monferrato</i>	98	0,7	2	0	12.206
<i>Il Piccolo - Alessandria</i>	1.302	2,5	2	0	21.830
<i>L'Ancora</i>	80	0,3	-	-	7.261
<i>L'Eco del Chisone</i>	2.027	1,2	-	-	30.326
<i>L'Unione Monregalese</i>	7.384	5,9	381	0,3	34.200
<i>La Fedeltà</i>	602	3,1	44	0,1	6.271
<i>La Nuova Provincia - Asti e il suo giornale</i>	7.116	7,8	-	-	35.998
<i>La Repubblica Torino</i>	24.269	8,5	-	-	99.970
<i>La Stampa Torino</i>	23.648	8,4	775	0,4	185.414
<i>La Vita Casalese</i>	417	3,5	280	0,3	9.346
<i>Luna Nuova</i>	741	2	322	0,3	28.447
<i>Nuova Società</i>	574	1,9	17	0	6.727
<i>Quotidiano Piemontese</i>	61.596	15,6	3.872	1,9	187.700
<i>TGR Piemonte</i>	108	0	-	-	29.564
<i>Torino Oggi</i>	19.398	17,6	589	0,8	99.050

Tabella 18. Le interazioni ai post delle singole testate divisi per tema.

Conclusioni non conclusive

Questa prima presa di contatto con chi tutti i giorni si misura con la confezione del giornale, la ricerca capillare delle notizie, la chiusura delle edicole e i costi cresciuti di carta e diffusione, restituisce un sentore di cauta e tenace resilienza. Ne abbiamo viste tante, supereremo anche questa.

Ma insieme all'atteggiamento, mai remissivo, come da tradizione piemontese, si intravede all'orizzonte un mondo nuovo, dai contorni non ancora bene definiti e dai colori incerti, con molti chiaroscuri.

Il passaggio all'on line, ormai vissuto consapevolmente dai protagonisti come un indispensabile complemento del cartaceo, è a velocità variabile e con modelli differenti.

Chi lo usa come un ponte necessario tra le scadenze di uscita in edicola, un colmare i buchi nei giorni "vuoti", anche per non dare vantaggi competitivi ai concorrenti sulla piazza.

C'è chi invece lo immagina come una vera e propria edizione "diversa" dal cartaceo, con un racconto per immagini, video e audio, che ha una sua autonomia narrativa. E destina redattori dedicati esplicitamente a questo lavoro. E c'è chi fa di necessità virtù, organizzando il lavoro dei redattori su entrambi i fronti.

Chi ancora, quasi tutti per la verità, si butta sui social, Facebook e Instagram i prescelti a larga maggioranza: panorama non più trascurabile di un'espressione di opinioni dei cittadini, quand'anche slabbrata, irrazionale o talvolta miserabile, ma pur sempre foriera e stimolatrice di polemiche e dibattiti che diventano a loro volta notizie.

Anche questo è un elemento di novità nel panorama dell'informazione locale, che ha segnato negli ultimissimi anni un modo marcatamente diverso di lavorare dei giornalisti, ribaltando in un certo senso il rapporto con i lettori.

Se questi sono elementi costituenti e ormai diventati quasi strutturali dell'editoria giornalistica piemontese, una novità si staglia all'orizzonte, inquietante, in rapidissimo avvicinamento, che rischia di diventare quello che gli economisti chiamano "cigno nero".

Un fattore di crisi potenziale, preoccupante se non devastante.

AI, l'intelligenza artificiale.

Tema ormai dibattutissimo e spalmato sull'universo delle attività umane, con frequenza inversamente proporzionale alla conoscenza della stessa e alla chiarezza scientifica.

Chi ha richiamato recentemente i rischi dell'applicazione dell'AI all'editoria locale è un reportage di Mario Platero, su *Affari&Finanza* di *Repubblica* il 4 dicembre 2023.

Già il titolo "La strage dei giornali locali USA" dà l'idea dell'impatto dell'apparizione dell'intelligenza artificiale nel comparto; ma è l'attacco del pezzo che lascia basiti. "È un'ecatombe: l'accelerazione - dice Platero - con la quale spariscono i giornali locali in America è preoccupante". E snocciola cifre impressionanti: in 20 anni la California ne ha persi 524, solo a Los Angeles 104.

Nell'area metropolitana di New York hanno chiuso 210 testate, in Texas 29 contee non hanno neppure un giornale.

Secondo il *New York Times* - racconta sempre Platero - in poco meno di vent'anni le chiusure sono state 2900; secondo uno studio della Northwestern University, dal 2005 l'America ha perso

i due terzi della forza lavoro giornalistica, con una media di 2,5 giornali a settimana spariti dalla circolazione.

Ovviamente il Piemonte non è la California e i giornali locali americani sono nella quasi totalità quotidiani, anche se a diffusione molto circoscritta.

Un'antica battuta, che ha spesso trovato riscontro nella realtà, diceva che ciò che accade in America, si ritrova 10 anni dopo in Italia.

Al di là della grossolana generalizzazione e del fatto che i mutamenti tecnologici sono diventati velocissimi e spesso contemporanei in tutto il mondo che ne ha accesso, è bene tenere d'occhio le possibili ricadute dell'applicazione dell'AI dove si sono palesate.

Uno dei trend più preoccupanti, oltre ai numeri ricordati, è quello che si va affermando, sempre secondo il racconto di Platero, a partire dal 2023 in molte catene di giornali che gestiscono edizioni locali: l'utilizzo dell'intelligenza artificiale per scrivere, impaginare, stampare o disseminare, anche su Internet le notizie.

In apparenza la testata sopravvive, ma è svuotata interamente dei giornalisti.

"Testate fantasma - commenta Platero - impostate da un pilota automatico: ricevono il materiale da banche date centrali e, grazie ad algoritmi custom made, adattano e riscrivono i testi con i loro programmi, elaborano e poi pubblicano senza alcun aiuto umano".

Un senso di vertigine si impossessa di noi a leggere questa realtà, qui e ora, non in un futuribile 2050.

Con buona pace della fiducia in chi fa informazione, del ruolo della stampa "cane da guardia" della democrazia, del pluralismo delle opinioni e della libertà d'espressione (garantita da noi dall'articolo 21 della Costituzione).

Quanto siamo distanti da tutto questo?

Quanto abbiamo capito dell'Intelligenza artificiale?

Quanto sappiamo del recente accordo normativo trovato in sede Europea?

L'informazione locale piemontese, storicamente radicata nei territori in diversi casi da più di cent'anni, è pronta ad affrontare quella che appare una sfida epocale che potrà cambiare profondamente contenuti, metodi e protagonisti che abbiamo conosciuto?

Non ci sono conclusioni per ora, ma dubbi, curiosità, stimoli dentro un cantiere molto aperto.

Torino dicembre 2023

Roberto Moisio

Appendice

Stampa Subalpina

supplemento

Numero 3
Ottobre 95

Bimestrale
della
Subalpina
e dell'Ordine
dei Giornalisti
del Piemonte
e della
Valle d'Aosta

CONTINUA
A PAGINA 4, PRIMA COLONNA

SPECIALE



Province di Carta

STAMPA LOCALE
IN PIEMONTE
E VALLE D'AOSTA

Una realtà
che si può
raccontare
solo stando
"sul posto"

di Giovanni Trovati

C'è una realtà locale che solo i periodici del posto possono rendere nota. È la realtà della vita quotidiana che si svolge nel villaggio, non globale, ma a dimensione di uomo. I grandi temi ci interessano, ma non meno siamo interessati all'operato del nostro comune, alle condizioni delle nostre scuole, allo sviluppo delle fabbriche, allo stato delle strade e dei fiumi. La vita associata comincia in casa, si allarga di cerchio in cerchio fino alla regione. Ogni cittadino della Repubblica è partecipe della sovranità, ma perché possa esercitare questo diritto dovere è opportuno che sia bene informato. Le belle parole strappano gli applausi nei comizi, ma la realizzazione degli impegni, delle leggi va controllata sul posto. Quanto più si riconosce l'importanza della stampa locale, tanto più si avverte la necessità che chi vi scrive sia sufficientemente preparato. La maggior parte dei redattori sono volontari che si accontentano di scarci compensi (a volte neppure ci sono). Qualcuno scrive pensando di diventare giornalista di professione, qualcuno scrive solo per passione, avendo un altro lavoro. Lo sforzo e la buona volontà delle redazioni locali sono ricchezze inviolabili. Scriveva Einaudi nel dicembre 1945 che giornalisti si nasce e che non serve l'apprendimento: "Potremo iscrivere in un Albo chi ha lavorato per un anno o per un semestre in un giornale, e non avremo alcuna pur minima garanzia di aver creato un giornalista. V'ha invece chi, dopo un'ora di prova, è giornalista perfetto". Non sono d'accordo. La vocazione è necessaria, ma poi è necessario apprendere non fosse che per migliorare. Tutti si può fare, ma si può fare bene, meno bene, male. Biagi, in un lontano incontro a Roma, mi ricordava quanto avevamo appreso da Debenedetti, per lunghi anni direttore di *La Stampa* nel dopoguerra. Il modo di attaccare il pezzo entrando subito nell'argomento, la concisione, la precisione, la chiarezza della frase, la semplicità dei termini. Correggeva non solo gli articoli di fondo, le note di politica o di economia, ma i pezzi principali della cronaca torinese. Allora non c'erano le pagine provinciali. Discuteva, faceva riferire. Con il cronista come con Emanuelli, quanti chiarimenti con Bacchelli. Cito i primi nomi che mi vengono alla memoria di scrittori riconosciuti. La preparazione dei redattori dei giornali locali

All'interno:

- Il "villaggio" adesso è locale pag. 2
- Sindacato e editori a confronto pag. 2
- Una ricerca sul campo pag. 3
- Come cambia la professione pag. 4

Quei giornali dove il mestiere s'impara davvero

Piccoli e belli



di Gigi Padovani

TESORIERE ORDINE GIORNALISTI PIEMONTE E VALLE D'AOSTA

Il ticchettare ritmato delle linotype tic-tac-clac, tic-tac-clac. Il profumo d'inchiostrato delle bozze appena tirate e ancora umide del "nero". La faccia simpatica e le mani nere del protto, con il quale si discutevano i titoli scritti a mano da comprimere nel piombo. Quelle belle cassette in legno per i caratteri. E le ore passate a consumare maniche di camice e suole di scarpe per chiudere le pagine sul bancone. Ma anche le serate trascorse a incollare etichette o le telefonate per raccogliere qualche inserzione pubblicitaria. E un finne di ricordi mai sopiti, che mi sovviene quando si affronta il tema della stampa periodica locale. Oggi i giornali si

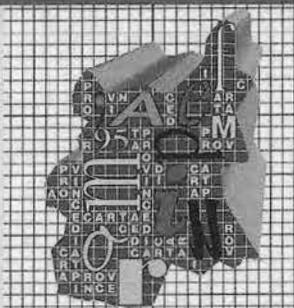
fanno in un modo diverso, tra computer e clielettronici sul mouse: c'è sicuramente più professionalità, ma forse un po' meno di umanità. Mancano i profumi, i rumors, i volti che vent'anni fa segnavano il mio esordio nel giornalismo in un mensile di battaglia ad Alba (ma veniva impaginato e stampato ad Asti, in una piccola bottega dalle parti del cimitero) e poi nel periodico regionale *Nuova-società*, che andavamo a chiedere in una tipografia un po' triste tra i capannoni della periferia torinese, in Barriera di Milano. È una fortuna poter dire di aver cominciato la carriera in un piccolo giornale. Si acquisisce un modo di intendere il mestiere

che ti rimane addosso: un mixto di passione, praticaccia, arte di arrangiarsi e voglia di fare meglio degli altri che non ti molla più, per quanto si possa essere delusi dal modo con il quale le nuove tecnologie hanno trasformato l'attività di chi sta al desk. E come me, tanti colleghi sono arrivati al professionismo da quelle testate che sono ancora una delle caratteristiche più interessanti e peculiari del panorama informativo di Piemonte e Valle d'Aosta. Ma c'è una differenza: vent'anni fa nessuno si sognava di poter diventare praticante attraverso quei giornali. Bisognava avere la fortuna di essere assunto da uno dei quotidiani torinesi (c'era ancora la *Gazzetta del Popolo*) o di entrare in Rai. Le regole dell'Ordine erano inflessibili: si applicava alla lettera l'articolo 34 della legge n.69 del 3 febbraio 1963, che per ogni praticante in un periodico prescrive: "almeno sei giornalisti professionisti redattori ordinari".

Già il Consiglio interregionale dei giornalisti di Piemonte e Valle d'Aosta presieduto da Mario Berardi fino al '92 aveva incominciato a rompere quegli schemi troppo rigidi e superati. Poi, con il Consiglio presieduto da Cesare Roccati, del quale ho fat-

CONTINUA
A PAGINA 2, PRIMA COLONNA

MEDIA FORUM '95



VENERDI 10 NOVEMBRE

- h. 16: Inizio dei lavori, con i saluti del presidente Apt, del sindaco di Stresa e del presidente della Provincia di Verbania
Introduzione di Gigi Padovani e Gianni Martini Dibattito *La società civile. Intervista i giornali del Piemonte*. Partecipano Francesca Calvo, Mons. Germano Zaccheo, Giovanni Zanetti, Sebastiano Sorbello, Angelo Pavia, Bruno Manghi. Coordinatore Flavio Corazza
Intervento di Vittorio Roldi, presidente Fnsi
h. 21: Seminario *La stagione dei contratti*. Introduce Giorgio Santerini, segretario Fnsi

SABATO 11 NOVEMBRE

- h. 10: Saluto di Mario Petrini, presidente Cnog Carlo Mariotti presenta la ricerca *La stampa periodica d'informazione in Piemonte e Valle d'Aosta* realizzata dal Centro Studi "Paolo Farini" dell'Università di Torino per l'Ordine dei giornalisti del Piemonte e Valle d'Aosta
h. 11: Intervento di Giovanni Giachino, presidente Fipe. Tavola rotonda *Piccoli giornali crescono con i direttori delle testate locali piemontesi*. Coordinatore Fiorenzo Cravetto
Saluto di Enzo Ghigo, presidente della Regione Piemonte.
Chiude i lavori Paolo Girola.

I colleghi che, partecipando al seminario-convegno, intendessero pernottare all'hotel *La Palma* di Stresa venerdì 10 novembre sono pregati di comunicarlo alla segreteria del convegno, presso l'Associazione *Stampa Subalpina* (tel. 011/56.23.373 o 011/53.38.90, fax 011/53.91.29). Il costo della camera è di lire 100.000.

PROVINCE DI CARTA

Stampa periodica d'informazione
in Piemonte e Valle d'Aosta

Stresa, 10 e 11 Novembre 1995, Hotel La Palma

SPECIALE**Province di Carta**STAMPA LOCALE
IN PIEMONTE
E VALLE D'AOSTA**Per il sindacato
dei giornalisti
dal Piemonte indizi
di cambiamento**

di Silvano Esposito

Sono molti gli indizi che fanno pensare ad un profondo cambiamento che ha investito negli ultimi anni il sindacato dei giornalisti italiani. Indizi che, per buona parte, nascono proprio in Piemonte. Ne è un esempio l'accordo con la Fipe per l'applicazione del contratto nazionale di lavoro ai colleghi delle piccole testate. Queste e altre situazioni hanno provocato una riflessione all'interno del sindacato, che in Piemonte è già iniziata da tempo e che trova legittima cittadinanza anche nella commis-

Nell'era dei new media cresce la domanda di informazione "sul posto"

Il "villaggio" locale

di Carlo Marletti
UNIVERSITÀ DI TORINO

Nell'età dei satelliti, delle fibre ottiche e dei computer, in tutto il mondo cresce la domanda di informazione locale. Il pubblico è ormai abituato ad avere quasi in diretta le notizie di risonanza internazionale o nazionale. Le vorrebbe anzi meglio, più spettacolarizzate e insieme più sobrie e più ricche, sul modello che la Cnn ha imposto in occasione della guerra del Golfo. Ciò significa il trionfo delle grandi catene e degli apparati giornalistici multinazionali, e mette in crisi tanto i tg generalisti quanto i quotidiani nazionali, sempre più uguali fra loro malgrado le risse, sempre meno capaci di differenziarsi se non per l'attenzione verso le notizie rosa o i fatti bizzarri.

Ma se un giorno, come sostiene Umberto Eco, gli sviluppi delle tecnologie di comunicazione e la loro diffusione capillare finiranno per rendere obsoleta la produzione e la vendita di "oggetti da chiuso" - e come altrimenti chiamare i mezzi di informazione gonfi di supplementi, inserti pubblicitari patinati, videocassette e altri gadget cellofanati che riempiono le nostre edicole? - certo tra i prodotti che reggeranno meglio la crisi vi saranno i giornali e i periodici di informazione locale. Accanto alle grandi notizie di importanza planetaria, la gente vuole conoscere meglio i fatti a portata di mano, l'ambiente quotidiano entro cui deve agire e reagire, gli avvenimenti che coinvolgono persone che conosce direttamente. Il processo è insieme globale e locale: la caduta dei muri, la crisi degli stati e degli imperi multinazionali porta, nel bene e nel male, all'emergere di autonomie e di identità legate al territorio. I circuiti giornalistici dell'informazione locale diventano indispensabili nell'articolazione degli scambi e nella qualificazione degli interessi economici, così come hanno una fondamentale funzione culturale e civica, di partecipazione e di controllo delle attività di gestione e di go-

Parola agli editori
di Vanni Giachino
PRESIDENTE FIPE

Obiettivi comuni

Negli ultimi tempi sono stati in molti a scoprire la realtà dei giornali locali piemontesi. Per la verità, è la capitale Torino che li scopre con meraviglia. In provincia, e anche alla periferia del capoluogo, i giornali locali sono conosciuti da sempre, sono radicati tra la gente, sono i più letti in assoluto, anche rispetto ai quotidiani. In molte zone il giornale locale, nel giorno di uscita, è letto 5 volte in più rispetto al quotidiano più diffuso, e si pone come insostituibile mezzo di informazione. La ricerca Abicus, condotta nel '90 su dieci testate, aveva già messo in evidenza l'importanza dei giornali di provincia. Il recente censimento effettuato dalla Consulta dell'Associazione Stampa Subalpina ha fornito un utile aggiornamento. La ricerca condotta dal prof. Marletti in collaborazione con Laura Carema non potrà che confermare questi dati. Il protocollo d'intesa siglato lo scorso anno tra la Subalpina e la Fipe (la federazione dei piccoli editori) per favorire l'applicazione del contratto giornalistico nelle testate periodiche a diffusione locale in Piemonte e Valle d'Aosta ha portato di nuovo alla ribalta la stampa regionale. La stessa Fipe ha promosso un'incontro tra gli associati (28 testate tra le più importanti) e le cifre complete saranno rese note quanto prima. Nel complesso i giornali Fipe hanno una tiratura settimanale di circa 400 mila copie, donno lavoro a 200 persone assunte a vari livelli e hanno altri 1200 collaboratori a vario titolo. La situazione dei bilanci chiusi al 31 dicembre '94 è positiva per il 50%, negativa per l'altra metà delle imprese. La prima ragione che ha portato alla costituzione della Fipe è stata la necessità, avvertita dagli editori, di riconoscere la professionalità dei giornalisti assunti. I giornali locali sono fucine di bravi giornalisti, che ricevono in provincia una preparazione ben più completa

che presso i grandi giornali. Vecchie regole impedivano, di fatto, il praticantato nei giornali locali. Il protocollo Fipe-Subalpina, recentemente rinnovato, ha posto le basi per superare questa difficoltà. Anche l'Ordine, prendendo atto della professionalità sviluppata in provincia, può dare una valida collaborazione in questa direzione. Certo, le assunzioni presso i giornali locali hanno limiti ben precisi, che sono quelli dettati dai bilanci. Esempio raro in Italia, quelli dei giornali locali sono editori puri, la maggior parte dei quali conduce il proprio giornale come unica attività. L'equilibrio del bilancio è la prima garanzia per mantenere la libertà della testata. I bilanci non sono espandibili all'infinito. Ci sono limiti di territorio e quindi limiti di vendita e di fatturato pubblicitario. E' di gran lunga l'azione di dumping esercitata da alcuni giornali nazionali che, avendo altre fonti di sostentamento, vendono la pubblicità sottocosto. I giornalisti possono fare molto per ostacolare quest'azione che li danneggia. I limiti di bilancio delle testate locali saranno ulteriormente ridotti, quest'anno, dall'aumento enorme del prezzo della carta. La diminuzione della popolazione, la crisi e in alcune zone l'alluvione hanno fatto il resto. L'aumento delle tariffe postali ha penalizzato soprattutto i giornali piemontesi, che contano moltissimi abbonati. Gli editori locali possono lavorare a fianco per fronteggiare questa tendenza. Alcuni obiettivi: riduzione delle tariffe postali per i giornali d'informazione locale; un'indagine completa della Regione sui mezzi locali per determinare con equità incentivi e agevolazioni. Anche la "par condicio" può essere un campo d'azione comune: la pubblicità elettorale locale serve a completare l'informazione e aiuta i bilanci. Perché toglierla sui mezzi locali?

**Un "quotidiano"
non più sommerso
da 650 mila copie
ogni settimana**

santi dal punto di vista della tipologia delle imprese e della collocazione territoriale. Di esse poco meno dei due terzi vendono oltre il cinquanta per cento delle copie in edicola, ed appare quindi ben collocata sul mercato. Anche la trasformazione da settimanale a bimestrale di alcune di queste testate - ed ora anche la trasformazione de *Il Piccolo* di Alessandria da bimestrale a trisettimanale - dimostra la vitalità di questa formula del giornalismo locale piemontese e valdostano, che svolge quasi tutte le funzioni dei quotidiani senza averne i problemi nascenti dalle dimensioni. Anche i dati relativi al livello di informatizzazione mostrano un settore editoriale in evoluzione, a cui i procedimenti di digitalizzazione offriranno nuove prospettive, sia imprenditoriali sia professionali. E tra i dati di interesse non minore, che verranno presentati al convegno, vi è anche una misurazione del rapporto fra testo e pubblicità, e una tipologia delle testate a seconda delle notizie che pubblicano (sport, cronaca, associazionismo, cultura, ecc.) e del grado di freschezza di esse, oltre a dati aggiornati sulla professionalizzazione e sulle dimensioni redazionali. Non resta che augurarsi che il prossimo convegno a Stresa, oltre a fornire un'occasione per discutere sulle prospettive del settore, faccia nascrere anche qualche consistente iniziativa, del pubblico e del privato, per fornire ad esso strumenti e sinergie per aiutare queste testate a svolgere meglio la loro funzione economica, culturale e civica, dai corsi di aggiornamento, all'informazione sulle nuove tecnologie sino al problema, sempre aperto e dolente, del finanziamento della loro ristrutturazione attraverso mutui agevolati.

DALLA PRIMA PAGINA

to parte, e nei mesi di attività di questo attualmente in carica, eletto ai primi di giugno, la situazione è radicalmente cambiata. Dopo le prime storiche avanguardie nel Biellese, la marea è dilagata. I principi interpretativi dell'articolo 34 si sono allargati, sono state accolte molte domande di praticantato sostenute da un professionista *tutor* e garante dei diciotto mesi di apprendimento, anche se collaboratore. È nato il contratto siglato tra Subalpina e Fipe, anche gli editori hanno capito che potevano regularizzare tante posizioni di giornalisti a tempo pieno tenuti da anni nel "limbo" di un pubblico ormai professionista a tutti gli effetti. Ecco le cifre: dal giugno '92 alla fine di

settembre del '95 l'Ordine dei giornalisti del Piemonte e della Valle d'Aosta ha detto sì a 41 praticanti provenienti da periodici locali, su un totale di 190 colleghi avviati a dare l'esame a Roma. Rappresentano il 21,5 per cento del totale su base triennale, ma negli ultimi mesi la percentuale si è alzata di molto. Per l'Ordine è stata perciò una conseguenza logica del nostro lavoro decidere, a fine del '93, di finanziare una ricerca in questo settore e affidarla al Centro Studi "Paolo Farneti" presso l'Università di Torino, Dipartimento di Studi Politici, sotto la direzione di Carlo Marletti. Una prima conclusione di quelle scelte è ora rappresentata dal convegno di Stresa, che abbiamo del-

gruppi, si può stabilire che le stesse vere e proprie di informazione periodica locale in Piemonte e Valle d'Aosta sono circa una sessantina. Non è lontano dal vero affermare che esse diffondono complessivamente fra le 550 e le 650 mila copie settimanalmente, tenendo conto dell'edizione maggiore. Come mostrano i dati che anticipiamo le testate che diffondono intorno alle diecimila copie ed oltre sono comunque venticinque; si è anche tenuto conto di altre otto testate, con diffusione inferiore alle 5000 copie, perché inter-

nito con un po' di presunzione. "Media Forum '95". Vogliamo farne un appuntamento annuale, una sorta di "stati generali" dei giornalisti di Piemonte e Valle d'Aosta per riflettere sui problemi dell'informazione e della categoria, con il contributo dei nostri dirigenti nazionali e dei rappresentanti della società civile. Non è un caso che il nostro primo incontro sia dedicato proprio ai "piccoli grandi media". Che ormai si affacciano al Duemila cresciuti e più forti che mai.

STAMPA SUBALPINA supplemento al n. 3/95

Direttore responsabile Enrico Villa

GIGI PADOVANI
Piccoli e belli

sione, insediatasi subito dopo le elezioni sotto il coordinamento del segretario della Subalpina Roberto Moisio, cui spetterà il compito di formalizzare la riforma dello statuto regionale.

Dalle prime riunioni già svoltesi è subito capito che la discussione toccherà inevitabilmente questioni delicate e importanti per la vita futura del nostro sindacato, come la sempre maggior voglia di rappresentatività da parte della periferia rispetto al centro. Il nuovo statuto, inoltre, dovrà anche raccordarsi con la Carta che regola la vita della Fnsi

e superare alcune incongruenze residue dopo l'ultima riforma del 1989. Dalle prime riunioni è emerso il problema di definire meglio gli organi del sindacato. I compiti del presidente e del segretario, assolti finora in base a taciti accordi di legislatura, vanno invece fissati con precisione, come pure va prevista la nuova figura del direttore, introdotta con l'assunzione del collega Enrico Villa. Ferma restando, con possibili variazioni sul numero dei membri, la centralità del Consiglio direttivo e dell'Esecutivo che ne è espressione,

grande parte del dibattito riguarda in questi giorni il ruolo dell'Assemblea degli iscritti, cui l'attuale statuto assegna compiti praticamente illimitati. C'è chi vorrebbe garantire maggiore funzionalità a quest'organo mediante la convocazione del congresso regionale, chi invece vorrebbe ricordurre tutto al Direttivo, organo, non dimentichiamolo, eletto a suffragio universale da tutti gli iscritti. Ipotesi diverse anche per il ruolo della Consulta, per la quale si pensa a una funzione sussidiaria e per cui è stata creata una commissione ad hoc. Ma il passaggio centrale della discussione sarà certamente dedicato alla revisione o meno del sistema elettorale: esistono in merito già alcune proposte, come quella del collegio biedese Gabriele Barberis Vignola, che suggerisce un sistema maggioritario con elezione diretta del presidente, mentre altri hanno intravisto nel Congresso, con delegati eletti nelle province, la sede per celebrare i rinnovi delle cariche. Infine una novità certa: anche Torino, come le altre realtà regionali, avrà una sua sezione provinciale.

UN VIAGGIO NELLA STAMPA PERIODICA

Il tessuto connettivo tra centro e periferia

di Laura Carcano

Il nostro viaggio nella stampa periodica di informazione piemontese è cominciato anche da qui. È cominciato ogni qual volta, partiti da Torino, si scendeva da uno di quei treni "interregionali" che ricongiungono la provincia con la capitale subalpina o si usciva dall'autostrada oppure da una tangenziale, ritrovandosi sulle anemoni direttive che portano al centro abitato, e allora "da forestieri" capitava di dover chiedere a un pasante, uno con l'aria "del posto", dove si trovasse la redazione del giornale locale. Quasi sempre l'indicazione richiesta arrivava immediata, rassicurante, senza esitazioni, se non addirittura enfatizzata da una nota di compiacimento: «Giri a sinistra, ancora a destra e poi non si può sbagliare ... hasta que chieda ... lo conocen todos». Allo stesso modo in cui è risultato facile farsi indicare la strada per raggiungere la meta, così, altrettanto naturalmente, è accaduto di percepire fino a che punto il giornale locale in provincia sia vissuto come un'istituzione.

I numerosi periodici locali che fanno del panorama giornalistico piemontese un caso a sé rappresentano un punto di vista privilegiato, una lente potente attraverso cui guardare la realtà della provincia e poterne scoprire la ricchezza, l'articolazione, la complessità, ma anche i limiti e le problematicità. La rete informativa locale alimentata dalla stampa periodica piemontese fornisce una risposta al forte grado di sconnessezza esistente nella nostra regione, e più in generale nel Paese, fra centro e periferia, fra capoluogo e realtà provinciali. L'ancoraggio locale di questi organi di informazione, la loro configurazione prettamente territoriale - che assieme agli innumerevoli pregi presenta, tuttavia, come è immaginabile, anche qualche difetto - sono elementi che svolgono un'importante funzione: restituiscano al lettore un'immagine quotidiana del suo mondo familiare, sono lo specchio cioè di comunità locali che altrimenti resterebbero fortemente sottrappresentate da un punto di vista giornalistico. Questa pluralità di testate disegna l'immagine della regione dal basso e attraverso cerchi concentrici, che partono dalla piccola frazione, e arrivano al comune, sino e oltre la provincia. Un'immagine della regione in cui la provincia, attraverso la

cronaca capillare e radicata nel territorio e attraverso la tematizzazione dei fatti in senso locale, che - si badi bene - non è sinonimo di localistico, ha il suo giusto peso e la rilevanza che merita. Il rapporto fra provincia, di cui per molti aspetti si può già parlare riferendosi anche a realtà suburbane poste a non molti chilometri dal capoluogo regionale, e giornale locale, è strettissimo. Il giornale locale si caratterizza ed ama definirsi come un "giornale partecipato", uno strumento di identificazione territoriale e non solo un "prodotto" di redazione. In effetti basta sfogliare questi settimanali e bisettimanali piemontesi e valdostani, per notare quanto essi siano il risultato di un continuo interscambio con le molteplici e vivissime realtà di associazionismo culturale, religioso, sportivo, di impegno sociale, ma anche con i singoli nuclei familiari che trovano in essi il luogo più adeguato per dare una veste pubblica ai più importanti riti di passaggio che scandiscono la vita, ma anche la morte. Dai titoli, dalle rubriche, dalle fotografie, dai servizi, dalle firme, dal flusso di comunicati che danno "quasi quotidianamente" forma alle pagine di questi giornali viene fuori il ritratto di una provincia nel complesso tutt'altro che pigra e immobile, che con il suo volto più umano, ma anche con i mali che la affliggono, si adopera coralmente per dare riflesso alle proprie tradizioni, alle proprie attività politiche ed economiche, alla propria cultura, ai propri talenti, al proprio tessuto sociale, alle proprie specificità e che si attiva in mille modi per raccontarsi prima di tutto a se stessa e poi agli altri. Tutto ciò a volte può essere viziato da toni un po' celebrativi e campagnolici, da stereotipi per l'appunto "provincialistici" e ha una sorta di resistenza a mettersi in discussione fino in fondo, ma resta il fatto che questa stampa locale ha rappresentato storicamente e per vocazione un'occasione di dibattito, di comunicazione e di crescita per le comunità locali e resta uno dei principali strumenti per cogliere le infinite sfumature di un mondo si lontano dal centro, ma non marginale. Un mondo che va osservato, ascoltato con attenzione, nell'ottica di un dialogo fra centro e periferia improntato su un mutuo scambio che conduce a un'integrazione costruttiva e a un comune percorso di progresso e sviluppo.

Un'inedita ricerca in Emilia e Trentino Alto Adige

Territorio news

di Giorgio Grossi

UNIVERSITÀ DI TORINO

È in corso di realizzazione una ricerca sull'informazione locale stampata ed audiovisiva con caratteristiche inusuali e per certi versi inedite. Si tratta di uno studio comparato sull'offerta informativa disponibile in due regioni italiane: l'Emilia Romagna e il Trentino Alto Adige. Obiettivo principale della ricerca - di cui è terminata attualmente solo una parte relativa all'Emilia Romagna - è quello di analizzare il rapporto fra informazione territoriale e identità culturale in una determinata area regionale. Gli interrogativi a cui si intende rispondere con l'indagine riguardano infatti il ruolo che l'informazione può aver avuto (e continuare ad avere) nell'emergere del "localismo", nel favorire la crescita di tendenze "regionaliste" e "federaliste", pur in presenza di un processo di globalizzazione dei flussi di informazione oggi ormai pienamente dispiegato. Questa ricerca si segnala tuttavia anche per un'altra particolarità, che forse è più pertinente al tema del giornalismo locale e riguarda il concetto di "flusso territoriale": inteso come comprensivo di informazione locale, nazionale e internazionale. Mediante tale approccio

Che rapporto c'è tra informazione e riemergere dei localismi?

si assume il punto di vista del lettore-ascoltatore-consumatore di informazione e si definisce flusso territoriale l'insieme delle notizie - via stampa, radio e tv - disponibili giornalmente in un determinato territorio e comprensivo sia dell'informazione di carattere nazionale (ed internazionale) che di quella più specificatamente regionale e locale. In tale ottica viene a cadere, per così dire, la distinzione tra giornalismo locale e nazionale perché si considera l'insieme delle informazioni potenzialmente disponibili nell'arco di una giornata attraverso la sequenza dei vari media, indipendentemente dal loro ambito di emissione, purché siano accessibili sul territorio. Nello stesso tempo ogni informazione è per definizione "informazione localizzata", cioè è definita in base alla sua accessibilità in un determinato territorio, solitamente di estensione

Mezzo secolo per "Eco dell'Ossola"

Mezzo secolo di vita. È un traguardo ambito e lusinghiero quello che nel '95 raggiungerà il settimanale locale *Eco dell'Ossola - Risveglio ossolano*: festeggerà con i suoi lettori cinquant'anni di vita. Un giornale nato dalla fusione, nel '74, di due testate di settimanali che, per sopravvivere, hanno saputo trovare un punto d'incontro per unire le forze migliori e imboccare la strada che ha portato l'attuale testata a inserirsi tra i più diffusi settimanali extraprovinciali tenuto conto delle copie vendute rispetto al numero degli abitanti della zona d'influenza. Una tiratura che oscilla dalle 10.600 alle 11.900 copie settimanali, a fronte di una popolazione che non arriva ai 70.000 abitanti. La testata anziana è il *Risveglio ossolano*, il cui primo numero vide la luce il 3 gennaio '46, con la firma del direttore Pietro Carlo Viglio. Un manipolo di volenterosi, ricchi di idee, a guerra ultimata, con il freddo ricordo della paura breve ma significativa vita per 40 giorni della Repubblica Partigiana dell'Ossola. I fondatori, in massima parte di area socialista, ambivano portare nella zona una voce nuova e diversa da quella del già collaudato settimanale cattolico *Il popolo dell'Ossola*, che vantava un'e-

rettori Cesare Melchiorri e Gianni Reumi, tutti pubblisti. Gli anni che seguirono impegnarono tutti in un lavoro intenso di organizzazione amministrativa e tecnica: i collaboratori saltuari (una trentina), i corrispondenti fissi a ritenuta d'acconto, un redattore incaricato come pubblistico, due assunti a tempo pieno con il contratto dei grafici hanno dato vita a un settimanale che si è dedicato esclusivamente all'informazione, ai problemi locali, alla cultura e allo sport. Una scelta che ha incontrato i favori dei lettori, saliti nell'arco di venti anni dalle 2000 copie alle 11 mila. Il 90 per cento viene assorbito in Ossola, il resto tocca le maggiori città italiane e straniere, dove risiedono molti ossolani. La proprietà è una srl, Editoriale Eco-Risveglio, due le segreterie in redazione. La continua ascesa della tiratura è stata seguita da una sempre maggiore richiesta di inserzionisti che, assieme all'elevato numero di abbonati (circa 6000), costituiscono le uniche fonti finanziarie che permettono al giornale di vivere e di apportare, gradatamente, migliorie tecnologiche. Insomma, uno specchio dell'Ossola, condensato in 24-28 pagine, puntualmente in edicola ogni giovedì da quasi cinquant'anni.

SPECIALE



Province di Carta

STAMPA LOCALE
IN PIEMONTE
E VALLE D'AOSTAQuanta
informatica
nelle testate
piemontesi?

Ma quanto sono informatizzati i periodici d'informazione locali piemontesi? I dati raccolti nell'indagine curata dal Centro "Paolo Farneti" forniscono anche a questo interrogativo risposte piuttosto articolate: su una trentina di testate prese in considerazione, ben diciassette usano i computer soltanto come sistemi di videoiscrittura, cinque fanno all'interno la videopaginazione ma si affidano a servizi esterni per la realizzazione delle pellicole. Soltanto in tre l'integrazione fra ciclo giornalistico e ciclo tecnico si spinge fino alla realizzazione interna delle pellicole. Sei testate, infine, si pongono in una situazione intermedia: la videopaginazione viene fatta parzialmente all'interno, ma ci si affida ai servizi per l'inserimento di immagini e per il completamento dell'impaginazione.

Nei periodici d'informazione condizioni di lavoro ancora troppo diverse dai quotidiani

Rivoluzione nel mestiere

di Enrico Sozzetti

Il mestiere è cambiato. Profondamente. In questi ultimi dieci anni i giornalisti della carta stampata hanno dovuto fare i conti con l'omnipresente televisione, con l'evoluzione tecnologica, con il costante mutamento della realtà locale alla quale non è più sufficiente assicurare l'informazione minuta, di "servizio". Ma che invece sollecita un giornalismo più critico, che spazi dalla cultura all'economia, al sociale, con la stessa affidabilità e autorevolezza dei quotidiani e dei periodici nazionali. Gli operatori dell'informazione hanno dovuto così affrontare, quotidianamente, un'evoluzione tecnologica e professionale che, va detto, non è stata sufficientemente supportata sul piano della formazione.

Coloro che operano nella carta stampata locale hanno vissuto, e stanno vivendo tuttora, una condizione lavorativa lontana, troppo lontana, da quella dei colleghi dei quotidiani. Ma non solo in termini negativi. Infatti i giornalisti dei periodici piemontesi tutti i giorni devono fare i conti con le notizie e i relativi servizi da sviluppare e, al tempo stesso, passare i pezzi dei corrispondenti, impaginare, titolare, controllare fotografie e bozze, licenziare le pagine in tipografia. La suddivisione classica dei ruoli all'interno delle redazioni in provincia è solo approssimativa. E ciò ha sicuramente modificato, in meglio, la preparazione professionale dei giornalisti, la cui mole di lavoro svolto è in ogni caso aumentata di molto. Non altrettanto, tuttavia, che per un numero ristretto di casi, si può dire degli inquadramenti e delle retribuzioni. Solo ultimamente, grazie all'accordo fra la Subalpina e la Fipe (Federazione dei piccoli editori), qualche passo in avanti si sta finalmente compiendo.

Alla necessità di dover seguire diverse fasi di lavorazione, si è poi aggiunta quella dell'uso delle nuove tecnologie. Da alcuni anni, almeno nei maggiori pe-

Eco di Biella, cambia tutto

di Gabriele Barberis Vignola

Settembre si è rivelato un mese ricco di innovazioni per il panorama editoriale della provincia di Biella, che ha visto due importanti novità. La prima è stata l'avvicendamento alla direzione del bimestrale *L'Eco di Biella* tra Ugo Zatterin (che da tempo aveva chiesto all'editore di trovare un sostituto) e Costanzo Gatta. Quest'ultimo si è insediato lo scorso primo settembre. Bresciani, 55 anni, laureato in giurisprudenza, ha lavorato per trentacinque anni a *La Notti* di Milano dove ha percorso tutta la carriera interna, da corrispondente di provincia a caporedattore centrale. All'Eco ha subito trasferito le sue doti di grande uomo-macchina, imprimendo un significativo cambiamento alla struttura del giornale. Innanzitutto è aumentata la fogliazione media, attestandosi sulle 32 pagine. Potenziate le rubriche di servizio con quattro pagine dedicate ad agende, rubriche, programmi televisivi e radiofonici. Già nel primo mese è stato rilevato un incremento della diffusione e del carico pubblicitario. Il neo direttore ha presentato un piano editoriale di sviluppo che ha incontrato il gradimento della redazione all'unanimità.

Con l'arrivo di Gatta, l'editore ha varato anche gli assetti amministrativi dell'azienda. Controllato al cento per cento dall'Unione Industriale Biellese, l'Istituto Editoriale Biellese srl vede ora

ai vertici del consiglio di amministrazione, lo stesso presidente Uib Enrico Botto Poala e il direttore dell'associazione Enzo Vizzari, pubblicità, che ha assunto la carica di amministratore delegato. In precedenza le cariche di presidente e amministratore delegato erano ricoperte rispettivamente dall'imprenditore Paolo Ferla e da Ugo Zatterin, nel contempo direttore responsabile. Ma dal 25 settembre *Eco di Biella* non è più solo in edicola. Per la prima volta in assoluto, dopo mezzo secolo, una nuova iniziativa editoriale va a collocarsi nel tradizionale "giorno forte" del bimestrale dell'Uib. La testata si chiama *Sport 7* ed è interamente dedicata ai fatti sportivi della domenica, con l'aggiunta di alcune pagine di servizio. È un prodotto innovativo che punta su grandi immagini a colori, pubblicate in copertina, controfotografia e anche all'interno. Anche *Sport 7* è stampato a Cavaglià dalla Nuova Unione Biellese, dalle cui rotative escono tra l'altro *Tuttsport*, *Il Biellese* e *L'Eco di Biella*. Il promotor del nuovo settimanale è un giovane pubblicità di 27 anni, Antonio Mantovan, fotografo professionista, ex collaboratore di *Eco di Biella*, *Il Biellese* e *La Provincia*. Fino al varo della nuova iniziativa, Mantovan faceva parte del comitato sindacale della provincia di Biella della Subalpina. Giovannissimo anche il direttore responsabile, Luca Bassini, giornalista emergente distinto nelle pagine sportive di *Eco di Biella* di cui è stato collaboratore per quasi tre anni.

periodici, le macchine per scrivere sono state abbandonate, per passare ai computer: inizialmente utilizzati solo per digitare l'articolo, oggi per compiere operazioni di trattamento del testo stesso (se non addirittura per fare della pre-impaginazione), per comunicare via modem con le redazioni periferiche, utilizzare i notiziari Ans (attraverso l'archiviazione e la successiva cuciatura dei lanci) per la preparazione di un pezzo, il tutto senza più alcun ricorso alla carta (una volta così abbondante sulle scrivande dei giornalisti).

Anche in questo caso i profili ed i confini fra giornalisti e grafici-impaginatori tendono a confondersi. Purtroppo l'organizzazione dei piccoli periodici non consente altrimenti. È su questa evoluzione del mestiere che si tocca con mano l'eccessiva

distanza fra la grande e la piccola editoria. I colleghi delle testate locali sono costretti ad affrontare quotidianamente da soli queste trasformazioni. Di corsi d'aggiornamento sulle nuove tecnologie quasi non si parla. La conoscenza di regole e norme tipografiche è trasmessa, per buona volontà, da quelli più anziani - che hanno vissuto l'epoca dell'impaginazione manuale in tipografia - ai più giovani. Anche le pagine sono disegnate direttamente dai redattori, che seguono man mano tutte le fasi dell'impaginazione (nei giornali più avanzati tecnologicamente l'operazione è eseguita da grafici che si occupano di tutti gli interventi, compresa la riproduzione delle fotografie e l'inserimento della pubblicità) fino all'invio della pagina in ti-

pografia, già pronta per la stampa. Sul piano dell'esperienza professionale, certamente il bagaglio di conoscenze dei colleghi di provincia è maggiore di quello di coloro che in un quotidiano si occupano solo dei titoli, della ricerca delle foto, della stesura di un articolo. Ciò che invece manca è la formazione in senso stretto: l'insegnamento dei principi deontologici, il classico "chi", dove, quando, come e perché", l'obbligo della verifica, della correttezza e precisione delle fonti, le regole di scrittura. È su questi aspetti che la preparazione lascia a desiderare. Un esempio personale, a titolo esemplificativo. Nella redazione de *Il Piccolo* di Alessandria non si è mai esaurita la fila di giovani che periodicamente chiedono di "poter fare il giornalista". Per tutti, almeno quelli

DALLA PRIMA PAGINA

è problema in attesa di una soluzione accettabile. Non si tratta di difendere l'Ordine com'è, o di proporre profonde modifiche o la sua cancellazione: è opportuno trovare il modo di aiutare i tanti volontari. Nessuno nasce maestro. Persino i grandi pittori sono andati a scuola. I grandi romanzieri si sono macerati sulla lettura di chi li ha preceduti. Adesso addirittura sono sorte scuole per "insegnare" a scrivere un romanzo. Il che pare eccessivo, e forse in questo ha ragione Emanuele. Ma un buon apprendistato per chi vuol scrivere su un giornale è utile. Ricordiamo l'osservazione di Vittorio Emanuele Orlando che la stampa è "uno dei mezzi più poten-

ti con cui da un lato l'opinione pubblica si manifesta, e dall'altro si può sull'opinione pubblica influire". Non è facile contemporaneamente la libertà d'espressione con l'esigenza di un prodotto che aiuti il lettore nel suo bisogno di conoscenza nel suo processo di formazione. La Costituzione, articolo 21, riconosce che "tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione" (con il limite di non violare i diritti altri). Insieme però va considerato il diritto di chi legge ad essere bene informato. Poi c'è il problema del finanziamento. Non si vive con la sola vendita: c'è bisogno del con-

tributo della pubblicità e non sempre la realtà locale - dal negozio alla piccola industria - offre un introito adeguato. Il raggruppamento in atto della stampa locale è una delle strade possibili per sopravvivere. Ma occorre essere vigilanti: ogni concentrazione comporta rischi. Così come ogni contributo economico può condizionare la libertà d'espressione. Il convegno di Stresa può aiutare a comprendere meglio le esigenze della stampa locale e indicare possibili soluzioni. Un convegno non risolve tutto: già sarebbe un buon risultato se aprisse un confronto continuo, perché dal confronto nascono la conoscenza e le buone idee.

Piccoli piemontesi on line

Adesione di massa al progetto Mentelocale della Regione, che offre un portale comune a 73 giornali locali, rendendo così disponibile un patrimonio informativo ricchissimo

I giornali locali del Piemonte, un insieme di testate settimanali, bisettimanali e in qualche caso trisettimanali che con le loro 600 mila copie diffuse costituiscono una delle fonti principali di informazione della regione, sono ora disponibili on line fin dal giorno dell'uscita in edicola.

Il progetto, al quale la direzione comunicazione della Regione Piemonte guidata da Roberto Moisio sta lavorando fin dal 2006, si chiama 'Mentelocale - L'informazione per tutti' ed è stato presentato il 22 novembre scorso a professionisti e istituzioni, che potranno accedere al nuovo portale accreditandosi con una propria password. I 73 giornali locali (cioè tutti quelli più importanti e radicati nella regione) saranno comunque disponibili allo stesso indirizzo (www.regione.piemonte/mentelocale) anche al pubblico, che nel giorno dell'uscita in edicola potrà però consultare solo la prima pagina, mentre il resto sarà accessibile dopo altri tre giorni.

Nel prossimo futuro anche gli archivi delle testate - la cui nascita in molti casi risale all'Ottocento - potranno essere consultati attraverso il portale: la Regione contribuisce, attraverso l'assessorato alla Cultura, ai progetti di digitalizzazione, poi integrati dagli editori con risorse proprie.

Sul nuovo portale, infine, sono disponibili in tempo reale anche i comunicati stampa di 180 istituzioni di vario genere (dalle Unioni industriali alla Film commission, fino alle singole Asl) che in questo modo possono raggiungere un pubblico di stakeholder assai più vasto di quello contenuto nelle loro mailing list.

"Abbiamo incontrato una grande disponibilità da parte degli editori, che hanno aderito



Roberto Moisio, 58 anni, direttore della comunicazione della giunta regionale del Piemonte. La sua struttura lavora al progetto Mentelocale fin dal 2006; a sinistra, il presidente della Regione Piemonte Mercedes Bresso.

in massa al progetto", racconta Moisio.

"In Piemonte queste testate, spesso molto antiche, rappresentano una fonte di informazione locale estremamente importante, forse la principale visto tra l'altro il rapporto strettissimo che hanno con i propri lettori. Ma fino a ora era impossibile consultarle se non sul posto, mentre si tratta di uno strumento che può essere utile, non solo ai giornalisti e a chi si occupa di comunicazione, ma a tutti i professionisti e gli imprenditori attivi nella regione. Ora chi vive e lavora a Torino potrà conoscere l'informazione locale di Cuneo o di Novara in tempo reale".

Gli 'accreditati istituzionali', cioè gli utenti che potranno accedere con una password all'intero contenuto delle te-

state fin dal primo giorno, non saranno comunque molti: gli editori locali, infatti, molti dei quali membri della Fipeg (Federazione italiana piccoli editori di giornali), non vogliono che il portale possa diventare concorrenziale rispetto alle edicole. Questo anche se l'iniziativa si è intrecciata con l'apertura delle edizioni on line di molti settimanali e bisettimanali (l'ultimo in ordine di tempo è stato *Il Biellese*, storica testata diocesana, in coincidenza con l'arrivo del nuovo direttore Silvano Esposito), mentre procede il progetto di digitalizzazione e accessibilità degli archivi della *Stampa* e si lavora per rendere disponibile quello della *Gazzetta del Popolo* chiusa nel 1983 dopo 135 anni di vita.

Enthusiasta dell'iniziativa il presidente della Regione, Mercedes Bresso: "Il Piemonte è una regione plurale, che produce notizie e iniziative in tutto il territorio e che non può avere un sistema di informazione che ha al centro soltanto Torino. Ora a Cuneo si potrà conoscere l'informazione prodotta a Biella e viceversa, mettendo in Rete centinaia di notizie utili".

L'azienda specializzata Sinedita è partner tecnico per la realizzazione del portale, individuata per questo dal Csi-Piemonte, consorzio informatico regionale che lavora con le amministrazioni e gli atenei piemontesi per migliorare i servizi pubblici attraverso l'informatica. Dal 2006, quando l'iniziativa è stata avviata in via sperimentale, destinata soltanto a un piccolo gruppo di utenti professionali, per realizzare Mentelocale è stato investito un milione di euro.

In futuro i costi saranno limitati alla sola manutenzione del sistema.

Vera Schiavazzi



Nelle foto, da sinistra: Pietro Trossero, direttore dell'Eco del Chisone; Valerio Macagnano, direttore del Savignanese; Giuliana Vivo, direttore della Sentinella del Canavese; Daniela Gaia, editore del Corriere di Alba e Bra.

mente LOCALE

l'informazione per tutti

TESTATE	PROVINCIA	PERIODICITÀ	USCITA	FONDAZIONE	GIP
<i>S (settimanale) - BS (bisettimanale) - TS (trisettimanale)</i>					
PERIODICI D'INFORMAZIONE LOCALE DEL PIEMONTE N°. 64					52
Ancora (L')	AL	S	Domenica	1903	1
Monferrato (Il)	AL	BS	Martedì Venerdì	1871	1
Nostro Giornale (Il)	AL	S	Sabato	1994	1
Novese (Il)	AL	S	Giovedì	1964	1
Panorama di Novi e dell'Oltregiogo	AL	S	Venerdì	1964	1
Panorama di Tortona	AL	S	Mercoledì	1960	1
Piccolo (Il)	AL	TS	Lunedì Mercoledì Venerdì	1925	1
Popolo (Il)	AL	S	Giovedì	1949	1
Settegiorni Tortona	AL	S	Venerdì	1965	1
Vita Casalese (La)	AL	S	Giovedì	1922	1
Voce Alessandrina (La)	AL	S	Venerdì	1879	1
ALESSANDRIA		N°. 11			
Corriere dell'Astigiano (Il)	AT	S	Mercoledì	2008	
Gazzetta d'Asti	AT	S	Venerdì	1899	1
Nuova Provincia (La)	AT	BS	Martedì Venerdì	1953	1
ASTI N°. 3					
Bieliese (Il)	BI	BS	Martedì Venerdì	1882	1
Eco di Biella	BI	BS	Lunedì Giovedì	1947	1
Nuova Provincia Biella (La)	BI	BS	Mercoledì Sabato	1994	1
BIELLA N°. 3					
Bisalta (La)	CN	S	Venerdì	1996	1
Bra Oggi	CN	S	Martedì	2003	
Corriere di Alba (Il)	CN	S	Lunedì	1992	
Corriere di Bra, Cherasco e Sommariva (Il)	CN	S	Martedì	1992	
Corriere di Saluzzo	CN	S	Venerdì	1913	1
Corriere di Savigliano	CN	S	Giovedì	1990	1
Cuneo Sette	CN	S	Martedì	1997	1
Fedeltà (La)	CN	S	Mercoledì	1898	1
Gazzetta d'Alba	CN	S	Martedì	1882	1
Gazzetta di Saluzzo (La)	CN	S	Giovedì	2006	
Guida (La)	CN	S	Venerdì	1945	1
Nuovo Braidese (Il)	CN	S	sabato	2004	
Piazza Grande (La)	CN	S	Martedì	1989	1
Provincia Granda	CN	S	Venerdì	1978	1
Saluzzo Oggi	CN	S	Martedì	2002	
Saviglianese (Il)	CN	S	Giovedì	1858	1
Unione Monregalese (L')	CN	S	Mercoledì	1898	1

GIORNALI D'INFORMAZIONE LOCALE DEL PIEMONTE

	CUNEO	N°.	17				
Azione (L')	NO	S	Sabato	1906	1		
Corriere Novara	NO	TS	Lunedì Giovedì Sabato	1877	1		
Novara Oggi	NO	S	Venerdì	2003			
Tribuna Novarese	NO	BS	Lunedì Venerdì	1981	1		
	NOVARA	N°.	4				
Canavese (Il)	TO	S	Venerdì	1982	1		
Corriere di Chieri	TO	BS	Martedì Venerdì	1945	1		
Corriere di Moncalieri	TO	S	Martedì	1989	1		
Corriere Sportivo (Il)	TO	S	Lunedì	2003			
Eco del Chisone (L')	TO	S	Mercoledì	1906	1		
Gazzetta del Canavese (La)	TO	S	Mercoledì	2005			
Luna Nuova	TO	BS	Martedì Venerdì	1980	1		
Mercoledì (Il)	TO	S	Mercoledì	1995	1		
Monviso (Il)	TO	S	Sabato	1989	1		
Nostro Tempo (Il)	TO	S	Domenica	1946	1		
Nuova Periferia (La)	TO	S	Mercoledì	1977	1		
Nuova Voce Settimo (La)	TO	S	Mercoledì	2007			
Nuova Voce Torino (La)	TO	S	Martedì	2004			
Risveglio (Il)	TO	S	Giovedì	1921	1		
Risveglio Popolare (Il)	TO	S	Venerdì	1920	1		
Sentinella del Canavese (La)	TO	BS	Lunedì Giovedì	1893	1		
Sprint e Sport	TO	S	Lunedì	1995	1		
Valsusa (La)	TO	S	Giovedì	1897	1		
Voce del Canavese (La)	TO	S	Lunedì	1999	1		
Voce del Popolo (La)	TO	S	Domenica	1933	1		
	TORINO	N°.	20				
Ecorisveglio	VB	BS	Mercoledì Giovedì	1946	1		
	VERBANIA	N°.	1				
Corriere Eusebiano	VC	S	Sabato	1929	1		
Corriere Valsesiano	VC	S	Venerdì	1895	1		
Notizia Oggi	VC	BS	Lunedì Giovedì	1987	1		
Notizia Oggi Vercelli	VC	S	Lunedì	1990	1		
Sesia (La)	VC	BS	Martedì Venerdì	1871	1		
	VERCELLI	N°.	5				

Criteri per assegnazione GIP

Giornali conformi all'art. 9 della legge regionale n. 18 del 25 giugno 2008, con periodicità settimanale e plurisettimanale, e che raggiungono almeno i 10 anni nel 2008 con continuità di periodicità e pubblicazione.

mente LOCALE

l'informazione per tutti

cartella stampa

Torino, 22 novembre 2008

I PERIODICI D'INFORMAZIONE LOCALE DEL PIEMONTE

- **Regione Piemonte e giornali locali**
- **Definizione**
- **Presentazione**
- **Periodicità**
- **Diffusione**
- **Federazione italiana piccoli editori giornali (FIPERG)**

REGIONE PIEMONTE E GIORNALI LOCALI

La Regione Piemonte, consapevole del fondamentale ruolo di capillare informazione dei cittadini che svolgono i giornali locali, collabora strettamente con le testate da molti anni. Dal 1996, dopo un accordo con la Federazione italiana editori piccoli giornali (FIPERG), l'ente regionale pubblica sui periodici delle pagine d'informazione sull'attività amministrativa. Il Piemonte è stata poi la prima regione in Italia a predisporre norme legislative di sostegno dei giornali locali con la legge regionale n. 52 del 30 luglio 1990, l'ultima legge approvata è la n. 18 del 25 giugno 2008.

Tra gli obiettivi delle leggi regionali: l'ammodernamento tecnologico delle imprese, facilitazioni per il collegamento con le agenzie d'informazione, contributi per l'acquisto della carta da stampa e sui costi di produzione dell'impresa.

DEFINIZIONE

L'articolo 9 della legge regionale n. 18 del 25 giugno 2008 (Interventi a sostegno dell'editoria piemontese e dell'informazione locale), definisce le caratteristiche dei periodici d'informazione locale e delle imprese che li editano:

...

1. Gli interventi di cui all'articolo 8 sono erogati a favore di imprese, aziende, cooperative e associazioni editoriali con sede legale ed attività produttiva in Piemonte, che editano periodici:

- a) con regolarità da almeno due anni dall'entrata in vigore della presente legge e che siano iscritti al registro degli operatori di comunicazione;
- b) con frequenza non quotidiana ed a carattere almeno settimanale;
- c) con periodicità regolare di almeno quarantadue uscite per i settimanali;
- d) con copertura territoriale di capoluoghi provinciali o sovracomunale e con tiratura non inferiore alle tremila copie per ogni uscita in vendita o in abbonamento postale;

REGIONE PIEMONTE

Direzione comunicazione istituzionale della Giunta regionale
Piazza Castello, 165 – 10122 Torino
Paolo Bugnone tel. 011 432 5890 | paolo.bugnone@regione.piemonte.it

mente LOCALE

l'informazione per tutti

cartella stampa

- e) finalizzati esclusivamente all'informazione locale ed alla valorizzazione dei temi riguardanti la realtà sociale, economica e culturale del Piemonte;
- f) aventi le seguenti caratteristiche editoriali dei giornali:

- 1) mancanza di copertina;
- 2) impaginazione in colonne;
- 3) foliazione di almeno sedici pagine;
- 4) pluralità di contenuti informativi;
- 5) destinazione di almeno il 55 per cento delle pagine su base annua all'informazione locale sulla società e vita politica locale, sulla cronaca e sulle istituzioni e destinazione di una quota non superiore al 45 per cento di pubblicità su base annua.

2. I destinatari di cui al comma 1, al fine di beneficiare dei contributi regionali, sono tenuti ad avere una struttura minima di due dipendenti anche part-time e ad utilizzare come collaboratori redazionali almeno due giornalisti pubblicisti regolarmente retribuiti.

...

PRESENTAZIONE

I giornali d'informazione locale in Piemonte hanno una solida tradizione, molti superano i cento anni di vita ma, soprattutto, rappresentano un settore imprenditoriale e culturale molto vivace. L'editoria locale è un settore che si è poi molto sviluppato a partire dalla fine degli anni '70 quando, terminata la gloriosa esperienza del quotidiano *La Gazzetta del Popolo*, che tanto spazio aveva dedicato alla cronaca delle province piemontesi, nella regione si doveva registrare, con rammarico, la presenza di un solo quotidiano, seppur grande e prestigioso: *La Stampa* di Torino. Un quadro che negli anni, malgrado la nascita di altri quotidiani, ma in particolare solo nella città di Torino, non si è sostanzialmente modificato e che fa della stampa d'informazione locale, rispetto alle altre regioni italiane, un fenomeno tipico e unico del Piemonte per qualità giornalistica e rilevanti dimensioni della diffusione.

PERIODICITÀ SETTIMANALE E PLURISETTIMANALE

Per giornali d'informazione locale, comunemente si intendono quelle testate che hanno una periodicità di pubblicazione almeno settimanale anche se, soprattutto in comunità di piccole dimensioni collocate nelle province piemontesi, vengono pubblicati altri numerosi piccoli giornali d'informazione con periodicità quindicinale e mensile.

REGIONE PIEMONTE

Direzione comunicazione istituzionale della Giunta regionale

Piazza Castello, 165 – 10122 Torino

Paolo Bugnone tel. 011 432 5890 | paolo.bugnone@regione.piemonte.it

mente LOCALE

l'informazione per tutti

cartella stampa

Ma sono i settimanali e i plurisettimanali (bisettimanali e trisettimanali) che, stando più vicini temporalmente agli avvenimenti e ai tempi di consumo delle notizie, hanno avuto il maggior sviluppo in Piemonte. Formati, carta, fogliazioni e impaginazione tipo giornale quotidiano, assenza di copertina, pagine dedicate alla cronaca e alla politica locale, all'attualità, alla cultura e allo sport, alla comunicazione commerciale ne sono i tratti caratteristici.

Sono oltre 50 i settimanali e i plurisettimanali in Piemonte. La quasi totalità dei quali sono associati alla Federazione italiana dei piccoli editori di giornali (FIPEG), nata non a caso in Piemonte nel 1994. Le testate hanno tirature per edizione che variano dalle 3mila copie alle oltre 20mila, formati renano, repubblica e tabloid, con fogliazioni per edizione intorno alle 60 pagine, spesso interamente o con molte pagine a colori.

GIORNALI DI PROSSIMITÀ E DI COMUNITÀ

Le imprese editoriali piemontesi che editano questi giornali occupano circa 200 giornalisti professionisti a tempo pieno e diverse centinaia come collaboratori. Nel corso del tempo, molti giovani hanno intrapreso brillanti carriere giornalistiche, anche in grandi testate nazionali, iniziando le loro prime esperienze professionali proprio nei giornali locali.

Nell'indotto di queste imprese vanno sommati i numerosi posti di lavoro creati nelle agenzie che si occupano della raccolta pubblicitaria e della grafica, nonché della stampa e della distribuzione dei giornali.

I giornali locali, anche definiti di "prossimità" o di "comunità" per il loro stretto legame con il territorio di pertinenza, rappresentano una rete che interessa, oltre ai capoluoghi provinciali e le maggiori cittadine, anche i numerosi piccoli Comuni del Piemonte. La regione ne conta ben 1.206, dei quali 609 non raggiungono i 1.000 residenti e 1.074 (l'89,1%) hanno meno di 5.000 abitanti. In questi Comuni risiedono circa 1.300.000 persone, il 30% della popolazione piemontese. Sono invece solo 32 i Comuni con più di 20.000 abitanti.

LA DIFFUSIONE

I periodici locali raggiungono i loro lettori, con un alto tasso di fidelizzazione, con migliaia di copie in abbonamento postale e in edicola. I bacini di diffusione sono mediamente costituiti da territori abitati da 100-150mila abitanti, interessano i capoluoghi provinciali, spesso l'intera provincia o pluralità di Comuni in ambiti omogenei per ragioni storiche, culturali e sociali.

La diffusione settimanale raggiunge le 600mila copie complessive, e si valuta in oltre 2 milioni il numero dei lettori effettivi: oltre la metà dell'intera popolazione piemontese. Numeri che fanno del sistema dei giornali d'informazione locale un grande giornale regionale.

REGIONE PIEMONTE

Direzione comunicazione istituzionale della Giunta regionale

Piazza Castello, 165 – 10122 Torino

Paolo Bugnone tel. 011 432 5890 | paolo.bugnone@regione.piemonte.it



mente LOCALE

l'informazione per tutti

COMUNICATO STAMPA

Torino, novembre 2008

MENTELOCALE, SU INTERNET L'INFORMAZIONE TERRITORIALE PER TUTTI

*Regione Piemonte ed editori dei periodici d'informazione locale
del Piemonte presenteranno il progetto il 22 novembre a Torino*

In un unico sito Internet le edizioni digitali delle decine di testate d'informazione locale piemontesi che aderiscono al progetto - con periodicità settimanale e plurisettimanale - e i comunicati degli uffici stampa di enti pubblici e associazioni della regione disponibili per ricerche di lavoro e di studio, o semplicemente per conoscere cosa accade in Piemonte. Anche da terre lontane, per i piemontesi emigrati o all'estero per lavoro.

Questo è **Mentelocale**, un servizio ideato e fornito dalla Direzione comunicazione istituzionale della Regione Piemonte con l'obiettivo di valorizzare la comunicazione della pubblica amministrazione e l'informazione giornalistica territoriale, favorendo il più ampio accesso dei cittadini alle fonti d'informazione locale.

Il servizio di Mentelocale sarà disponibile da dicembre 2008 sul sito istituzionale della Regione Piemonte (www.regione.piemonte.it/mentelocale). Il progetto sarà presentato a **Torino sabato 22 novembre**, a partire dalle ore 9.30 presso il Centro incontri della Regione Piemonte, in Corso Stati Uniti 23. Nel corso dell'evento, la presidente del Piemonte, **Mercedes Bresso**, assegnerà al presidente della Federazione italiana dei piccoli editori di giornali (FIPEG), **Pietro Policante**, e ad ogni testata che raggiunge almeno 10 anni di pubblicazione continuativa nell'anno in corso, il marchio di qualità **Giornale Identità Piemonte (GIP)**. Un riconoscimento al ruolo fondamentale che la stampa locale svolge nella formazione dell'identità regionale.

Bresso e Policante, sottoscriveranno inoltre un **Protocollo d'Intesa** che impegna la Regione Piemonte e la FIPEG a favorire lo sviluppo di progetti di digitalizzazione delle edizioni storiche dei giornali locali - all'interno del vasto programma della **Biblioteca digitale Piemonte** - e di studi e ricerche sul mondo dell'informazione locale regionale in collaborazione con il sistema universitario.

I periodici d'informazione locale del Piemonte, oltre 70, per professionalità giornalistica ed estensione della diffusione (circa 600 mila copie settimanali vendute in edicole ed in abbonamento), rappresentano una realtà unica in Italia con numerose e storiche testate, diverse delle quali fondate nella seconda metà del 1800.

REGIONE PIEMONTE

Direzione comunicazione istituzionale della Giunta regionale

Piazza Castello, 165 – 10122 Torino

Paolo Bugnone tel. 011 432 5890 | pao.lo.bugnone@regione.piemonte.it

DENTRO E FUORI LA CITTÀ

SENTINELLA DEL CANAVESE LA FESTA DEI 130 ANNI

MERCOLEDÌ 22 AL GIACOSA DI IVREA SI CELEBRA IL GIORNALE CON LUCA ZINGARETTI IN COLLEGAMENTO

Una festa di compleanno speciale. La *Sentinella del Canavese* mercoledì 22 novembre celebrerà i suoi 130 anni di vita al Teatro Giacosa di Ivrea. Un pomeriggio (si comincia alle ore 17,30) con illustri ospiti e anche alcuni passaggi significativi.

Una celebrazione tra passato e futuro, senza trascurare ovviamente il passato olivettiano. Sarà infatti in collegamento Luca Zingaretti, che nella fiction di successo "Adriano Olivetti, la forza di un sogno", aveva interpretato il protagonista. Una fiction che aveva rilanciato l'immagine di Ivrea e aveva contribuito a far scoprire uno dei personaggi più interessanti, a livello mondiale, del secolo scorso: Adriano Olivetti.

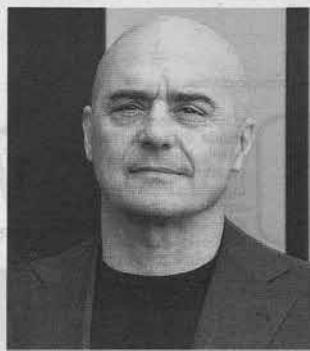
Zingaretti, dopo l'introduzione dell'evento da parte del direttore responsabile della *Sentinella del Canavese*, Andrea Filippi, dialogherà con il vicedirettore di *La Stampa*, Federico Monga.

Dopo la presentazione è previsto un intervento del sindaco Matteo Chiantore. Subito dopo si approfondirà la parte storica. Tiziano Passera, presidente dell'Associazione storia e arte canavesana dialogherà con il caporedattore della *Sentinella*, Claudio Cuccurullo sulla storia del giornale, dalla sua fondazione nel 1893 ai giorni nostri.

Quindi lo storico Gianni Oliva inquadrerà in



Il Teatro Giacosa a Ivrea; sopra: l'attore Luca Zingaretti, ospite in collegamento



particolare il periodo storico del fascismo, durante il quale *La Sentinella del Canavese* venne censurata e chiusa. E a questo proposito ci sarà un momento dal grande significato: la restituzione della tessera giornalistica al direttore della *Sentinella del Canavese* del tempo, Alessandro Riva, che gli era stata tolta nel 1931 dai gerarchi fascisti (Riva poi morì nel 1942).

La restituzione simbolica avverrà da parte del presidente dell'Ordine dei giornalisti del Piemonte, Stefano Tallia, nelle mani del nipote, omonimo del direttore della *Sentinella*, Alessandro Riva junior. Successivamente saliranno sul palco Gaetano Di Tondo, presidente dell'Associazione Archivio storico Olivetti e Fabio Vaccarino, amministratore delegato del Gruppo Multiversity, che dialogheranno con i giornalisti sul passato e sul futuro di Ivrea e Canavese.

La partecipazione è libera e gratuita. Occorre prenotarsi visto che il numero di posti è limitato su eventi-live@gedidigital.it. s.c. —

UNIPOLSA



F.I.P.E.G.

Federazione Italiana Piccoli Editori di Giornali

La FEDERAZIONE ITALIANA PICCOLI EDITORI di GIORNALI (F.I.P.E.G.) rappresenta gli editori dei giornali periodici di informazione locale con uscita almeno settimanale, soprattutto in Regione Piemonte e aree limitrofe. Le testate giornalistiche di informazione giornalistica generale associate sono circa sessanta, voci del variegato pluralismo culturale e storico della società italiana. In Italia le editrici similari sono centinaia.

La F.I.P.E.G. è nata in Piemonte nel 1994, per la particolare situazione del sistema di informazione in questa regione (caratterizzata da un solo grande quotidiano generalista e da numerosi giornali locali) con presenze nelle regioni confinanti: Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria, perfino in Calabria. La Federazione garantisce rappresentanza e visibilità alle peculiari esigenze e istanze dei giornali periodici di informazione locale.

Le testate F.I.P.E.G. hanno una penetrazione territoriale ed una fidelizzazione impensabili per i grandi quotidiani. Nel solo Piemonte hanno una diffusione di circa 400 mila copie con oltre 1.500.000 di lettori, più del doppio rispetto a quella di tutti i quotidiani venduti in Regione messi assieme. Inoltre vantano milioni di visualizzazioni nelle loro edizioni digitali. Con aggiornamenti pressoché quotidiani.

Nel Piemonte la F.I.P.E.G., ha in vigore con la Regione (Giunta e Consiglio) e con alcune province, una convenzione per la pubblicazione di pagine di comunicazione istituzionale, con cadenza pressoché mensile.

La F.I.P.E.G. è stata la prima Federazione di editori ad avere concordato un tariffario per una più trasparente remunerazione dei collaboratori. Inoltre, dopo un lungo percorso di ricerca e approfondimento ha individuato un contratto specifico per questa categoria di editori, titolari di aziende di piccole dimensioni.

Mentre tutte le grandi testate giornalistiche ristrutturavano gli organici, licenziando personale (giornalisti e grafici), le testate F.I.P.E.G., anche grazie al nuovo strumento contrattuale, implementavano i loro organici, nonostante le difficoltà comuni all'area editoriale dovute al costo del personale, della carta, alla riduzione delle vendite, della distribuzione in edcola e in abbonamento, alla precarietà del mercato pubblicitario.

Nel solo Piemonte, il numero dei giornalisti che lavorano nelle testate F.I.P.E.G. è molto superiore a quello dei collaboratori delle testate dei giornali quotidiani. Per non parlare delle altre professionalità e dell'indotto. Circa 500 sono i dipendenti per un giro d'affari di 50 milioni. Oltre alla importante area delle collaborazioni.

La F.I.P.E.G. è stata chiamata nel luglio 2006 al tavolo della editoria, a marzo 2007 alle audizioni della "Commissione Cheli" incaricata a redigere il DDL di riforma della editoria, portando il contributo della propria particolare esperienza. A suo tempo aveva partecipato al "Tavolo per l'Editoria" (primavera 2000).

In Piemonte ha portato un contributo determinante nella fase dello studio ed elaborazione della legge sulla editoria per la informazione giornalistica locale, il primo tra i rari esempi di legiferazione avanzata in campo editoriale nel Paese. La legge, votata all'unanimità del Consiglio Regionale, è la n.18 del 25 giugno 2008, tuttora vigente.

In ventinove anni di attività, la F.I.P.E.G si è fatta conoscere per la chiarezza della sua impostazione e la precisa attività editoriale dei suoi associati (edizione di giornali periodici locali, ad uscita almeno settimanale); ha contatti diretti a livello nazionale, sia con il mondo politico che istituzionale (Ministero delle Comunicazioni, Dipartimento Editoria c/o la Presidenza del Consiglio, Poste Spa, USPI, CONFAPI, Autorità per la concorrenza, etc.). La F.I.P.E.G. ha un rapporto di federazione con USPI (Unione Stampa Periodica Italiana).

La F.I.P.E.G., dopo anni di insistente e coerente impegno, ha ottenuto la pari dignità con i giornali quotidiani per la spedizione in abbonamento postale. Nel contempo ha lavorato al consolidamento e alla diffusione di un contratto di lavoro specifico per la editoria periodica locale di informazione, utilizzando le esperienze in essere nel settore. Le proprie scelte sono state riconosciute e difese ai vari livelli giurisdizionali e aperto le porte a nuovi accordi di lavoro. Oggi è particolarmente impegnata, presso i propri associati, nella diffusione della tecnologia digitale, considerata determinante a garantire il futuro delle testate e dei livelli occupazionali.

F.I.P.E.G. Gennaio 2023

Sede sociale e Segreteria operativa: 15033 Casale Monferrato - Piazza Calabiana, 2 - email: segreteria@fipeg.it
Tel. 0142 55115 - fax 0142 448.799 - Presidente: tel. 335/7161553 - email: p.policante@bmm.it



F.I.P.E.G.

Federazione Italiana Piccoli Editori di Giornali

Il sodalizio Fipeg, è nato nel maggio del 1994 in una regione, il Piemonte, caratterizzata da una solo giornale generalista quotidiano. La Federazione rappresenta la quasi totalità dei giornali locali del Piemonte oltre a qualche foglio delle regioni confinanti.

In questo periodo (29anni) l'area dei giornali locali è aumentata, ampliata, consolidata. Ha affrontato i problemi del comparto giornalistico nazionale, riportando però molte meno ferite.

- 1) Le testate locali attive nel Piemonte sono 53.
- 2) Hanno una penetrazione impensabile per qualsiasi altro giornale. La tiratura complessiva è di circa quattrocento mila copie.
- 3) Secondo parametri generalmente accettati, i lettori sono più di un milone e mezzo; per altri studi anche di più. I nostri giornali vivono (in casa, nei luoghi pubblici) più degli altri e fanno il giro delle famiglie. Ai milioni di lettori si aggiungono oggi i milioni di visualizzazioni per le edizioni su digitale, con aggiornamenti pressoché quotidiani.
- 4) Gli addetti, giornalisti, grafici, amministrativi, pubblicitari sono circa 500; 200 i giornalisti più tutti i collaboratori.
- 5) Il giro d'affari è intorno ai 50 milioni più indotto (pubblicità, stampa etc.).
- 6) E' opportuno poi sottolineare il numero di giornalisti contrattualizzati rispetto a 29 anni fa. Nonché il numero di giornalisti professionalizzati. Prima della costituzione della Federazione i nostri giornalisti non potevano accedere alla qualifica professionale.
- 7) Con la collaborazione fortissima e reciprocamente utile della Regione Piemonte abbiamo migliorato moltissimo la nostra immagine e la nostra efficacia. Oggi i nostri giornali sono sul tavolo della Regione il giorno stesso di uscita. Prima arrivavano dopo una settimana, o almeno qualche giorno se andava bene.
- 8) Abbiamo implementato insieme il portale de "I giornali del Piemonte", con una collaborazione straordinaria con la Regione, in particolare con le direzioni per la comunicazione istituzionale. Oggi i nostri giornali sono disponibili ad un pubblico regionale, nazionale, internazionale.
- 9) E' attiva una legge regionale dedicata alla informazione locale, aperta sia ai giornali su supporto cartaceo che a quelli su supporto digitale.
- 10) Da molto tempo la Regione ha scelto i giornali di informazione locale per veicolare la propria comunicazione istituzionale.
- 11) La rete della informazione locale piemontese è conosciuta ai vari livelli nazionali. Con rapporti diretti con Fieg, Uspi, Dipartimento Eitoria e Informazione etc....
- 12) Nella nostra Regione ma non solo, il mondo della informazione locale ha spalle forti grazie alla sua storia (numerose le testate ultracentenarie), alla propria capacità di produrre informazione, alla efficacia ed efficienza aziendale, alla prossimità con il proprio territorio, alla fidelizzazione dei propri lettori, alla capacità di creare soggetti della informazione, giornalisti, grafici etc..

Dopo quasi trent'anni di attività rimane confermato l'obiettivo principale: mantenere i fari accesi sulla informazione giornalistica locale, che in Piemonte ha una particolare ragion

d'essere e una propria specifica esperienza ma è sparsa in tutto il territorio nazionale: che non solo resiste, ma vive in prima linea la sfida della innovazione e della tecnologia.

Questo mondo è baluardo posto a difesa del pluralismo nella informazione, dimostrato dalla presenza attiva e vivace delle numerose testate accoglienti e sempre disponibili a farsi "voce di chi non ha voce".

Questa rete, che ha nella fidelizzazione dei propri lettori la caratteristica più forte e distintiva, non si rassegna alle difficoltà create nella distribuzione dei giornali in abbonamento e al declino delle edicole tuttora considerate strumento di veicolazione culturale e informativa.

Ne consegue il sostegno istituzionale. Se si ritene indispensabile difendere il pluralismo delle voci, difendere le risorse poste a sostegno della editoria è fondamentale. Come si fa dovunque nelle società libere e demoratiche

Se c'è da sfrondare ancora qualche ramo secco che succhia linfa vitale all'albero della informazione giornalistica plurale lo si faccia. Ma un conto è potare, operazione sempre positiva, un conto è tagliare l'intero albero.

F.I.P.E.G. febbraio 2023

Sede sociale e Segreteria operativa: 15033 Casale Monferrato - Piazza calabiana, 2 - email: segreteria@fipeg.it
Tel. 0142 55115 fax 0142 448799 - Presidente: tel. 335/7161553 - email: p.policante@bmm.it

F.I.P.E.G.

Federazione Italiana Piccoli Editori di Giornali

INDAGINE SULL'ACCESSO ALLA INFORMAZIONE LOCALE PROMOSSA DALL'AUTORITA' GARANTE PER LE COMUNICAZIONI.

Nella primavera del 2019, l'AGCOM - Autorità Garante per le Comunicazione - pubblicava una indagine sulla informazione locale, presentata come un lavoro eccezionale che rappresentava una svolta rispetto alle indagini precedenti che pare considerassero solo la stampa nazionale.

Secondo tale indagine la popolazione del Piemonte sarebbe risultata ultima in classifica per l'utilizzo della informazione locale. Da nostro approfondimento, però, è risultato che detta indagine non aveva tenuto alcun conto della presenza e della diffusione dei giornali di informazione locale. E neanche dei giornali on line locali, sia quelli unici che quelli editati dai giornali stessi. Se si fosse tenuto conto della diffusione dei giornali locali i risultati sarebbero stati ben diversi.

Non se la cavano bene nemmeno la Valle d'Aosta, la Lombardia, il Triveneto, l'Emilia etc. Non ne facciamo una questione tra nord e sud che sarebbe ridicola ma di fotografia reale della situazione.

Allora, ricordiamo quanto già evidenziato nella nostra presentazione. In questi ultimi 25 anni l'area dei giornali locali è aumentata, ampliata e consolidata, superando i problemi del comparto giornalistico nazionale, però riportando molte meno ferite.

- 1) Solo nel Piemonte, le testate di informazione locale attive sono oltre cinquanta comprese, quasi tutte associate alla Federazione, anche se non è questo il punto.
- 2) Hanno una penetrazione impensabile per qualsiasi altro giornale. La tiratura complessiva è di circa quattrocentomila copie per uscita complessiva, settimanale e/o bisettimanale.
- 3) Secondo parametri accettati i lettori sono circa 2.000.000, per altri studi anche di più. I nostri giornali vivono (in casa, nei luoghi pubblici) più degli altri e fanno il giro delle famiglie. Con una fideliz-zazione impensabile per chiunque.
- 4) Gli addetti, giornalisti, grafici, amministrativi, pubblicitari sono circa 500; 250 i giornalisti più tutti i collaboratori.
- 5) Il giro d'affari è intorno ai 50 milioni più indotto (pubblicità, stampa etc.)
- 6) Da evidenziare il numero di giornalisti contrattualizzati rispetto a 25 anni fa. Prima della costituzione della Federazione i nostri giornalisti non potevano nemmeno accedere alla professione.

8) Con la collaborazione fortissima e reciprocamente utile della Regione Piemonte abbiamo migliorato moltissimo la nostra immagine e la nostra efficacia. Oggi i nostri giornali sono sul tavolo della Regione il giorno stesso di uscita. Prima arrivavano dopo una settimana, un po' meno se andava bene.

9) Abbiamo implementato, insieme, il portale dei Giornali del Piemonte, anche qui con una collaborazione enorme con la Regione. Oggi i nostri giornali sono disponibili ad un pubblico regionale, nazionale, internazionale.

- 10) Abbiamo una legge regionale dedicata alla informazione locale delimitata prima ai giornali su supporto cartaceo ed oggi allargata ai giornali on line.
- 11) Questa rete è conosciuta ai vari livelli nazionali.
- 12) Abbiamo rapporti diretti con Fieg, Uspi, Poste Italiane.

Nella nostra Regione ma non solo, il mondo della informazione locale ha spalle forte dovute alla sua storia (numerose le testate ultracentenarie), alla propria capacità di produrre informazione, alla efficacia ed efficienza aziendale, alla prossimità con i suoi lettori, alla fidelizzazione e quant'altro, alla capacità di creare soggetti della informazione, giornalisti, grafici etc..

CONSIDERAZIONI

- 1) Risulta quanto mai evidente che senza la rete delle informazione locale costituita dai giornali di informazione attivi in tutte le province, su supporto cartaceo ovvero on line, i dati dell'accesso alla informazione locale non può che risultare del tutto fuori dalla realtà. Si accetta quale informazione locale la TV regionale, e va bene, e le poche pagine locali del quotidiano. I nostri giornali dedicano da una minimo di 36 a 48, 54 pagine e anche di più alla informazione locale generalista. In una stessa piazza operano più editori, garantendo il pluralismo nell'accesso e nella fruizione della informazione.
- 2) Siamo alle solite: non viene considerata la rete di informazione locale costituita dai giornali come i nostri, tipica del Piemonte ma non solo: La Valle d'Aosta ha solo giornali locali e poche pagine del quotidiano torinese, e poi il Triveneto , la Lombardia etc. Nel solo interland milanese c'è un giro di una quarantina di giornali periodici di informazione locale, con fortune alterne ovviamente. E questo porta problemi a cascata.
- 3) Noi speriamo ardentemente che nelle prossime indagini l'Autorità o chiunque voglia attivarsi a promuovere studi di ricerca punti ad una fotografia quanto più reale possibile.
- 4) Oltre tutto, ci rimette l'immagine sia regionale che nazionale, che risultano meno fruitorici di giornali di quanto lo siano veramente.

- - - o o O o o o - - -

	Testata Locale	Editore	Prov.	Associato a	Fascia copie tiratura
1	Bra Oggi	Promogranda Srl	CN	FIPEG	Fascia A fino a 4.000 copie
2	Corriere Alba-Bra	Corriere.net srl	CN	FIPEG	Fascia C da 8.001 a 12.000
3	Corriere di Chieri	Publichieri	TO	FIPEG	Fascia C da 8.001 a 12.000
4	Corriere di Novara	SGP	NO	FIPEG	Fascia A fino a 4.000 copie
5	Corriere di Saluzzo	CDS editoriale srl	CN	FIPEG-FISC	Fascia D da 12.001 a 20.000
6	Corriere di Savigliano	Multimedia srl	CN	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
7	Corriere Eusebiano	Giornale l'Eusebiano Soc. Coop. a r.l.	VC	FIPEG- FISC	Fascia A fino a 4.000 copie
8	Corriere Valsesiano	Valsesia editrice srl	TO	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
9	Cuneo Sette	Promogranda Srl	CN	FIPEG	Fascia A fino a 4.000 copie
10	Eco di Biella	SGP	BI	FIPEG	Fascia A fino a 4.000 copie
11	Eco Risveglio del Verbano	Editor. Eco Risveglio srl	VBO	FIPEG	Fascia C da 8.001 a 12.000
12	Eco Risveglio dell'Ossola	Editor. Eco Risveglio srl	VBO	FIPEG	Fascia C da 8.001 a 12.000
13	Gazzetta d'Alba	St Pauls intenational srl	CN	FIPEG- FISC	Fascia C da 8.001 a 12.000
14	Gazzetta d'Asti	Gazzetta d'Asti srl	AT	FIPEG- FISC	Fascia A fino a 4.000 copie
15	La Nuova Gazzetta di Saluzzo	Genius srl	CN	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
16	Il Biellese	Editr. Il Biellese srl	BI	FIPEG- FISC	Fascia C da 8.001 a 12.000
17	Il Mercoledì	Editrice il Mercoledì	TO	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
18	Il Monferrato	Editrice Monferrato	AL	FIPEG	Fascia C da 8.001 a 12.000
19	Il Novese	SOGED	AL	FIPEG	Fascia A fino a 4.000 copie
20	Il Nuovo Braidae	IL NUOVO BRAIDESE srl	CN	FIPEG	Non in delibera Regionale
21	Il Piccolo	SOGED	AL	FIPEG	Fascia C da 8.001 a 12.000
22	Il Popolo di Tortona	ODPF IL POPOLO	AL	FIPEG- FISC	Fascia A fino a 4.000 copie
23	Il Risveglio Ciriè	EDITORI IL RISVEGLIO srl	TO	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
24	Il Risveglio Popolare	il risveglio editorse	TO	FIPEG- FISC	Fascia A fino a 4.000 copie
25	Il Saviglianese	Fotocomposizione santarosa	CN	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
26	La Bisalta	Polo Grafico SPA	CN	FIPEG	Non in delibera Regionale
27	La Fedeltà	La Fedeltà srl Impresa Sociale c.t.s	CN	FIPEG- FISC	Fascia B da 4.001 a 8.000
28	La Nuova Periferia Chivasso	Media (In) Srl	TO	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
29	La Nuova Periferia Settimo	Media (In) Srl	TO	FIPEG	Fascia A fino a 4.000 copie
30	La Nuova Periferia Rivarolo Canavese	Media (IN) srl	TO	FIPEG	Fascia A fino a 4.000 copie
31	La Nuova Provincia di Asti	Editrice Omnia SrL	AT	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
32	La Nuova Provincia di Biella	Editoriale la nuova prov. Biella	BI	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
33	La Piazza Grande	Polo Grafico SPA	CN	FIPEG	Non in delibera Regionale
34	La Sentinella del Canavese	GEDI Gruppo Editoriale S.p.A.	TO	FIPEG	Non in delibera Regionale
35	La Sesia	La Sesia Srl	VC	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
36	La Valsusa	Stampa diocesana segusina srl	TO	FIPEG- FISC	Fascia B da 4.001 a 8.000
37	La Vita Casalese	Fondazione Sant'Evasio	AL	FIPEG- FISC	Fascia A fino a 4.000 copie
38	La Voce Alessandrina	La V comunicazione	AL	FIPEG- FISC	Fascia A fino a 4.000 copie
39	La Voce del Canavese	La voce soc. coop a r.l.	TO	FIPEG-FILE	Fascia B da 4.001 a 8.000
40	La Voce e il Tempo	Prelum Srl	TO	FIPEG- FISC	Fascia B da 4.001 a 8.000
41	L'Ancora	L'ancora soc. coop.	AL	FIPEG- FISC	Fascia B da 4.001 a 8.000
42	L'eco del Chisone	Coop cultura e comm. Soc.	TO	FIPEG- FISC	Fascia D da 12.001 a 20.000
43	Luna Nuova	Editr. Luna nuova coop spa	TO	FIPEG- COOP	Fascia B da 4.001 a 8.000
44	L'Unione Monregalese	coop editr. Monregalese	CN	FIPEG- FISC	Fascia B da 4.001 a 8.000
45	Notizia Oggi	Idea editrice srl	VC	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
46	Notizia Oggi Vercelli	Media (In) Srl	VC	FIPEG	Fascia A fino a 4.000 copie
47	Novara Oggi	Media (In) Srl	NO	FIPEG	Fascia A fino a 4.000 copie
48	Provincia Granda	Polo Grafico service srl	CN	FIPEG	Fascia C da 8.001 a 12.000
49	Settegiorni a Tortona	Editrice settegiorni tortona	AL	FIPEG	Fascia B da 4.001 a 8.000
50	Sprint & Sport	LETTERA 22 SC A RL	TO	FIPEG-FILE-COOP	Fascia B da 4.001 a 8.000
51	Idea	Uniart snc	CN	FIPEG	Fascia C da 8.001 a 12.000
52	La Guida	LGEditoriale srl	CN	FISC	Fascia E oltre 20.001
53	L'Informatore	Stampa Diocesana Novarese srl	NO	FISC	Fascia B da 4.001 a 8.000
54	Cronacaqui	Editoriale Argo s.r.l.	TO	FILE	Fascia D da 12.001 a 20.000
55	Vita Diocesana	Vita S.R.L.	TO	FISC	Non in delibera Regionale

FOTO FLASH

Durante l'assemblea di venerdì mattina a Torino

**Confermato per i prossimi 3 anni
il Consiglio direttivo della Fipeg**

● Si è svolta venerdì mattina a Torino l'assemblea generale Fipeg, Federazione Italiana Piccoli Editori Giornali. Per l'occasione è intervenuto l'assessore regionale Andrea Tronzano (nella foto con il presidente Fipeg, Pietro Policante). Durante l'incontro è stato riconfermato il Consiglio direttivo per i prossimi tre anni con l'obiettivo di contribuire al miglioramento delle leggi sull'editoria a protezione dei diritti dei cittadini ad essere correttamente informati e della democrazia.

Il Monferrato , 21 novembre 2023



GAZZETTA UFFICIALE DELLA REPUBBLICA ITALIANA

PARTE PRIMA

Roma - Lunedì, 29 maggio 2017

SI PUBBLICA TUTTI I
GIORNI NON FESTIVI

DIREZIONE E REDAZIONE PRESSO IL MINISTERO DELLA GIUSTIZIA - UFFICIO PUBBLICAZIONE LEGGI E DECRETI - VIA ARENALA, 70 - 00186 ROMA
AMMINISTRAZIONE PRESSO L'ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO - VIA SALARIA, 691 - 00138 ROMA - CENTRALINO 06-85081 - LIBRERIA DELLO STATO
PIAZZA G. VERDI, 1 - 00198 ROMA

La Gazzetta Ufficiale, Parte Prima, oltre alla Serie Generale, pubblica cinque Serie speciali, ciascuna contraddistinta da autonoma numerazione:

- 1^a Serie speciale: Corte costituzionale (pubblicata il mercoledì)
- 2^a Serie speciale: Unione europea (pubblicata il lunedì e il giovedì)
- 3^a Serie speciale: Regioni (pubblicata il sabato)
- 4^a Serie speciale: Concorsi ed esami (pubblicata il martedì e il venerdì)
- 5^a Serie speciale: Contratti pubblici (pubblicata il lunedì, il mercoledì e il venerdì)

La Gazzetta Ufficiale, Parte Seconda, "Foglio delle inserzioni", è pubblicata il martedì, il giovedì e il sabato

AVVISO ALLE AMMINISTRAZIONI

Al fine di ottimizzare la procedura di pubblicazione degli atti in *Gazzetta Ufficiale*, le Amministrazioni sono pregate di inviare, contemporaneamente e parallelamente alla trasmissione su carta, come da norma, anche copia telematica dei medesimi (in formato word) al seguente indirizzo di posta elettronica certificata: gazzettaufficiale@giustiziacer.it, curando che, nella nota cartacea di trasmissione, siano chiaramente riportati gli estremi dell'invio telematico (mittente, oggetto e data).

Nel caso non si disponga ancora di PEC, e fino all'adozione della stessa, sarà possibile trasmettere gli atti a: gazzettaufficiale@giustizia.it

S O M M A R I O

LEGGI ED ALTRI ATTI NORMATIVI

DECRETO LEGISLATIVO 15 maggio 2017, n. 69.

Disposizioni per l'incremento dei requisiti e la ridefinizione dei criteri per l'accesso ai trattamenti di pensione di vecchiaia anticipata dei giornalisti e per il riconoscimento degli statuti di crisi delle imprese editrici, in attuazione dell'articolo 2, commi 4 e 5, lettera a), della legge 26 ottobre 2016, n. 198. (17G00082)

Pag. 1

DECRETO LEGISLATIVO 15 maggio 2017, n. 70.

Ridefinizione della disciplina dei contributi diretti alle imprese editrici di quotidiani e periodici, in attuazione dell'articolo 2, commi 1 e 2, della legge 26 ottobre 2016, n. 198. (17G00083)

Pag. 7

DECRETI, DELIBERE E ORDINANZE MINISTERIALI

Ministero dell'economia e delle finanze

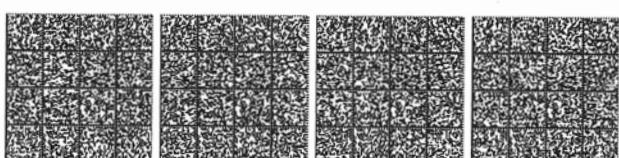
DECRETO 24 maggio 2017.

Emissione di buoni ordinari del Tesoro a 183 giorni. (17A03670) Pag. 26

Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca

DECRETO 30 marzo 2017.

Determinazione del trattamento economico dei direttori generali delle Università statali e degli Istituti statali ad ordinamento speciale per il quadriennio 2017-2020. (Decreto n. 194). (17A03583) Pag. 30



5. Il trattamento di pensione di cui al presente articolo non è compatibile con le prestazioni a carico dell'assicurazione contro la disoccupazione.».

— Si riporta il testo dei commi 2 e 3 dell'art. 1-bis del decreto legge 24 giugno 2014, n. 90 (Misure urgenti per la semplificazione e la trasparenza amministrativa e per l'efficienza degli uffici giudiziari), convertito, con modificazioni, dalla legge 11 agosto 2014, n. 114, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* 24 giugno 2014, n. 144:

«2. I trattamenti di vecchiaia anticipata di cui all'art. 37, comma 1, lettera b), della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni, finanziati ai sensi del presente articolo sono erogati in favore di giornalisti dipendenti da aziende che hanno presentato al Ministero del lavoro e delle politiche sociali piani di ristrutturazione o riorganizzazione in data anteriore alla data di entrata in vigore del presente decreto e a condizione che prevedano, anche mediante integrazione dei piani di ristrutturazione o riorganizzazione aziendale già presentati, la contestuale assunzione di personale giornalistico in possesso di competenze professionali coerenti con la realizzazione dei programmi di rilancio e sviluppo aziendale, nel rapporto minimo di un'assunzione a tempo indeterminato ogni tre pre-pensionamenti. Tale condizione non si applica alle imprese i cui accordi prevedano un massimo di cinque prepensionamenti.

3. L'instaurazione di rapporti di lavoro dipendente o autonomo di cui agli articoli 2222 e seguenti del codice civile, anche in forma di collaborazione coordinata e continuativa, ovvero la sottoscrizione di contratti per la cessione del diritto d'autore, con i giornalisti che abbiano optato per i trattamenti di vecchiaia anticipata finanziati ai sensi del presente articolo, comporta la revoca del finanziamento concesso, anche nel caso in cui il rapporto di lavoro sia instaurato con un'azienda diversa facente capo al medesimo gruppo editoriale.».

Note all'art. 3:

— Si riporta il testo dei commi da 226 a 232 dell'art. 1 della legge 11 dicembre 2016, n. 232 (Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019), pubblicata nel Supplemento Ordinario alla *Gazzetta Ufficiale* 21 dicembre 2016, n. 297.

«226. Nelle more dell'esercizio della delega di cui all'art. 2, comma 4, della legge 26 ottobre 2016, n. 198, per il sostegno degli oneri derivanti dalle prestazioni di vecchiaia anticipata per i giornalisti dipendenti da aziende in ristrutturazione o riorganizzazione per crisi aziendale, di cui all'art. 37 della legge 5 agosto 1981, n. 416, è autorizzata la spesa di 5,5 milioni di euro per ciascuno degli anni 2017, 2018 e 2019, di 5 milioni di euro per l'anno 2020 e di 1,5 milioni di euro per l'anno 2021, in aggiunta a quanto previsto dall'art. 1-bis del decreto-legge 24 giugno 2014, n. 90, convertito, con modificazioni, dalla legge 11 agosto 2014, n. 114. Sono conseguentemente aumentati i limiti di spesa di cui all'art. 41-bis, comma 7, del decreto-legge 30 dicembre 2008, n. 207, convertito, con modificazioni, dalla legge 27 febbraio 2009, n. 14.

227. I trattamenti di vecchiaia anticipata di cui ai commi da 226 a 232 del presente articolo sono erogati ai giornalisti interessati dai piani di ristrutturazione o riorganizzazione presentati al Ministero del lavoro e delle politiche sociali prima della data di entrata in vigore della presente legge, ancorché ne siano esauriti i termini di durata. In tal caso, non si tiene conto, ai fini della decorrenza dei trattamenti ovvero della decadenza del termine di sessanta giorni previsto dall'alinea del comma 1 dell'art. 37 della legge 5 agosto 1981, n. 416, del periodo intercorrente tra la data di scadenza del piano di ristrutturazione o riorganizzazione e quella di entrata in vigore della presente legge, dalla quale inizia a decorrere nuovamente il predetto termine. L'Istituto nazionale di previdenza dei giornalisti italiani prende in considerazione le domande di pensionamento secondo l'ordine cronologico di presentazione dei piani, nel rispetto dei limiti di spesa di cui al comma 226 del presente articolo e delle condizioni di cui all'art. 1-bis, comma 2, del decreto-legge 24 giugno 2014, n. 90, convertito, con modificazioni, dalla legge 11 agosto 2014, n. 114.

228. Agli oneri derivanti dalle prestazioni di vecchiaia anticipata finanziate ai sensi dei commi da 226 a 232 del presente articolo concorre il contributo aggiuntivo a carico dei datori di lavoro di cui all'art. 41-bis, comma 7, secondo periodo, del decreto-legge 30 dicembre 2008, n. 207, convertito, con modificazioni, dalla legge 27 febbraio 2009, n. 14.

229. L'instaurazione di rapporti di lavoro dipendente o autonomo di cui agli articoli 2222 e seguenti del codice civile, anche in forma di collaborazione coordinata e continuativa, ovvero la sottoscrizione di contratti per la cessione del diritto d'autore, con i giornalisti che abbiano

optato per i trattamenti di vecchiaia anticipata finanziati ai sensi dei commi da 226 a 232 del presente articolo comporta la revoca del finanziamento concesso, anche nel caso in cui il rapporto di lavoro sia instaurato con un'azienda diversa facente capo al medesimo gruppo editoriale.

230. All'onere derivante dall'attuazione del comma 226 si provvede:

a) quanto a 5,5 milioni di euro per l'anno 2017, mediante corrispondente riduzione della quota del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione destinata per l'anno 2017 agli interventi di competenza della Presidenza del Consiglio dei ministri ai sensi dell'art. 1, comma 4, della legge 26 ottobre 2016, n. 198;

b) quanto a 5,5 milioni di euro per l'anno 2018, a 5,5 milioni di euro per l'anno 2019, a 5 milioni di euro per l'anno 2020 e a 1,5 milioni di euro per l'anno 2021, mediante corrispondente versamento all'entrata del bilancio dello Stato, per pari importo e per i medesimi anni, delle risorse disponibili su apposita contabilità speciale, su cui affluiscono 17,5 milioni di euro della quota del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione destinata per l'anno 2017 agli interventi di competenza della Presidenza del Consiglio dei ministri ai sensi dell'art. 1, comma 4, della legge 26 ottobre 2016, n. 198.

231. Alla compensazione dei conseguenti effetti finanziari sui saldi di finanza pubblica recati dal comma 230 del presente articolo si provvede mediante corrispondente utilizzo del Fondo di cui all'art. 6, comma 2, del decreto-legge 7 ottobre 2008, n. 154, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 dicembre 2008, n. 189, pari a 5,5 milioni di euro per l'anno 2018, a 5,5 milioni di euro per l'anno 2019, a 5 milioni di euro per l'anno 2020 e a 1,5 milioni di euro per l'anno 2021.

232. Il Fondo di cui all'art. 6, comma 2, del decreto-legge 7 ottobre 2008, n. 154, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 dicembre 2008, n. 189, è incrementato di 17,5 milioni di euro per l'anno 2017.».

Note all'art. 4:

— L'art. 35 della legge n. 416 del 1981, abrogato dal presente decreto a far tempo dal 1° gennaio 2018, recava: «Trattamento straordinario di integrazione salariale».

— Si riporta il testo del comma 6 dell'art. 20 del decreto legislativo n. 148 del 2015, come modificato dal presente decreto:

«6. Resta fermo quanto disposto dall'art. 37 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni e dall'art. 7, comma 10-ter, del decreto-legge 20 maggio 1993, n. 148, convertito, con modificazioni, dalla legge 19 luglio 1993, n. 236.».

17G00082

DECRETO LEGISLATIVO 15 maggio 2017, n. 70.

Ridefinizione della disciplina dei contributi diretti alle imprese editrici di quotidiani e periodici, in attuazione dell'articolo 2, commi 1 e 2, della legge 26 ottobre 2016, n. 198.

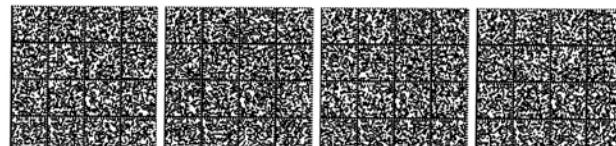
IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 76 e 87 della Costituzione;

Visto l'articolo 14 della legge 23 agosto 1988, n. 400;

Vista la legge 26 ottobre 2016, n. 198, recante deleghe al Governo, tra l'altro, per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale;

Visto in particolare l'articolo 2, comma 1, della suddetta legge n. 198 del 2016 che, al fine di garantire maggiori coerenza, trasparenza ed efficacia al sostegno pubblico all'editoria, delega il Governo ad adottare decreti legislativi aventi ad oggetto la ridefinizione della disciplina dei contributi diretti alle imprese editrici di quotidiani e periodici, secondo i principi e criteri direttivi indicati al comma 2, lettere da a) a g) del medesimo articolo 2;



Vista la preliminare deliberazione del Consiglio dei ministri, adottata nella riunione del 24 marzo 2017;

Acquisito il parere del Consiglio generale degli italiani all'estero (CGIE), ai sensi dell'articolo 3, comma 1, lettera c), della legge 6 novembre 1989, n. 368 e successive modificazioni;

Acquisiti i pareri delle competenti Commissioni parlamentari;

Vista la deliberazione del Consiglio dei ministri, adottata nella riunione del 5 maggio 2017;

Sulla proposta del Presidente del Consiglio dei ministri, di concerto con il Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale e con il Ministro dell'economia e delle finanze;

E M A N A

il seguente decreto legislativo:

Capo I

FINALITÀ E DESTINATARI DEI CONTRIBUTI

Art. 1.

Finalità

1. In attuazione dell'articolo 2, comma 1, della legge 26 ottobre 2016, n. 198, il presente decreto legislativo ri-definisce la disciplina dei contributi diretti alle imprese editrici affinché sia garantita la coerenza, la trasparenza e l'efficacia del sostegno pubblico all'editoria per la piena attuazione dei principi di cui all'articolo 21 della Costituzione in materia di diritti, libertà, indipendenza e pluralismo dell'informazione.

2. I contributi di cui al presente decreto (di seguito: «contributi all'editoria») spettano nei limiti delle risorse a ciò destinate, per ciascuna tipologia di contributi all'editoria, dal decreto del Presidente del Consiglio dei ministri con il quale viene ripartita, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, della legge 26 ottobre 2016, n. 198, la quota del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione spettante alla Presidenza del Consiglio dei ministri.

3. In caso di insufficienza delle risorse stanziate, agli aventi titolo spettano contributi ridotti mediante riparto proporzionale.

Art. 2.

Beneficiari dei contributi all'editoria

1. Possono essere destinatarie dei contributi all'editoria le imprese editrici costituite nella forma di:

a) cooperative giornalistiche che editano quotidiani e periodici;

b) imprese editrici di quotidiani e periodici il cui capitale è detenuto in misura maggioritaria da cooperative, fondazioni o enti senza fini di lucro, limitatamente ad un periodo di cinque anni dalla data di entrata in vigore della legge 26 ottobre 2016, n. 198;

c) enti senza fini di lucro ovvero imprese editrici di quotidiani e periodici il cui capitale è interamente detenuto da tali enti;

d) imprese editrici che editano quotidiani e periodici espressione di minoranze linguistiche;

e) imprese editrici, enti ed associazioni che editano periodici per non vedenti e ipovedenti;

f) associazioni dei consumatori e degli utenti che editano periodici in materia di tutela del consumatore, iscritte nell'elenco istituito dall'articolo 137 del Codice del consumo di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206;

g) imprese editrici di quotidiani e di periodici italiani editi e diffusi all'estero o editi in Italia e diffusi prevalentemente all'estero.

2. Le imprese editrici di cui al comma 1 possono richiedere il contributo per una sola testata, fatte salve le imprese ed associazioni di cui alla lettera e).

Art. 3.

Soggetti non ammessi ai contributi

1. Non possono accedere al contributo:

a) le imprese editrici di organi di informazione dei partiti, dei movimenti politici e sindacali, ivi incluse le imprese di cui all'articolo 4 della legge 7 agosto 1990, n. 250;

b) le imprese editrici di periodici specialistici a carattere tecnico, aziendale, professionale o scientifico che abbiano diffusione prevalente tra gli operatori dei settori di riferimento;

c) le imprese editrici di quotidiani e periodici facenti capo a gruppi editoriali quotati o partecipati da società quotate in mercati regolamentati.

Capo II

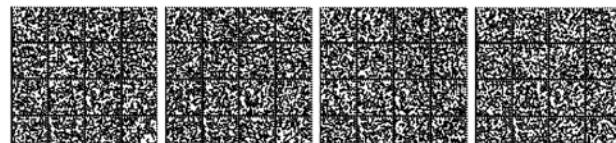
REQUISITI E CRITERI PER IL CALCOLO DEL CONTRIBUTO A FAVORE DELLE COOPERATIVE GIORNALISTICHE, DEGLI ENTI SENZA FINI DI LUCRO E DELLE IMPRESE IL CUI CAPITALE SIA DETENUTO INTERAMENTE O IN MISURA MAGGIORITARIA DA ENTI SENZA FINI DI LUCRO

Art. 4.

Cooperative giornalistiche

1. Ai fini del presente decreto, per cooperative giornalistiche si intendono le società cooperative, composte da giornalisti, poligrafici, grafici editoriali, con prevalenza di giornalisti, costituite ai sensi degli articoli 2511 e seguenti del codice civile ed iscritte all'albo di cui all'articolo 15 del decreto legislativo 2 agosto 2002, n. 220.

2. Le cooperative di giornalisti possono prevedere la partecipazione alla compagnie sociale dei fondi mutualistici per la promozione e lo sviluppo della cooperazione, con le modalità ed i limiti previsti dagli articoli 4 e 11 della legge 31 gennaio 1992, n. 59.



3. Per essere ammesse al contributo le cooperative giornalistiche devono essere in possesso dei seguenti requisiti:

a) la mutualità prevalente per l'esercizio di riferimento del contributo;

b) aver associato almeno il cinquanta per cento dei giornalisti dipendenti aventi rapporto di lavoro regolato dal contratto nazionale di lavoro giornalistico e clausola di esclusiva con le cooperative medesime;

c) aver assunto la maggioranza dei soci con contratto di lavoro a tempo indeterminato;

d) aver espressamente previsto nello statuto:

1. la partecipazione alla compagnie societaria degli altri giornalisti della cooperativa che ne facciano richiesta, aventi analogo rapporto di lavoro e vincolati dalla clausola di esclusiva;

2. la possibilità da parte di ciascun socio ordinario di esprimere un solo voto, indipendentemente dal valore della quota di cui sia titolare e dal ruolo svolto all'interno della cooperativa e il divieto di voto plurimo nei casi previsti dal codice civile;

3. il divieto per ciascun socio ordinario di possedere, per le cooperative composte fino ad otto soci, più di un terzo del capitale sociale e, per le altre, più di un quinto;

4. il divieto per ciascun socio ordinario di avere partecipazioni sociali in altre cooperative editrici che abbiano chiesto l'ammissione al contributo.

4. Nel caso sia verificato, in capo a taluno dei soci di una cooperativa giornalistica, il possesso di partecipazioni in altre cooperative che abbiano richiesto il contributo, tutte le cooperative coinvolte decadono dalla possibilità di accedere al contributo.

5. Ove la cooperativa giornalistica si sia avvalsa dell'istituto del ristorno previsto dall'articolo 2545-sexies del codice civile, la stessa deve dichiarare di aver rispettato le specifiche condizioni di legge che consentono il ricorso all'istituto.

Art. 5.

Requisiti di accesso

1. I contributi diretti sono concessi alle imprese editrici di cui all'articolo 2, comma 1, lettere *a), b) e c)* che, in ambito commerciale, esercitino unicamente un'attività informativa autonoma e indipendente di carattere generale e siano in possesso dei seguenti requisiti:

a) anzianità di costituzione dell'impresa e di edizione della testata per la quale si chiede il contributo di almeno due anni maturati prima dell'annualità per la quale la domanda di contributo è presentata;

b) regolare adempimento degli obblighi derivanti da ciascuna tipologia di contratto collettivo di lavoro, nazionale o territoriale, applicato dall'impresa editrice richiedente il contributo;

c) edizione in formato digitale dinamico e multimediale della testata in parallelo con l'edizione su carta o in via esclusiva secondo le modalità indicate all'articolo 7;

d) impiego, nell'intero anno di riferimento del contributo, di almeno 5 dipendenti con prevalenza di giornalisti regolarmente assunti con contratto di lavoro a tempo indeterminato, per le imprese editrici di quotidiani, e di almeno 3 dipendenti con prevalenza di giornalisti regolarmente assunti con contratto di lavoro a tempo indeterminato, per le imprese editrici di periodici;

e) per l'edizione cartacea, vendita della testata nella misura di almeno il 30 per cento delle copie annue distribuite, per le testate locali, e di almeno il 20 per cento delle copie annue distribuite, per le testate nazionali. Ai fini di tale requisito è da intendersi testata nazionale quella distribuita in almeno cinque regioni con una percentuale di vendita in ciascuna regione non inferiore all'1 per cento della distribuzione totale. Nel caso in cui l'edizione su carta non soddisfi il requisito di cui alla presente lettera, il relativo contributo non è riconosciuto e, ove ricorrano i requisiti di cui all'articolo 7 per l'edizione digitale, è corrisposto unicamente il contributo per quest'ultima edizione, secondo i criteri di cui all'articolo 9.

2. Per accedere ai contributi è altresì necessario essere in possesso dei seguenti requisiti:

a) iscrizione al Registro delle imprese, ove richiesto in base alla normativa vigente;

b) iscrizione al Registro degli operatori della comunicazione, istituito presso l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e conformità degli assetti societari alla normativa vigente;

c) assenza di situazioni di collegamento o di controllo fra imprese editrici previste dall'articolo 3, comma 11-ter, delle leggi 7 agosto 1990, n. 250; le situazioni di collegamento e di controllo sono quelle definite ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile e dell'articolo 1, ottavo comma, della legge 5 agosto 1981, n. 416; la presentazione di più domande da parte di imprese editrici controllate o collegate tra loro comporta per tutte la decadenza dal diritto di accedere al contributo;

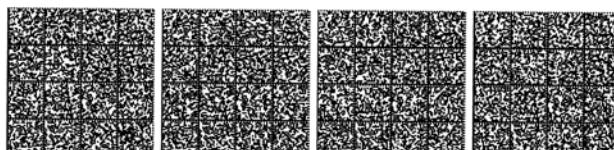
*d) proprietà della testata per la quale si richiede il contributo, fatto salvo quanto previsto dall'articolo 1, comma 460, lettera *c*), della legge 23 dicembre 2005, n. 266 e per le cooperative subentrante al contratto di cessione in uso ai sensi dell'articolo 1, comma 7-bis, del decreto-legge 18 maggio 2012, n. 63, convertito, con modificazioni, dalla legge 16 luglio 2012, n. 103;*

e) divieto di distribuzione di utili provenienti dall'esercizio dell'anno di riscossione dei contributi e negli otto anni successivi, adottato con norma statutaria;

f) obbligo per l'impresa di dare evidenza nell'edizione della testata del contributo ottenuto nonché di tutti gli ulteriori finanziamenti a qualunque titolo ricevuti;

g) impegno ad adottare misure idonee a contrastare qualsiasi forma di pubblicità lesiva dell'immagine e del corpo della donna, assunto anche mediante l'adesione al Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale.

3. Il requisito di cui al comma 1, lettera *a*), non si applica alle imprese, alle associazioni ed agli enti che provvedono ad adeguare l'assetto societario alle prescrizioni del presente decreto e che hanno percepito il contributo per l'annualità precedente a quella in cui provvedono all'adeguamento.



Art. 6.

Distribuzione e vendita delle copie su carta

1. Ai fini dell'articolo 5, comma 1, lettera *e*), per copie distribuite si intendono quelle poste in vendita in edicola o presso punti di vendita non esclusivi, tramite contratti con società di distribuzione esterne non controllate dall'impresa editrice richiedente il contributo né ad essa collegate, quelle poste in vendita mediante abbonamento a titolo oneroso nonché mediante abbonamento sottoscritto da un unico soggetto, non controllato dall'impresa editrice richiedente il contributo né ad essa collegate, per una pluralità di copie qualora tale abbonamento individui specificamente i singoli beneficiari e qualora il prezzo di vendita della singola copia venduta in abbonamento non sia inferiore al 20 per cento del prezzo di copertina.

Sono, altresì, considerate copie distribuite quelle cedute in connessione con il versamento di quote associative destinate alla sottoscrizione di abbonamenti a prodotti editoriali mediante espressa doppia opzione.

2. Non si considerano copie distribuite quelle diffuse e vendute tramite strillonaggio, quelle oggetto di vendita in blocco e quelle per le quali non è individuabile il prezzo di vendita. Per vendita in blocco è da intendersi la vendita di una pluralità di copie ad un unico soggetto.

3. Per copie vendute si intendono quelle cedute a titolo oneroso presso le edicole o punti di vendita non esclusivi o spedite in abbonamento a titolo oneroso, purché considerate ammissibili in conformità ai criteri specificati al comma 1.

4. Nel caso di testate vendute in abbinamento ad altre, per le quali non è individuabile il distinto prezzo di vendita, l'individuazione del prezzo è effettuata tramite i documenti contabili di vendita, gli estratti conto del distributore, in possesso dell'impresa editrice ovvero tramite i contratti in essere con la testata abbinata.

Art. 7.

Edizione in formato digitale della testata

1. Per edizione in formato digitale si intende la testata arricchita da elementi multimediali e supportata da funzionalità tecnologiche che ne consentono una lettura dinamica, fruibile mediante portali e applicazioni indipendenti o comuni a più editori attraverso sito *internet* collegato alla testata e dotato di un sistema che consenta l'inserimento di commenti da parte del pubblico nonché di funzionalità per l'accessibilità alle informazioni sul sito da parte delle persone con disabilità.

2. Ai fini del possesso del requisito di cui all'articolo 5, comma 1, lettera *c*), i contenuti della testata devono comprendere materiale di informazione originale pari ad almeno il 50 per cento dei contenuti informativi pubblicati, che costituiscono almeno il 50 per cento dei contenuti globali del sito, per un minimo giornaliero di:

a) venti articoli o contenuti multimediali originali, aggiornati con una frequenza minima pari a tre volte al giorno, per le testate quotidiane;

b) venti articoli o contenuti multimediali originali, aggiornati con una frequenza minima pari a quattro volte a settimana, per le testate periodiche.

3. Per materiale informativo originale di cui al comma 2, si intende informazione autoprodotta che non sia semplice aggregazione di notizie o ripubblicazione totale o prevalente di altri contenuti non autoprodotti o pubblicati da altre testate.

4. In caso di edizione esclusivamente in formato digitale, i contenuti informativi devono essere fruibili in tutto o in parte a titolo oneroso; in caso di edizione in formato digitale in parallelo con l'edizione su carta, la fruibilità può essere consentita anche integralmente a titolo gratuito.

5. L'edizione digitale fruibile a titolo oneroso deve essere dotata di un sistema di pubblicazione che consenta la gestione di abbonamenti o di contenuti a pagamento, di una piattaforma che consenta l'integrazione con sistemi di pagamento digitale nonché di un sistema di gestione di spazi pubblicitari digitali, anche attraverso soggetti concessionari.

Art. 8.

Criteri di calcolo del contributo

1. Per le imprese editrici di cui all'articolo 2, comma 1, lettere *a*, *b* e *c*), il contributo comprende una quota di rimborso dei costi direttamente connessi alla produzione della testata e una quota per le copie vendute, secondo i criteri e le modalità indicati nel presente articolo.

2. Sono ammessi al rimborso i seguenti costi connessi all'esercizio dell'attività editoriale per la produzione della testata per la quale si richiede il contributo nell'anno di riferimento del contributo medesimo:

a) costo per il personale dipendente fino ad un importo massimo di euro 120.000 e di euro 50.000 annui al lordo azienda, rispettivamente, per ogni giornalista e per ogni poligrafico, *web master* e altra figura tecnica assunti con contratto di lavoro a tempo indeterminato;

b) costo per l'acquisto della carta necessaria alla stampa delle copie prodotte nell'anno di riferimento, costo per la stampa comprensivo delle spese sostenute per la materiale riproduzione ed il confezionamento delle copie, costo per la distribuzione, comprensivo delle spese per il trasporto, la spedizione o la domiciliazione delle copie in abbonamento;

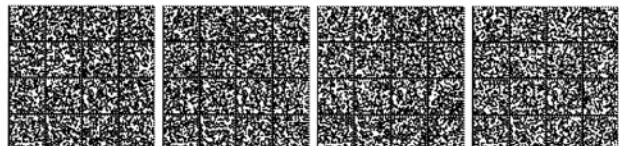
c) costo per gli abbonamenti ai notiziari delle agenzie di stampa, comprensivo delle spese per l'acquisto di servizi informativi, fotografici e multimediali forniti dalle agenzie di stampa, con esclusione dei servizi editoriali consistenti nella predisposizione, anche parziale, di pagine della testata;

d) costo per l'acquisto e l'installazione di *hardware*, *software* di base e dell'applicativo per l'edizione digitale;

e) costo per la progettazione, realizzazione e gestione del sito *web* e per la sua manutenzione ordinaria ed evolutiva;

f) costo per la gestione e l'alimentazione delle pagine *web*;

g) costo per l'installazione di sistemi di pubblicazione che consentano la gestione di abbonamenti a titolo oneroso, di aree interattive con i lettori e di piattaforme che permettano l'integrazione con sistemi di pagamento digitali.



3. Per le voci di costo di cui alle lettere *d), e), f) e g)* per le quali, secondo la vigente normativa civilistica, è configurabile una procedura di ammortamento, i costi rimborsabili si riferiscono esclusivamente alla quota di costo imputabile all'esercizio di riferimento del contributo.

4. I costi individuati al comma 2 devono risultare dal bilancio di esercizio dell'impresa e sono rimborsabili ove i relativi pagamenti siano effettuati attraverso strumenti che ne consentano la tracciabilità, quali bonifico bancario o postale, servizi di pagamento elettronici interbancari ovvero altri strumenti equipollenti purché idonei ad assicurarne la piena tracciabilità, anche se tali pagamenti siano effettuati nell'esercizio successivo a quello di competenza del contributo. In tal caso deve essere evidenziata, nella certificazione del prospetto dei costi redatto secondo le modalità indicate nel decreto del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 10, la corrispondenza contabile con i pertinenti costi ammissibili dell'esercizio di riferimento del contributo. Le spese ammissibili per le quali risultano pagamenti parziali sono riconoscibili nella misura degli importi pagati, ove effettuati con le modalità di cui al presente comma.

5. Ai fini del rimborso dei costi nonché della quota di contributo per le copie vendute, sono previsti i seguenti scaglioni, individuati sulla base del numero di copie annue vendute:

a) primo scaglione: da 10.000 a 350.000 copie annue vendute;

b) secondo scaglione: da oltre 350.000 a 1.000.000 di copie annue vendute;

c) terzo scaglione: oltre 1.000.000 di copie annue vendute.

6. I costi di cui al comma 2, lettere *a), b) e c)*, sono rimborsati secondo le quote di seguito indicate:

a) una quota pari al 55 per cento, per le testate che rientrano nel primo scaglione;

b) una quota pari al 45 per cento, per le testate che rientrano nel secondo scaglione;

c) una quota pari al 35 per cento, per le testate che rientrano nel terzo scaglione.

7. I costi di cui al comma 2, lettere *d), e), f) e g)*, sono rimborsati nella misura del 75 per cento, comunque non oltre il limite del 50 per cento degli importi riconosciuti ai sensi del medesimo comma 2, lettera *a)*.

8. Il rimborso dei costi dell'edizione su carta non può superare i seguenti limiti:

a) 300.000 euro per i periodici e 500.000 euro per i quotidiani che rientrano nel primo scaglione;

b) 700.000 euro per i periodici e 1.500.000 euro per i quotidiani che rientrano nel secondo scaglione;

c) 2.500.000 euro per le testate che rientrano nel terzo scaglione.

9. I costi dell'edizione in formato digitale sono rimborsati nel limite di 1.000.000 di euro e concorrono con i costi dell'edizione su carta nei limiti dell'importo complessivo di 2.500.000 euro.

10. La quota di contributo per le copie vendute dell'edizione su carta è calcolata secondo i seguenti importi:

a) per le testate che rientrano nel primo scaglione, 0,20 euro per copia venduta, se quotidiani, e 0,25 euro, se periodici;

b) per le testate che rientrano nel secondo scaglione, 0,25 euro per copia venduta, se quotidiani, e 0,30 euro, se periodici;

c) per le testate che rientrano nel terzo scaglione, 0,35 euro per copia venduta.

11. Se il prezzo effettivo di vendita risulta inferiore agli importi sopra indicati, il contributo per ciascuna copia venduta è pari all'effettivo prezzo di vendita. Il rimborso per le copie vendute non può superare il limite di 3.500.000 euro.

12. La quota di contributo per le copie vendute dell'edizione digitale è pari a 0,40 euro per copia digitale venduta; se il prezzo effettivo di vendita risulta inferiore all'importo sopra indicato, il contributo per ciascuna copia venduta è pari all'effettivo prezzo di vendita. Ai fini del contributo di cui al presente comma, per copie vendute si intendono le copie digitali vendute singolarmente, in abbonamento ovvero abbinate all'edizione cartacea della stessa testata ad un prezzo non inferiore al 20 per cento del prezzo dell'edizione cartacea corrispondente. Non sono ammesse al computo le copie fornite attraverso vendite multiple, cioè attraverso un'unica transazione economica che mette a disposizione più utenze individuali.

13. La quota per le copie digitali vendute non può essere superiore a 300.000 euro e concorre con la quota per le copie vendute su carta nei limiti dell'importo complessivo di 3.500.000 euro.

14. Al calcolo del contributo di cui al presente articolo, e fermo restando il limite di cui al comma 15, si applicano altresì i seguenti criteri:

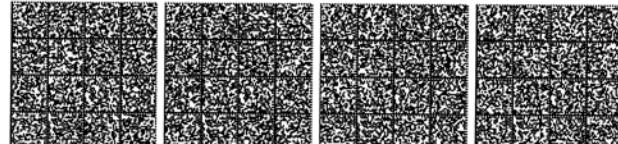
a) un rimborso pari al 75 per cento degli oneri previdenziali sostenuti dall'impresa editrice, nell'anno di riferimento del contributo, per il solo anno dell'assunzione con contratto a tempo indeterminato di figure professionali connesse all'informazione di età inferiore a 35 anni;

b) una quota aggiuntiva in ragione del numero di percorsi di alternanza scuola-lavoro sulla base di convenzioni con le scuole, pari all'1 per cento del contributo spettante all'impresa editrice, per ogni percorso attivato fino ad un massimo del 3 per cento;

c) un rimborso pari al 5 per cento dei costi per azioni di formazione e aggiornamento del personale debitamente documentati;

d) una riduzione del contributo pari all'importo dello stipendio eccedente il limite massimo retributivo previsto dall'articolo 13, comma 1, del decreto-legge 24 aprile 2014, n. 66 convertito, con modificazioni, dalla legge 23 giugno 2014, n. 89, nel caso in cui l'impresa editrice superi nell'erogazione degli stipendi al personale, ai collaboratori e agli amministratori il predetto limite.

15. Il contributo complessivamente erogabile non può comunque essere superiore al 50 per cento dei ricavi dell'impresa.



16. Se l'applicazione dei criteri di cui al presente decreto determina un contributo di importo inferiore a 5.000 euro, il contributo non è erogato. Le risorse che si rendono disponibili sono ripartite proporzionalmente tra gli aventi titolo.

Art. 9.

Criteri di calcolo del contributo per l'edizione esclusivamente in formato digitale

1. Per le imprese editrici di cui all'articolo 2, comma 1, lettere *a), b) e c)* il contributo per l'edizione in formato esclusivamente digitale comprende una quota di rimborso dei costi direttamente connessi alla produzione della testata e una quota per le copie vendute, secondo i criteri e le modalità indicati nel presente articolo.

2. Sono ammessi al rimborso, nella misura del 75 per cento, i costi per la produzione della testata di cui all'articolo 8, comma 2, ad eccezione di quelli di cui alla lettera *b)* del medesimo comma, purché l'edizione digitale abbia un numero di utenti unici mensili non inferiore a 40.000; il rimborso non può superare il limite complessivo di 1.000.000 di euro. Si applica il limite di cui all'articolo 8, comma 7.

3. La quota di contributo per le copie vendute è pari a 0,40 euro per copia digitale venduta; se il prezzo effettivo di vendita risulta inferiore all'importo sopra indicato, il contributo per ciascuna copia venduta è pari all'effettivo prezzo di vendita. Per copie vendute si intendono quelle indicate all'articolo 8, comma 12. La quota per le copie digitali vendute non può essere superiore a 300.000 euro.

4. Per sostenere le imprese innovative nelle politiche volte allo sviluppo dell'occupazione, al potenziamento della formazione professionale per la qualità dell'informazione ed all'ampliamento dell'offerta informativa multimediale, il contributo per l'edizione esclusivamente in formato digitale è incrementato attraverso la valorizzazione delle voci che seguono, con le modalità e nelle misure indicate:

a) un rimborso pari al 75 per cento dell'onere previdenziale sostenuto dall'impresa editrice per l'assunzione, nel periodo di riferimento del contributo, di giornalisti dedicati alla produzione di contenuti informativi originali, assunti con contratti di lavoro anche non a tempo indeterminato;

b) un rimborso pari al 20 per cento dei costi per la gestione di piattaforme e applicativi dedicati all'ampliamento dell'offerta informativa telematica e per l'utilizzo della rete da parte dell'impresa editrice;

c) una quota aggiuntiva in proporzione al numero di utenti unici finali raggiunti, accertato con sistemi di rilevazione statistici, pari:

1) al 2 per cento del contributo spettante all'impresa editrice, per un numero di utenti unici finali mensili da 40.000 e fino a 100.000;

2) al 3 per cento del contributo spettante all'impresa editrice, per un numero di utenti unici finali mensili superiore a 100.000.

5. All'edizione della testata pubblicata esclusivamente in formato digitale si applicano, altresì, le disposizioni di cui all'articolo 8, commi 3, 4, 14, 15 e 16.

Capo III

PROCEDIMENTO DI LIQUIDAZIONE DEI CONTRIBUTI DIRETTI PER LE COOPERATIVE GIORNALISTICHE, GLI ENTI SENZA FINI DI LUCRO E LE IMPRESE IL CUI CAPITALE SIA DETENUTO INTERAMENTE O IN MISURA MAGGIORITARIA DA ENTI SENZA FINI DI LUCRO

Art. 10.

Domande e documentazione

1. Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, da emanarsi entro 45 giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto, sono stabilite le modalità della domanda di accesso ai contributi e la documentazione istruttoria da produrre.

Art. 11.

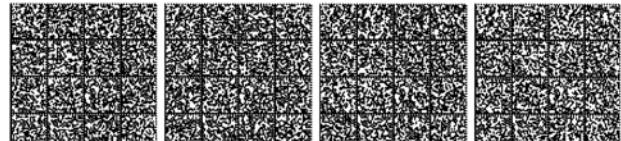
Erogazione del contributo

1. Con il decreto del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 1, comma 6, della legge 26 ottobre 2016, n. 198, è stabilita la quota destinata agli aventi titolo ai contributi all'editoria di cui al capo II. In caso di insufficienza delle risorse stanziate, agli aventi titolo spettano contributi diretti mediante riparto proporzionale.

2. Il contributo all'editoria è erogato in due rate annuali. La prima rata, da versare entro il 30 maggio successivo alla presentazione della domanda, consiste nell'anticipo di una somma pari al 50 per cento del contributo erogato nell'anno precedente e, comunque, nei limiti delle risorse assegnate ai sensi del comma 1. La prima rata non è corrisposta se inferiore a 2.500 euro. La seconda rata è versata, a saldo, entro il termine di conclusione del procedimento indicato all'articolo 12.

3. La rata di anticipo è erogata previo accertamento del possesso dei requisiti sulla base dei documenti istruttori indicati nel decreto del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 10. Il pagamento della rata è subordinato alla verifica della regolarità contributiva previdenziale nonché a quella di non inadempimento ai sensi dell'articolo 48-bis del decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 602. La regolarità previdenziale si intende soddisfatta anche nel caso di ricorso giurisdizionale pendente in materia di contributi previdenziali ovvero nel caso in cui le imprese editrici hanno ottenuto una rateizzazione del pagamento dei contributi ed hanno regolarmente versato le rate scadute.

4. Qualora l'impresa editrice non produca la documentazione richiesta ovvero in caso di documentazione incompleta, la stessa non può beneficiare della rata di anticipo e il contributo è liquidato in un'unica soluzione entro il termine di conclusione del procedimento ove l'istruttoria abbia dato esito positivo.



5. Le imprese editrici che presentano per la prima volta domanda di contributo possono beneficiare del pagamento della rata di anticipo a decorrere dall'annualità successiva a quella in cui percepiscono il primo contributo.

6. La rata a saldo è versata subordinatamente all'esito positivo dell'istruttoria, all'accertamento, all'atto del pagamento, della regolarità dell'impresa nel versamento dei contributi previdenziali e alla verifica di cui all'articolo 48-bis del decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 602.

7. Se l'impresa che ha beneficiato dell'anticipo non risulta in possesso di tutti i requisiti previsti per l'ammissione al contributo, l'impresa è tenuta alla restituzione di quanto versato a titolo di anticipo. L'amministrazione può anche procedere al recupero di tali somme mediante compensazione con eventuali crediti vantati dall'impresa nei confronti dell'amministrazione medesima.

Art. 12.

Termine di conclusione del procedimento

1. Il termine di conclusione del procedimento scade il 28 febbraio dell'anno successivo a quello di presentazione della domanda. A tale data il provvedimento è comunque adottato sulla base delle risultanze istruttorie acquisite, fermo restando il potere dell'amministrazione di procedere al recupero delle somme che risultino indebitamente percepite all'esito dei controlli successivi disposti annualmente ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del decreto del Presidente della Repubblica 25 novembre 2010, n. 223.

Art. 13.

Verifiche a campione

1. Il Dipartimento per l'informazione e l'editoria effettua accertamenti e verifiche a campione sulla documentazione presentata dai soggetti richiedenti, anche ai fini dell'applicazione di quanto previsto dagli articoli 75 e 76 del decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445 e successive modificazioni.

Capo IV

CONTRIBUTO PER IL SOSTEGNO ALLE TESTATE ESPRESSIONE DI MINORANZE LINGUISTICHE

Art. 14.

Beneficiari del contributo

1. Alle imprese editrici che editano quotidiani e periodici espressione di minoranze linguistiche ai sensi dell'articolo 2 della legge 15 dicembre 1999, n. 482, sono concessi contributi volti alla tutela e alla diffusione dell'informazione presso le comunità presenti sul territorio italiano espressione delle minoranze linguistiche riconosciute.

2. Alle imprese editrici di cui al comma 1 si applicano le disposizioni contenute nei capi II e III del presente decreto, ad eccezione di quelle che stabiliscono requisiti

relativi alla forma societaria. Alle stesse imprese non si applica il limite al contributo complessivamente erogabile previsto dall'articolo 8, comma 15.

3. Con il decreto del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 1, comma 6, della legge 26 ottobre 2016, n. 198, è stabilita la quota destinata agli aventi titolo ai contributi di cui al presente articolo. In caso di insufficienza delle risorse stanziate, agli aventi titolo spettano contributi diretti mediante riparto proporzionale.

Capo V

CONTRIBUTO PER IL SOSTEGNO ALLA STAMPA ITALIANA DIFFUSA ALL'ESTERO

Sezione I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 15.

Beneficiari del contributo

1. Alle imprese editrici di cui all'articolo 2, comma 1, lettera g) sono concessi contributi volti alla tutela e alla diffusione dell'informazione italiana all'estero.

2. Possono beneficiare del contributo le imprese, comunque costituite, che editano:

a) quotidiani italiani in lingua italiana editi e diffusi all'estero o editi in Italia e diffusi prevalentemente all'estero;

b) periodici italiani in lingua italiana editi e diffusi all'estero o editi in Italia e diffusi prevalentemente all'estero.

3. Si considerano prevalentemente diffusi all'estero i quotidiani e i periodici con una diffusione all'estero non inferiore al 60 per cento delle copie complessivamente distribuite. Per i quotidiani editi esclusivamente in formato digitale, si considerano prevalentemente diffusi all'estero quelli che raggiungono una percentuale di utenti unici mensili all'estero non inferiore al 60 per cento del numero totale di utenti unici mensili.

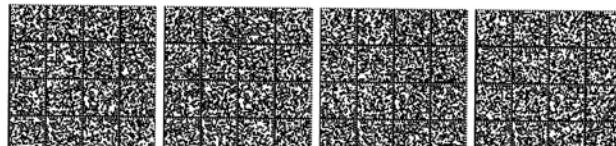
Art. 16.

Tasso di cambio e documentazione in lingua straniera

1. Ai fini dell'applicazione del presente capo e salvo diversa previsione, gli importi monetari sono convertiti in euro secondo il tasso di cambio medio rilevato dalla Banca d'Italia per l'anno cui il contributo si riferisce.

2. Le soglie minime e massime dei contributi non sono soggette a conversione in valuta straniera.

3. La documentazione in lingua straniera è accompagnata dalla relativa traduzione in lingua italiana conforme al testo straniero certificata dal competente ufficio consolare o da un traduttore ufficiale.



Sezione II
QUOTIDIANI DIFFUSI ALL'ESTERO

Art. 17.*Requisiti di accesso*

1. Alle imprese editrici di quotidiani italiani editi e diffusi all'estero si applicano i requisiti di accesso previsti dall'articolo 5, ad eccezione di quelli di cui al comma 1, lettera *b*, e al comma 2, lettere *a* e *b*). La trattazione deve essere svolta con testi scritti almeno per il 50 per cento in lingua italiana.

2. Alle imprese editrici di quotidiani italiani editi in Italia e diffusi prevalentemente all'estero si applicano i requisiti di accesso previsti dall'articolo 5.

3. Ai fini del requisito previsto dall'articolo 5, comma 1, lettera *e*), i quotidiani diffusi prevalentemente all'estero sono equiparati alle testate nazionali.

4. Per l'edizione in formato digitale della testata si applicano le disposizioni contenute nell'articolo 7.

Art. 18.*Criteri di calcolo del contributo*

1. Il contributo a favore delle imprese editrici di cui all'articolo 17, commi 1 e 2, comprende una quota di rimborso dei costi direttamente connessi alla produzione della testata e una quota per le copie vendute, secondo i criteri e le modalità indicati nel presente articolo.

2. Il contributo è calcolato secondo i criteri stabiliti dall'articolo 8 per i quotidiani. Per personale dipendente ai sensi dell'articolo 8, comma 2, lettera *a*), si intende quello assunto secondo la normativa del Paese dove ha luogo la prestazione lavorativa.

3. Per l'edizione in formato digitale della testata si applicano le disposizioni contenute nell'articolo 9, commi 1, 2, 3 e 5.

Art. 19.*Procedimento per la concessione del contributo*

1. Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, di concerto con il Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale, da emanarsi entro 45 giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto, sono stabilite le modalità della domanda di accesso ai contributi e la documentazione istruttoria da produrre.

2. Il Dipartimento per l'informazione e l'editoria cura l'istruttoria per l'ammissione al contributo con il supporto del Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale, con particolare riguardo all'acquisizione della dichiarazione da parte del competente capo dell'ufficio consolare italiano di prima categoria attestante che il quotidiano è diffuso presso la comunità italiana presente nel Paese di riferimento e riveste interesse per la stessa.

3. Il procedimento per la concessione del contributo si conclude nel termine previsto dall'articolo 12. A tale data il provvedimento è comunque adottato sulla base delle risultanze istruttorie acquisite, fermo restando il potere dell'amministrazione di procedere al recupero delle somme che risultino indebitamente percepite all'esito dei controlli successivi.

Art. 20.*Erogazione del contributo*

1. Le imprese editrici di cui all'articolo 17, commi 1 e 2, concorrono al riparto proporzionale con le imprese editrici nazionali di cui all'articolo 2, comma 1, lettere *a*), *b*) e *c*), nei limiti della quota ad esse destinata, stabilita con il decreto del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 1, comma 6, della legge 26 ottobre 2016, n. 198.

2. Il contributo è erogato con le modalità e alle condizioni di cui all'articolo 11. La rata di anticipo è liquidata previo accertamento del possesso dei requisiti sulla base dei documenti istruttori indicati nel decreto del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 19, comma 1, e delle altre verifiche previste per legge.

3. Il contributo è pagato in euro ovvero, su domanda del beneficiario, nel corrispondente importo nella valuta del Paese di appartenenza determinato secondo il tasso di cambio del giorno del pagamento.

Sezione III**PERIODICI DIFFUSI ALL'ESTERO****Art. 21.***Requisiti di accesso*

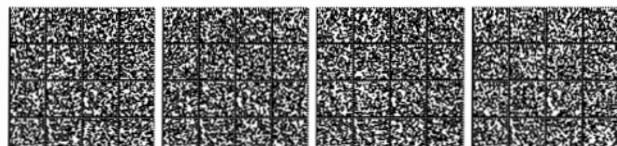
1. Alle imprese editrici di periodici italiani editi e diffusi all'estero si applicano i requisiti di accesso previsti dall'articolo 5, comma 1, lettera *a*), e comma 2, lettere *c*), *e*), *f*) e *g*).

2. Alle imprese editrici di periodici editi in Italia e diffusi prevalentemente all'estero si applicano i requisiti di accesso previsti dall'articolo 5, commi 1, lettere *a*) e *b*) e 2.

3. Per accedere ai contributi è altresì necessario essere in possesso dei seguenti requisiti:

a) periodicità almeno trimestrale della testata nell'anno di riferimento del contributo;

b) trattazione di argomenti di interesse delle comunità italiane all'estero, avuto riguardo anche alla diffusione della lingua e della cultura italiana e al contributo alla promozione del sistema Italia all'estero, attestati dal competente capo dell'ufficio consolare italiano di prima categoria. Per le testate edite all'estero, la trattazione deve essere svolta con testi scritti almeno per il 50 per cento in lingua italiana.



Art. 22.

Criteri di calcolo del contributo

1. Le risorse assegnate al sostegno delle imprese editrici di periodici di cui all'articolo 21, commi 1 e 2, sono suddivise, conformemente a quanto stabilito dall'articolo 24, comma 2, in due stanziamenti destinati rispettivamente ai periodici editi in Italia e a quelli editi all'estero.

2. Nell'ambito di ciascuno dei due stanziamenti di cui al comma 1, una quota, pari al 10 per cento, è attribuita in parti uguali agli aventi titolo; la restante quota è destinata al rimborso dei costi di produzione della testata ed alla remunerazione per le copie vendute, secondo i criteri e le modalità indicati nel presente articolo. In caso di insufficienza delle risorse stanziate, agli aventi titolo spettano contributi diretti mediante riparto proporzionale.

3. Sono ammessi al rimborso i seguenti costi connessi alla produzione della testata su carta e in formato digitale, in parallelo con l'edizione cartacea, secondo le modalità di cui all'articolo 7, commi 1 e 2, nell'anno di riferimento del contributo:

a) costo per i giornalisti e per il personale dipendente addetto alla produzione della testata, fino ad un importo complessivo di 50.000 euro; per i periodici editi all'estero, per personale dipendente si intende quello assunto secondo la normativa del Paese dove ha luogo la prestazione lavorativa;

b) costo per l'acquisto della carta necessaria alla stampa delle copie prodotte nell'anno di riferimento, costo per la stampa comprensivo delle spese sostenute per la materiale riproduzione ed il confezionamento delle copie, costo per la distribuzione, comprensivo delle spese per il trasporto, la spedizione o la domiciliazione delle copie in abbonamento;

c) costo per gli abbonamenti ai notiziari delle agenzie di stampa, comprensivo delle spese per l'acquisto di servizi informativi, fotografici e multimediali forniti dalle agenzie di stampa, con esclusione dei servizi editoriali consistenti nella predisposizione, anche parziale, di pagine della testata;

d) costo per l'acquisto e l'installazione di hardware, software di base e dell'applicativo per l'edizione digitale;

e) costo per la progettazione, realizzazione e gestione del sito web e per la sua manutenzione ordinaria ed evolutiva;

f) costo per la gestione e l'alimentazione delle pagine web;

g) costo per l'installazione di sistemi di pubblicazione che consentano la gestione di abbonamenti a titolo oneroso, di aree interattive con i lettori e di piattaforme che permettano l'integrazione con sistemi di pagamento digitali.

4. I costi di cui al comma 3, lettere *a), b) e c)* sono rimborsati nella misura del 50 per cento; quelli di cui al comma 3, lettere *d), e), f) e g)*, sono rimborsati nella misura del 75 per cento.

5. La quota di contributo per le copie vendute, anche in formato digitale, è calcolata nella misura di 0,25 euro per ciascuna copia. Se il prezzo effettivo di vendita, convertito in euro ai sensi dell'articolo 16, comma 1, è inferiore

all'importo indicato nel presente comma, il contributo per ciascuna copia venduta è pari all'effettivo prezzo di vendita. Per copie distribuite e vendute si intendono quelle indicate agli articoli 6 e 8, comma 12.

6. Il contributo non può superare il limite massimo del 5 per cento del corrispondente stanziamento annuale destinato alla stampa periodica italiana all'estero. Al contributo non si applica il limite previsto dall'articolo 8, comma 16.

Art. 23.

Procedimento per la concessione del contributo

1. Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, di concerto con il Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale, da emanarsi entro 45 giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto, sono stabilite le modalità della domanda di accesso ai contributi e la documentazione istruttoria da produrre.

2. Il Dipartimento per l'informazione e l'editoria cura l'istruttoria per l'ammissione al contributo con il supporto del Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale, con particolare riguardo all'acquisizione della dichiarazione da parte del competente capo dell'ufficio consolare italiano di prima categoria attestante che il periodico è diffuso presso la comunità italiana presente nel Paese di riferimento e riveste interesse per la stessa.

3. Il procedimento per la concessione dei contributi è concluso entro il 31 ottobre dell'anno successivo a quello cui si riferisce il contributo. A tale data il provvedimento è comunque adottato sulla base delle risultanze istruttorie acquisite, fermo restando il potere dell'amministrazione di procedere al recupero delle somme che risultino indebitamente percepite all'esito dei controlli successivi.

Art. 24.

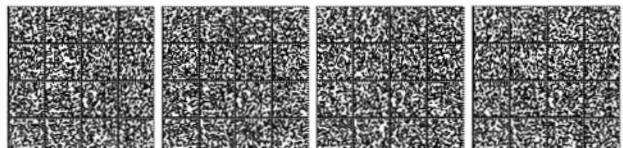
Erogazione del contributo

1. Con il decreto del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 1, comma 6, della legge 26 ottobre 2016, n. 198 è stabilita la quota destinata agli aventi titolo ai contributi di cui alla presente sezione.

2. Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, di concerto con il Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale, sono stabilite le quote degli stanziamenti assegnati alle imprese editrici di periodici editi e diffusi all'estero e editi in Italia e diffusi prevalentemente all'estero. In sede di prima applicazione, il 70 per cento dello stanziamento è assegnato alle imprese editrici di periodici editi all'estero, il 30 per cento alle imprese editrici di periodici editi in Italia.

3. Il contributo è pagato in euro o, su domanda del beneficiario, nel corrispondente importo nella valuta del Paese di appartenenza, determinato secondo il tasso di cambio del giorno del pagamento.

4. Per le imprese editrici di periodici editi in Italia, il pagamento del contributo è altresì subordinato all'accertamento della regolarità dell'impresa nel versamento dei contributi previdenziali e negli adempimenti a seguito della verifica di cui all'articolo 48-bis del decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 602.



CONTRIBUTI DIRETTI ALLE IMPRESE EDITRICI PER L'ANNO 2020
 (Decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70)

Ufficio per il sostegno all'editoria - Servizio per il sostegno diretto alla stampa

Responsabile del procedimento amministrativo: **DOTT.SSA STEFANIA PALAMARA**
(Termine di conclusione del procedimento: 28 febbraio 2022)

N.	Testata	Impresa	C.F. o P. IVA	Rata di anticipo	Saldo/rata unica	Contributo (al lordo delle ritenute)
1	A.R.E.A.	AREA AGENZIA SOC.COOP. a R.L.	04655341008	263.157,65	162.180,03	425.337,68
2	ADISTA	COOPERATIVA ADISTA SOC. COOP.	80413100589	47.051,34	47.051,34	94.102,68
3	AOSTASERA.IT	PIU'PRESS SOC. COOP.	01022690075		78.145,20	78.145,20
4	AVVENIRE	AVVENIRE NUOVA ED.LE ITALIANA SPA	00743840159	2.533.353,97	2.889.138,64	5.422.492,61
5	BERGAMO & SPORT	BERGAMO & SPORT SOC.COOP.	03589380165	66.604,23	68.106,74	134.710,97
6	BUONASERA	SPARTA SOCIETA' COOPERATIVA	03024870739	216.621,46	216.621,46	433.242,92
7	CITTA' NUOVA	PIA ASSOCIAZIONE MASCHILE "OPERA DI MARIA"	02694140589	133.735,95	231.145,31	364.881,26
8	CONQUISTE DEL LAVORO	CONQUISTE DEL LAVORO Srl	05558260583	395.655,77	395.655,77	791.311,54
9	CORRIERE CESENATE	CORRIERE CESENATE A.P.S.	90077160407	97.787,14	97.787,13	195.574,27
10	CORRIERE DI CHIERI	PUBLICHIERI SRL	04710420011	174.204,83	194.614,52	368.819,35
11	CORRIERE DI COMO	EDITORIALE SRL in liquidazione	02261490136	207.377,42	207.377,41	414.754,83
12	CORRIERE DI SALUZZO	CDS EDITORIALE S.R.L.	03733570042	172.852,88	172.852,87	345.705,75
13	CORRIERE EUSEBIANO	IL GIORNALE L'EUSEBIANO SOC. COOP.	01584310021		54.289,50	54.289,50
14	CORRIERE ROMAGNA	COOPERATIVA EDITORIALE GIORNALI ASSOCIATI COOP. SPA	00357860402	1.109.178,49	1.109.178,48	2.218.356,97
15	CRONACAQUI.IT	EDITORIALE ARGO SRL	08313560016	1.103.650,03	1.103.650,04	2.207.300,07
16	CRONACHE DI	LIBRA EDITRICE Soc. Coop.	06854870638	629.978,39	629.978,38	1.259.956,77
17	EDITORIALE OGGI	GIORNALISTI INDEPENDENTI SOC. COOP. EDITRICE	02864170606	814.966,33	814.966,33	1.629.932,66
18	FAMIGLIA CRISTIANA	PERIODICI SAN PAOLO SRL	00980500045	3.000.000,00	3.000.000,00	6.000.000,00
19	GAZETTA D'ASTI	GAZETTA D'ASTI SRL	01542300056	56.618,73	71.840,70	128.459,43
20	GAZETTA DEL SUD	S.E.S. SOCIETA' ED.CE SUD SPA	00072240831		3.737.236,04	3.737.236,04
21	GAZETTA DI FOLIGNO	FONDAZIONE SAN DOMENICO DA FOLIGNO	91043470540	18.877,41	18.877,40	37.754,81
22	GAZETTA REGIONALE	PENNA A SFERA EDIZIONI SOC. COOP.	12861621006	79.627,19	109.921,06	189.548,25
23	GENTE VENETA	C.I.D. CENTRO INFORMAZIONI E DOC. PATRIARCATO DI VENEZIA SRL	02341300271	105.879,13	105.879,12	211.758,25
24	IL BIELLESE	EDITRICE IL BIELLESE Srl	00243580024	282.935,04	282.935,04	565.870,08
25	IL CITTADINO	EDITORIALE LAUDENSE SRL	04903190157	712.049,40	712.049,40	1.424.098,80
26	IL CITTADINO Settimanale cattolico di Genova	GRAFICA BUONA STAMPA Srl	00300250107	60.722,88	60.722,87	121.445,75
27	IL CORRIERE APUANO	ENTE PER LE OPERE DI RELIGIONE E DI CULTO DELLA DIOCESI DI PONTREMOLI	81008930455	37.015,29	37.015,28	74.030,57
28	IL CROTONESE	STAMPA LIBERA Soc. Coop.	02999870799	110.520,16	110.520,15	221.040,31
29	IL FOGLIO QUOTIDIANO	IL FOGLIO QUOTIDIANO Soc. Coop.	03231770961	933.228,99	933.228,99	1.866.457,98
30	IL MANIFESTO QUOTIDIANO COMUNISTA	IL NUOVO MANIFESTO SOC. COOP. EDITRICE	12168691009	1.537.625,76	1.567.540,59	3.105.166,35
31	IL MERCOLEDÌ	EDITRICE IL MERCOLEDÌ' SOC.COOP. GIORNALISTICA	08868180012	89.684,32	89.684,32	179.368,64
32	IL MOMENTO	CHIESA CATTEDRALE DI FORLÌ'	92010840400	55.642,67	55.642,66	111.285,33
33	IL NUOVO AMICO	COMUNICARE SOC. COOP.	00957520414	47.818,08	47.818,07	95.636,15
34	IL NUOVO DIARIO MESSAGGERO	EDITRICE IL NUOVO DIARIO MESSAGGERO SRL	01549181202	151.908,32	151.908,32	303.816,64
35	IL NUOVO GIORNALE	DIOCESI DI PIACENZA BOBBIO	91017540336	77.341,40	87.310,21	164.651,61
36	IL NUOVO TORRAZZO	ANTENNA 5 SRL	00351480199	193.017,00	193.017,00	386.034,00

N.	Testata	Impresa	C.F. o P. IVA	Rata di anticipo	Saldo/rata unica	Contributo (al lordo delle ritenute)
37	IL PONTE	CONFRATERNITA MARIA S.S. AUSILIATRICE IN SANTA CROCE DI RIMINI	91000640408	82.004,85	88.849,19	170.854,04
38	IL POPOLO	OPERA ODORICO DA PORDENONE	80000710931	88.555,71	88.555,71	177.111,42
39	IL POPOLO	FONDAZIONE MONSIGNOR IGINO BANDI	02570800066	31.421,14	54.651,00	86.072,14
40	IL POPOLO CATTOLICO	PARROCCHIA S. MARTINO E S. MARIA ASSUNTA	93001750160		59.514,38	59.514,38
41	IL QUOTIDIANO DEL SUD	EDIZIONI PROPOSTA SUD Srl	02207990645	1.848.080,44	1.848.080,43	3.696.160,87
42	IL REGNO	IL REGNO SRL	03526161207		140.790,32	140.790,32
43	IL RISVEGLIO POPOLARE	RISVEGLIO EDITORE S.R.L.	11820870019	37.842,83	47.294,69	85.137,52
44	IL SANNIO QUOTIDIANO	IL GUERRIERO Soc. Coop.	01633200629	182.097,76	182.097,75	364.195,51
45	IL SAVIGLIANESE	FOTOCOMPOSIZIONE SANTAROSA SOCIETA' COOPERATIVA	03736410048		134.263,57	134.263,57
46	IL SETTIMANALE DELLA DIOCESI DI COMO	EDITRICE DE IL SETTIMANALE DELLA DIOCESI DI COMO SOC. COOP.	01157040138	73.692,92	79.393,01	153.085,93
47	IL TIRACCIO Voce ai giovani	GESC SOC. COOP.	02783800796	145.011,44	166.411,00	311.422,44
48	ITALIA OGGI	ITALIA OGGI EDITORI ERINNE SRL	10277500152	2.031.266,98	2.031.266,97	4.062.533,95
49	ITALIA SERA	GIORNALISTI & POLIGRAFICI ASSOCIATI SOC. COOP.	04783011002	202.431,99	206.602,92	409.034,91
50	L'APPENNINO CAMERTE	ORAC Srl	01438810432	47.517,71	49.117,26	96.634,97
51	LA CIVILTÀ CATTOLICA	COLLEGIO DEGLI SCRITTORI DELLA CIVILTÀ CATTOLICA DELLA COMPAGNIA DI GESÙ	00960660587	143.809,65	143.809,64	287.619,29
52	LA DIFESA DEL POPOLO	LA DIFESA S.R.L.	05125420280	143.136,82	147.989,51	291.126,33
53	LA FEDELTA'	LA FEDELTA' SRL IMPRESA SOCIALE E.T.S.	03761970049	183.609,40	192.821,64	376.431,04
54	LA GUIDA	LGEDITORIALE SRL SOC.UNIPERSONALE	03505070049	361.467,85	361.467,85	722.935,70
55	LA LIBERTÀ'	SEMINARIO VESCOVILE DI GUASTALLA	81000670356	45.300,98	87.975,00	133.275,98
56	LA NUOVA ECOLOGIA	EDITORIALE LA NUOVA ECOLOGIA SOC. COOP.	04937721001	136.613,53	136.613,53	273.227,06
57	LA PROVINCIA	EDITORIALE LA PROVINCIA SOC. COOP.	09106271001	468.446,43	468.446,43	936.892,86
58	LA VALSUSA	STAMPA DIOCESANA SEGUSINA Srl	04307920019	132.951,60	193.698,93	326.650,53
59	LA VITA CASALESE	FONDAZIONE SANT'EVASIO	00233580067	102.401,19	104.187,71	206.588,90
60	LA VITA CATTOLICA	EDITRICE LA VITA CATTOLICA S.r.l.	01056440306	136.723,45	136.723,45	273.446,90
61	LA VITA DEL POPOLO	LA VITA DEL POPOLO SRL	04911700260	149.223,10	149.303,34	298.526,44
62	LA VOCE	IMPEGNO SOCIALE SOC. COOP.	07216031000	248.160,41	248.160,40	496.320,81
63	LA VOCE	CHIESA DI SAN SEVERO A PORTA SOLE	94012610542	72.471,22	77.520,56	149.991,78
64	LA VOCE DEI BERICI	NUOVA VOCE SRL UNIPERSONALE	04123490247	134.645,26	134.645,25	269.290,51
65	LA VOCE DEL CANAVESE	LA VOCE Soc. Coop.	09594480015	139.849,19	139.849,18	279.698,37
66	LA VOCE DEL POPOLO	FONDAZIONE OPERA DIOCESANA S. FRANCESCO DI SALES	98104440171	118.870,18	142.065,75	260.935,93
67	LA VOCE DI MANTOVA	VIDIEMME SOC. COOP.	01898140205	362.921,85	362.921,85	725.843,70
68	LA VOCE E IL TEMPO	PRELUM S.r.l.	08056990016	93.760,44	129.294,30	223.054,74
69	LA VOCE NUOVA	EDITORIALE LA VOCE Soc. Coop.	01463600294	471.569,06	471.569,06	943.138,12
70	L'AMICO DEL POPOLO	L'AMICO DEL POPOLO SRL	00664920253	187.469,02	187.469,01	374.938,03
71	L'ANCORA	L'ANCORA società cooperativa	00224320069	174.088,63	174.088,63	348.177,26
72	L'AZIONE	FONDAZIONE DINA ORSI	82000830263	160.213,36	160.213,37	320.426,73
73	L'AZIONE	DIAKONIA ECCLESIALE	90002150424	67.486,32	100.069,35	167.555,67
74	L'ECO DEL CHISONE	COOPERATIVA CULTURA E COMUNICAZIONI SOCIALI	02084040019	334.858,56	377.225,51	712.084,07
75	L'ECO DI S. GABRIELE	EDITORIALE ECO SRL	00763460672	105.522,75	198.188,25	303.711,00
76	L'INCHIESTA	COOPERATIVA EDITORIALE L'INCHIESTA	02662130604	89.630,80	89.630,79	179.261,59
77	L'INFORMATORE	SDN STAMPA DIOCESANA NOVARESE	00929970036	110.326,53	110.326,52	220.653,05
78	LITTERAE COMMUNIONIS TRACCE	EDITRICE NUOVO MONDO SRL	01919860153	204.185,17	204.185,16	408.370,33

N.	Testata	Impresa	C.F. o P. IVA	Rata di anticipo	Saldo/rata unica	Contributo (al lordo delle ritenute)
79	LO SPECIALE	HELP SOS SOC. COOP.	07169891004	91.500,14	257.055,54	348.555,68
80	L'OPINIONE DELLE LIBERTA'	AMICI DELL'OPINIONE SOC. COOP.	04583221009	481.268,47	481.268,47	962.536,94
81	LUNA NUOVA	EDITRICE LUNA NUOVA Soc. Coop	06337090010	168.539,76	168.539,75	337.079,51
82	L'UNIONE MONREGALESE	MONREGALESE COO. ED.CE SRL	01654260049	151.429,92	151.429,91	302.859,83
83	MADRE	EDIZIONI MADRE SRL	01494150178		96.338,15	96.338,15
84	METROPOLIS	CITYPRESS SOCIETA' COOPERATIVA	07677441219	255.043,39	255.052,96	510.096,35
85	MOTOCROSS	EDITRICE DIAMANTE SOC.COOP.GIORNALISTICA	10509590153	152.889,00	152.889,00	305.778,00
86	NUOVA SCINTILLA	DIOCESI DI CHIOGGIA	91004810270	31.930,39	39.403,41	71.333,80
87	OPINIONI NUOVE LIBERO QUOTIDIANO	EDITORIALE LIBERO S.r.l.	06823221004	2.703.559,99	2.763.550,29	5.467.110,28
88	ORE 12	CENTRO STAMPA REGIONALE Soc. Coop.	01328701006	178.257,50	202.115,99	380.373,49
89	PAROLA DI VITA	ENTE SANTA MARIA	98002820789		42.615,50	42.615,50
90	QUOTIDIANO DI SICILIA	EDISERVICE S.R.L.	01153210875	524.703,62	722.170,92	1.246.874,54
91	REDATTORE SOCIALE - AGEN. DI INFORMAZIONE	REDATTORE SOCIALE SRL	01666160443		61.282,36	61.282,36
92	RID RIVISTA ITALIANA DIFESA	GIORNALISTICA RIVIERA S. C.	03214840104	141.217,32	141.217,31	282.434,63
93	RIFORMA- L'ECO DELLE VALLI VALDESI	EDIZIONI PROTESTANTI SRL	06212220013		107.083,54	107.083,54
94	ROCK HARD ITALIA	EDIZIONI BMS SOC. COOP.	07754120967	37.462,60	37.462,59	74.925,19
95	ROMA	NUOVO GIORNALE ROMA SOC.COOP. A R.L.	07406411210	369.994,28	369.994,27	739.988,55
96	SABATO SERA	CORSO BACCHILEGA COOP. DI GIORNALISTI	01531471207	190.173,25	190.173,24	380.346,49
97	SECOLO D'ITALIA	SECOLO D'ITALIA S.R.L.	10091541002	467.599,63	467.599,63	935.199,26
98	SETTESEREQUI	MEDIA ROMAGNA Soc. Coop.	02453160398	119.172,89	119.172,88	238.345,77
99	SPRINT E SPORT	LETTERA 22 SOC. COOP. A R.L.	08329370012	188.497,79	188.497,78	376.995,57
100	SUONO	COOP. GIORNALISTICA MONDO NUOVO A R.L.	04028131003	49.188,05	49.188,05	98.376,10
101	TEMPI	CONTRATTEMPI SOCIETA' COOPERATIVA	10139010960		155.773,68	155.773,68
102	TOSCANA OGGI	TOSCANA OGGI SOC. COOP.	80035330481	204.396,08	209.380,52	413.776,60
103	VERONA FEDELE Settimanale cattolico d'informazione	VERONA FEDELE SRL	02741800235	144.184,72	144.184,71	288.369,43
104	VIDEOINFORMAZIONI	VIDEOINFORMAZIONI SOC. COOP.	07495431210	39.611,68	39.611,68	79.223,36
105	VITA NUOVA	VITA NUOVA SRL	01304200320		50.116,18	50.116,18
106	VITA TRENTEINA	VITA TRENTINA EDITRICE SOC. COOP.	00199960220	180.022,00	180.022,00	360.044,00
107	VOCE ISONTINA	ARCIDIOCESI DI GORIZIA	91003490314	34.262,29	42.875,01	77.137,30
108	WWW.LOSTRILLONE.TV	MEDINA SOC. COOP. GIORNALISTICA A R.L.	07697721210	20.357,43	43.665,31	64.022,74
109	ZAI.NET LAB	MANDRAGOLA EDITRICE SOC. COOP. DI GIORNALISTI	00670960079	61.246,45	74.989,96	136.236,41

CONTRIBUTI DIRETTI ALLE IMPRESE EDITRICI PER L'ANNO 2021
(Decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70 - Art. 2, comma 1, lett. a), b) e c)

Ufficio per il sostegno all'editoria - Servizio per il sostegno diretto alla stampa

Responsabile del procedimento amministrativo: **DOTT.SSA STEFANIA PALAMARA**
(Termine di conclusione del procedimento: 28 febbraio 2023)

N.	Testata	Impresa	C.F. o P. IVA	Rata di anticipo (al lordo delle ritenute)
1	A.R.E.A.	AREA AGENZIA SOC.COOP. a R.L.	04655341008	212.668,84
2	ADISTA	COOPERATIVA ADISTA SOC. COOP.	80413100589	47.051,68
3	AOSTASERA.IT <i>(in formato esclusivamente digitale)</i>	PIU' PRESS SOC. COOP.	01022690075	39.072,60
4	AVVENIRE	AVVENIRE NUOVA ED.LE ITALIANA SPA	00743840159	2.711.246,31
5	BERGAMO & SPORT	BERGAMO & SPORT SOC.COOP.	03589380165	67.355,49
6	BUONASERA	SPARTA SOCIETA' COOPERATIVA	03024870739	216.621,46
7	CITTA' NUOVA	PIA ASSOCIAZIONE MASCHILE "OPERA DI MARIA"	02694140589	182.440,63
8	CONQUISTE DEL LAVORO <i>(in formato esclusivamente digitale)</i>	CONQUISTE DEL LAVORO SOC. COOP. A R.L.	05558260583	395.655,77
9	CORRIERE CESENATE	CORRIERE CESENATE A.P.S.	90077160407	97.787,13
10	CORRIERE DI CHIERI	PUBLICHIERI SRL	04710420011	184.409,68
11	CORRIERE DI SALUZZO	CDS EDITORIALE S.R.L.	03733570042	172.852,88
12	CORRIERE EUSEBIANO	IL GIORNALE L'EUSEBIANO SOC. COOP.	01584310021	27.144,75
13	CORRIERE ROMAGNA	COOPERATIVA EDITORIALE GIORNALI ASSOCIATI COOP. SPA	00357860402	1.109.178,49
14	CRONACAQUI.IT	EDITORIALE ARGO SRL	08313560016	1.103.650,04
15	CRONACHE DI	LIBRA EDITRICE Soc. Coop.	06854870638	629.978,39
16	EDITORIALE OGGI	GIORNALISTI INDEPENDENTI SOC. COOP. EDITRICE	02864170606	814.966,33
17	FAMIGLIA CRISTIANA	PERIODICI SAN PAOLO SRL	00980500045	3.000.000,00
18	GAZZETTA D'ASTI	GAZZETTA D'ASTI SRL	01542300056	64.229,72
19	GAZZETTA DEL SUD	S.E.S. SOCIETA' EDITRICE SUD SPA	00072240831	1.868.618,02
20	GAZZETTA DI FOLIGNO	FONDAZIONE SAN DOMENICO DA FOLIGNO	91043470540	18.877,41
21	GAZZETTA REGIONALE	PENNA A SFERA EDIZIONI SOC. COOP.	12861621006	94.774,13
22	GENTE VENETA	C.I.D. CENTRO INFORMAZIONI E DOC. PATRIARCATO DI VENEZIA SRL	02341300271	105.879,13
23	IL BIELLESE	EDITRICE IL BIELLESE Srl	00243580024	282.935,04
24	IL CITTADINO	EDITORIALE LAUDENSE SRL	04903190157	712.049,40
25	IL CITTADINO Settimanale cattolico di Genova	GRAFICA BUONA STAMPA Srl	00300250107	60.722,88
26	IL CORRIERE APUANO	ENTE PER LE OPERE DI RELIGIONE E DI CULTO DELLA DIOCESI DI PONTREMOLI	81008930455	37.015,29
27	IL CROTONESE	STAMPA LIBERA Soc. Coop.	02999870799	110.520,16
28	IL FOGLIO QUOTIDIANO	IL FOGLIO QUOTIDIANO Soc. Coop.	03231770961	933.228,99
29	IL MANIFESTO QUOTIDIANO COMUNISTA	IL NUOVO MANIFESTO SOC. COOP. EDITRICE	12168691009	1.552.583,18
30	IL MERCOLEDÌ	EDITRICE IL MERCOLEDÌ' SOC.COOP. GIORNALISTICA	08868180012	89.684,32
31	IL MOMENTO	CHIESA CATTEDRALE DI FORLI'	92010840400	55.642,67
32	IL NUOVO AMICO	COMUNICARE SOC. COOP.	00957520414	47.818,08
33	IL NUOVO DIARIO MESSAGGERO	EDITRICE IL NUOVO DIARIO MESSAGGERO SRL	01549181202	151.908,32
34	IL NUOVO GIORNALE	DIOCESI DI PIACENZA BOBBIO	91017540336	82.325,81
35	IL NUOVO TORRAZZO	ANTENNA 5 SRL	00351480199	193.017,00

N.	Testata	Impresa	C.F. o P. IVA	Rata di anticipo (al lordo delle ritenute)
36	IL PONTE	CONFRATERNITA MARIA S.S. AUSILIATRICE IN SANTA CROCE DI RIMINI	91000640408	85.427,02
37	IL POPOLO	FONDAZIONE MONSIGNOR IGINO BANDI	02570800066	43.036,07
38	IL POPOLO	OPERA ODORICO DA PORDENONE	80000710931	88.555,71
39	IL POPOLO CATTOLICO	PARROCCHIA S. MARTINO E S. MARIA ASSUNTA	93001750160	29.757,19
40	IL QUOTIDIANO DEL SUD	EDIZIONI PROPOSTA SUD Srl	02207990645	1.848.080,44
41	IL REGNO	IL REGNO SRL	03526161207	70.395,16
42	IL RISVEGLIO POPOLARE	RISVEGLIO EDITORE S.R.L.	11820870019	42.568,76
43	IL SANNIO QUOTIDIANO	IL GUERRIERO SOC. COOP.	01633200629	182.097,76
44	IL SAVIGLIANESE	FOTOCOMPOSIZIONE SANTAROSA SOCIETA' COOPERATIVA	03736410048	67.131,79
45	IL SETTIMANALE DELLA DIOCESI DI COMO	EDITRICE DE IL SETTIMANALE DELLA DIOCESI DI COMO SOC. COOP.	01157040138	76.542,97
46	IL TIRACCIO Voce ai giovani	GESC SOC. COOP.	2783800796	155.711,22
47	ITALIA OGGI	ITALIA OGGI EDITORI ERINNE SRL	10277500152	2.031.266,98
48	ITALIA SERA <i>(in formato esclusivamente digitale)</i>	GIORNALISTI & POLIGRAFICI ASSOCIATI SOC. COOP.	04783011002	204.517,46
49	L'APPENNINO CAMERTE	ORAC Srl	01438810432	48.317,49
50	LA CIVILTÀ CATTOLICA	COLLEGIO DEGLI SCRITTORI DELLA CIVILTÀ CATTOLICA DELLA COMPAGNIA DI GESU	00960660587	143.809,65
51	LA DIFESA DEL POPOLO	LA DIFESA S.R.L.	05125420280	145.563,17
52	LA FEDELTA'	LA FEDELTA' SRL IMPRESA SOCIALE E.T.S.	03761970049	188.215,52
53	LA GUIDA	LGEDITORIALE SRL SOC.UNIPERSONALE	03505070049	361.467,85
54	LA LIBERTÀ'	SEMINARIO VESCOVILE DI GUASTALLA	81000670356	66.637,99
55	LA NUOVA ECOLOGIA	EDITORIALE LA NUOVA ECOLOGIA SOC. COOP.	04937721001	136.613,53
56	LA PROVINCIA	EDITORIALE LA PROVINCIA SOC. COOP.	09106271001	468.446,43
57	LA VALSUSA	STAMPA DIOCESANA SEGUSINA Srl	04307920019	163.325,27
58	LA VITA CASALESE	FONDAZIONE SANT'EVASIO	00233580067	103.294,45
59	LA VITA CATTOLICA	EDITRICE LA VITA CATTOLICA S.r.l.	01056440306	136.723,45
60	LA VITA DEL POPOLO	LA VITA DEL POPOLO SRL	04911700260	149.263,22
61	LA VOCE	CHIESA DI SAN SEVERO A PORTA SOLE	94012610542	74.995,89
62	LA VOCE	IMPEGNO SOCIALE SOC. COOP.	07216031000	248.160,41
63	LA VOCE DEI BERICI	NUOVA VOCE SRL UNIPERSONALE	04123490247	134.645,26
64	LA VOCE DEL CANAVESE	LA VOCE Soc. Coop.	09594480015	139.849,19
65	LA VOCE DEL POPOLO	FONDAZIONE OPERA DIOCESANA S. FRANCESCO DI SALES	98104440171	130.467,97
66	LA VOCE DI MANTOVA	VIDIEMME SOC. COOP.	01898140205	362.921,85
67	LA VOCE E IL TEMPO	PRELUM S.r.l.	08056990016	111.527,37
68	LA VOCE NUOVA	EDITORIALE LA VOCE Soc. Coop.	01463600294	471.569,06
69	L'AMICO DEL POPOLO	L'AMICO DEL POPOLO SRL	00664920253	187.469,02
70	L'ANCORA	L'ANCORA società cooperativa	00224320069	174.088,63
71	L'AZIONE	DIAKONIA ECCLESIALE	90002150424	83.777,84
72	L'AZIONE	FONDAZIONE DINA ORSI	82000830263	160.213,36
73	L'ECO DEL CHISONE	COOPERATIVA CULTURA E COMUNICAZIONI SOCIALI	02084040019	356.042,04
74	L'ECO DI S. GABRIELE	EDITORIALE ECO SRL	00763460672	151.855,50
75	L'INCHIESTA <i>(in formato esclusivamente digitale)</i>	COOPERATIVA EDITORIALE L'INCHIESTA	02662130604	89.630,80
76	L'INFORMATORE	SDN STAMPA DIOCESANA NOVARESE	00929970036	110.326,52

N.	Testata	Impresa	C.F. o P. IVA	Rata di anticipo (al lordo delle ritenute)
77	LITTERAE COMMUNIONIS TRACCE	EDITRICE NUOVO MONDO SRL	01919860153	204.185,17
78	LO SPECIALE <i>(in formato esclusivamente digitale)</i>	HELPSSOC SOC. COOP.	07169891004	174.277,84
79	L'OPINIONE DELLE LIBERTA' <i>(in formato esclusivamente digitale)</i>	AMICI DELL'OPINIONE SOC. COOP.	04583221009	481.268,47
80	LUNA NUOVA	EDITRICE LUNA NUOVA Soc. Coop	06337090010	168.539,76
81	MADRE	EDIZIONI MADRE SRL	01494150178	48.169,08
82	METROPOLIS	CITYPRESS SOC. COOP.	07677441219	255.048,18
83	MOTOCROSS	EDITRICE DIAMANTE SOC.COOP.GIORNALISTICA	10509590153	152.889,00
84	NUOVA SCINTILLA	DIOCESI DI CHIOGGIA	91004810270	35.666,90
85	OPINIONI NUOVE LIBERO QUOTIDIANO	EDITORIALE LIBERO S.r.l.	06823221004	2.733.555,14
86	ORE 12	CENTRO STAMPA REGIONALE Soc. Coop.	01328701006	190.186,75
87	QUOTIDIANO DI SICILIA	EDISERVICE S.R.L.	01153210875	623.437,27
88	RID RIVISTA ITALIANA DIFESA	GIORNALISTICA RIVIERA S. C.	03214840104	141.217,32
89	RIFORMA- L'ECO DELLE VALLI VALDESI	EDIZIONI PROTESTANTI SRL	06212220013	53.541,77
90	ROCK HARD ITALIA	EDIZIONI BMS SOC. COOP.	07754120967	37.462,60
91	ROMA	NUOVO GIORNALE ROMA SOC.COOP. A R.L.	07406411210	369.994,28
92	SABATO SERA	CORSO BACCHILEGA COOP. DI GIORNALISTI	01531471207	190.173,25
93	SECOLO D'ITALIA <i>(in formato esclusivamente digitale)</i>	SECOLO D'ITALIA Srl	10091541002	467.599,63
94	SETTESEREQUI	MEDIA ROMAGNA SOC. COOP.	02453160398	119.172,89
95	SPRINT E SPORT	LETTERA 22 SOC. COOP. A R.L.	08329370012	188.497,79
96	SUONO	COOP. GIORNALISTICA MONDO NUOVO A R.L.	04028131003	49.188,05
97	TEMPI	CONTRATTEMPI SOCIETA' COOPERATIVA	10139010960	77.886,84
98	TOSCANA OGGI	TOSCANA OGGI SOC. COOP.	80035330481	206.888,30
99	VERONA FEDELE settimanale cattolico d'informazione	VERONA FEDELE SRL	02741800235	144.184,72
100	VIDEOINFORMAZIONI <i>(in formato esclusivamente digitale)</i>	VIDEOINFORMAZIONI SOC. COOP.	07495431210	39.611,68
101	VITA TRENTEINA	VITA TRENTEINA EDITRICE SOC. COOP.	00199960220	180.022,00
102	VOCE ISONTINA	ARCIDIOCESI DI GORIZIA	91003490314	38.568,65
103	WWW.LOSTRILLONE.TV	MEDINA SOC. COOP. GIORNALISTICA A R.L.	07697721210	32.011,37
104	ZAI.NET LAB	MANDRAGOLA EDITRICE SOC. COOP. DI GIORNALISTI	00670960079	68.118,21

La grande vivacità della comunicazione in Piemonte (dal Registro Comunicatori Comunicazione, ROC)

Num. ROC	Ragione sociale	Natura giuridica	Indirizzo sede legale	Attività	Data iscrizione
2925	Audiopress S.R.L.	Società di capitali	Via Rossetti 4/B 10154 Torino	Agenzia a carattere nazionale, Fornitore di contenuti, Fornitore di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici e non lineari, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi, Radiodiffusione sonora e/o televisiva	24/05/1994
37369	Medi@page Srl	Società di capitali	Corsso Corso Duca Degli Abruzzi 35 10129 Torino	Agenzia a carattere nazionale, Concessionaria di pubblicità	26/10/2021

Ragione sociale	Natura giuridica	Indirizzo sede legale	Attività	Data cessazione
4 U Mediacom Srl	Società di capitali	Via Alfieri 61 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi, Radiodiffusione sonora e/o televisiva, Servizio di comunicazione elettronica	14/11/2012
A.M.M.A. Aziende Meccaniche Meccatroniche Associate	Associazione	Via Vela 17 10128 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	30/07/2018
A.P.S. Cesic	Associazione	Via San Secondo 20 10128 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Accademia University Press Srl - In Liquidazione	Società di capitali	Via Carlo Alberto 55 10123 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	23/11/2017
Acta Di Alberto Negro & C.	Società di persone	Via Superga 53 10020 Baldissero Torinese Torino -	Editoria elettronica	21/03/2013
Adv Report Scarl	Società di capitali	Corsso Traiano 24/10 10135 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	24/01/2014
Advanced Di Ciccarelli Catia & C. S.N.C.	Società di persone	Via Cucco 4 13900 Biella Biella -	Editoria elettronica, Editoria	
Agenzia Informazione Piemonte Group - Società Cooperativa Giorna Listica	Cooperativa	Corsso Torino 182 10086 Rivarolo Canavese Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Alicubi S.R.L.	Società di capitali	Piazza Solferino 20 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Alivia Società Cooperativa Sociale	Cooperativa	Corsso Iv Novembre 29 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	
All Around Società A Responsabilità Limitata	Società di capitali	Via Dei Mille 33 10123 Torino Torino -	Editoria elettronica, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi	02/12/2020
Ananke Lab - Società Cooperativa In Liquidazione	Cooperativa	Via Alberto Nota 7 10122 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Animazione Sociale Gruppo Abele Periodici Impresa Sociale S.R.L. O Brevemente Gruppo Abele Periodici Impresa Sociale S.R.L.	Società di capitali	Corsso Trapani 95 10141 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Annuario Italiani Spa	Società di capitali	Via Aurelio Saffi 18 10138 Torino Torino	Editoria elettronica, Editoria	30/11/2010
Arsvalue S.R.L.	Società di capitali	Piazza Porta Torino 13 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica, Editoria	
Ass. Cult. Colegamenti	Associazione	Piazza Matteotti 2 15067 Novi Ligure Alessandria -	Editoria elettronica	30/11/2012

Associazione Commercianti Provincia Di Vercelli	Associazione	Via Duchessa Jolanda 26 13100 Vercelli Vercelli -	Editoria elettronica	
Associazione Commercianti Servizi - Società A Responsabilità Limitata - Siglabile As.Co Servizi - S.R.L.	Società di capitali	Via Modena 29 15121 Alessandria Alessandria -	Editoria elettronica, Editoria	
Associazione Concretezza	Associazione	Viale Degli Angeli 96 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	10/08/2015
Associazione Consumatori E Produttori Energie Rinnovabili	Associazione	Via Demetrio Cosola 5/B 10034 Chivasso Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Associazione Culturale II Carmagnolese	Associazione	Via Gardezzana 26 10022 Carmagnola Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Associazione Di Promozione Sociale II Corso	Associazione	Via Roma 64 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	09/07/2014
Associazione G.A.T. Editrice Primantenna	Associazione	Via Fecia Di Cossato 9b 13900 Biella Biella -	Editoria elettronica, Radiodiffusione sonora e/o televisiva	15/01/2013
Associazione Gruppo Abele Onlus.	Associazione	Corso Trapani 95 10141 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	05/07/2022
Associazione Il Faro A.P.S.	Associazione	Via Solferino 4 28100 Novara Novara -	Editoria elettronica, Editoria	
Associazione L'Astigiano 3.0	Associazione	Via Del Barcaiolo 20 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica	
Associazione Regionale Produttori Apistici Del Piemonte	Associazione	Via Drovetti 5 10138 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Associazione Shadar Edizioni	Associazione	Corso Duca Degli Abruzzi 53 10129 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	09/05/2018
Associazione Torinese Universitaria	Associazione	Corso Stati Uniti 3 10128 Torino Torino -	Editoria elettronica	31/07/2014
Azienda Sanitaria Locale Biella	Ente pubblico	Via Dei Ponderanesi 2 13875 Ponderano Biella -	Editoria elettronica, Editoria	26/03/2019
Azzurri Di Gloria	Associazione	Via Galilei 14d 15067 Novi Ligure Alessandria -	Editoria elettronica	
B.E.S.T. S.R.L. Bussola Editrice Società Torinese	Società di capitali	Corso Vittorio Emanuele II 167 10139 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Baveno Futura	Associazione	Piazza IV Novembre 7 28831 Baveno Verbano-Cusio-Ossola -	Editoria elettronica, Editoria	09/12/2020
Bellino Osvaldo	Impresa individuale	Piazzetta Dei Mondagli 7 12037 Saluzzo Cuneo -	Editoria elettronica	
Bersini Editoria, Comunicazione E Web Di Magda Bersini	Impresa individuale	Corso Italia 59 10086 Rivarolo Canavese Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Blu Insubria Società A Responsabilità Limitata Semplificata	Società di capitali	Corso Belvedere 123 28823 Ghiffa Verbano-Cusio-Ossola -	Editoria elettronica	
Bm S.R.L.	Società di capitali	Via Po 14 10123 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Bmc Srl	Società di capitali	Via Candido Viberti 7 10141 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	07/12/2012

Borello Giorgio	Impresa individuale	Via Cesare Battisti 13 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica	02/09/2015
Branka Publisher Di Pezo Branka E C. S.A.S.	Società di persone	Via Magenta 45 12042 Bra Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	20/01/2015
C.G.*Edizioni Medico Scientifiche - S.R.L.	Società di capitali	Via Brissogne 11 10142 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Cai Torino	Associazione	Via Barbaroux 1 10122 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Camera Di Commercio I.A.A. - Alessandria	Ente pubblico	Via Andrea Vochieri 58 15100 Alessandria Alessandria -	Editoria elettronica, Editoria	30/11/2010
Casale News Di Daniele Gazzi & C. S.A.S. In Liquidazione	Società di persone	Via Mellana 17 15033 Casale Monferrato Alessandria -	Editoria elettronica	44466,43307
Castellino Software S.N.C. Di Castellino Ing. Roberto & C.	Società di persone	Via Circonvallazione Mombrisone 4 12013 Chiusa Di Pesio Cuneo -	Editoria elettronica, Operatori di call center	
Casti Alessandro	Impresa individuale	Via Consalata 51a 12073 Ceva Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	41250,5814
Centotorri S.R.L.	Società di capitali	Via Balbo 1 10023 Chieri Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Centro Studi Sul Federalismo	Ente pubblico	Real Collegio 30 10024 Moncalieri Torino -	Editoria elettronica	41270,59066
Cesi - Centro Einstein Di Studi Internazionali	Associazione	Via Michele Schina 26 10144 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Cesi Multimedia S.R.L.	Società di capitali	Via Roma 25 28062 Cameri Novara -	Editoria elettronica	
Ciemme Di Cavallero Marco	Impresa individuale	Via Tiziano Lanza 31 10095 Grugliasco Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Club Forza Pro	Associazione	Via Palazzo Di Giustizia 2 (C/O Buffa) 13900 Biella Biella -	Editoria elettronica	42878,35946
Cnnet Srl	Società di capitali	Via Bra 9 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica	41526,49051
Co.Edi. Società Cooperativa Editrice	Cooperativa	Via Manzoni 1 13100 Vercelli Vercelli -	Editoria elettronica	
Com-Unico.it Di Abate Maria Gabriella	Impresa individuale	Regione Scorrone 14 14041 Aglano Terme Asti -	Editoria elettronica	
Comms.it Srl	Società di capitali	Piazza Statuto 11 10122 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	41261,52615
Condifesa Cuneo	Consorzio	Via Caraglio 16 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	
Confartigianato - Associazione Artigiani Della Provincia Di Asti	Associazione	Piazza Cattedrale 2 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica, Editoria	
Confartigianato Servizi Piemonte Orientale S.R.L.	Società di capitali	Via San Francesco D'Assisi 5/D 28100 Novara Novara -	Editoria elettronica, Editoria	
Confindustria Cuneo Unione Industriale Della Provincia	Associazione	Corso Dante 51 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	41422,69374
Consorzio Per La Ricerca E L'Educazione Permanente, Torino Sigla- Bile*Corep Torino	Consorzio	Via Ventimiglia 115 10126 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Cooperativa Cultura E Comunicazioni Sociali Siglabile Cooperativa Ccs	Cooperativa	Viale I Maggio N/D 10064 Pinerolo Torino -	Editoria elettronica, Editoria	

Creostudios S.P.A.	Societa di capitali	Via Ettore Perrone 3 10122 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Croce Verde Torino	Associazione	Via Tommaso Doré 04 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Cuneo Media Società Cooperativa	Cooperativa	Corso Iv Novembre 29 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica	
Cuneocronaca.it Sas Di Dutto Claudio & C. Siglabile, Ove Consentito, Cuneocronaca.it Sas	Societa di persone	Piazza Europa 18 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica	44558,57731
D & R S.A.S. Di Anna Maria Romano	Societa di persone	Piazza Alfieri 61 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica, Editoria	
Dario Bordet	Impresa individuale	Corso Giulio Cesare 300 10154 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	41836,50704
David 2 Spa	Societa di capitali	Via Cesare Lombroso 4 10125 Torino Torino -	Editoria elettronica, Servizio di comunicazione elettronica	41318,37064
De Agostini Editore - S.P.A.	Societa di capitali	Via Giovanni Da Verrazano 15 28100 Novara Novara -	Editoria elettronica, Fornitore di contenuti	
Dea Edizioni S.A.S. Di Brunero Bronzin Maeva & C.	Societa di persone	Corso Alessandro Tassoni 79/4 10143 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Delta Pictures Srl	Societa di capitali	Via Boglietti 2 13900 Biella Biella -	Editoria elettronica	
Digitalis S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Belfiore 24 10125 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	43894,64302
Directio S.R.L.	Societa di capitali	Corso Inghilterra 47 10138 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Doppiaggi Communication Di Giorgia Goglino	Impresa individuale	Strada Casalcermelli 69 15121 Alessandria Alessandria -	Editoria elettronica	40660
E.D.T. -*Edizioni Di Torino S.R.L. Siglabile*E.D.T. S.R.L. Con O Senza Interpunzione	Societa di capitali	Via Pianezza 17 10149 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Echos Edizioni Di Ronco Marco	Impresa individuale	Via Fratelli Cervi 15 10094 Giaveno Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Echos Group Società A Responsabilità Limitata Semplificata	Societa di capitali	Via Fratelli Cervi 15 10094 Giaveno Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Edion Srl	Societa di capitali	Viale Alessandro Manzoni 38 15048 Valenza Alessandria -	Editoria elettronica	41255,39876
Editore Novarese S.R.L. In	Societa di capitali	Via Tornielli 1/A 28100 Novara Novara -	Editoria elettronica, Editoria	41376,42506
Editore Xy.it Srl	Societa di capitali	Via Roma 42 28041 Arona Novara -	Editoria elettronica	42219,63715
Editori*Il Risveglio - S.R.L.	Societa di capitali	Via Roma 4 10073 Cirè Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Editoriale Argo S.R.L.	Societa di capitali	Via Principe Tommaso 30 10125 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	

Editoriale Aries Srl	Societa di capitali	Via Pio VII 168 10127 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	41463,47253
Editoriale Domani S.P.A.	Societa di capitali	Via Valeggio 41 10129 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Editoriale Largo Consumo S.R.L.	Societa di capitali	Corso Galileo Ferraris 160 10134 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Editoriale*Lariana S.R.L.	Societa di capitali	Via Volta 3 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Editrice 2020 S.R.L.	Societa di capitali	Via G. Matteotti 54 10040 Leini Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Editrice Articolo Tre Di Maria Nicola Casulli	Impresa individuale	Via Baraggino - Campus Associazioni Casetta1 10034 Chivasso Torino -	Editoria elettronica	41401,56868
Editrice Broletto Srl	Societa di capitali	Corte Degli Arrotini 1 28100 Novara Novara -	Editoria elettronica	
Editrice Il Mercoledì - Società Cooperativa Giornalistica A R.L.	Cooperativa	Via Cavour 70 10024 Moncalieri Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Editrice La Grinta Società A Responsabilità Limitata Semplificata	Societa di capitali	Via Ugo Foscolo 12 13100 Vercelli Vercelli -	Editoria elettronica, Editoria	
Editrice Luna Nuova Società Cooperativa A R.L.	Cooperativa	Corso Laghi 15 10051 Avigliana Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Editrice Monferrato S.R.L.	Societa di capitali	Viale Cavalli D'Olivola 6 15033 Casale Monferrato Alessandria -	Editoria elettronica, Editoria	
Editrice Omnia - S.R.L.	Societa di capitali	Via Monsignor Rossi 3 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica, Editoria	
Editrice Tempi Di Fraternità Società Cooperativa	Cooperativa	Via Garibaldi 13 10122 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Edizioni Fadda Di Fadda Miriam Andrea	Impresa individuale	Via Torino 39/A 10022 Carmagnola Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Edizioni Libere Di Guerriero Donatella	Impresa individuale	Via Trento 69 10064 Pinerolo Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Edizioni Luna Di Ingrasci Carmelo	Impresa individuale	Corso Venezia 35 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica, Editoria	
Edizioni Protestanti S.R.L. Siglabile Sep S.R.L.	Societa di capitali	Via San Pio V 15 10125 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Effatà Editrice Di Segarelli Gabriella	Impresa individuale	Via Tre Denti 1 10060 Cantalupa Torino	Editoria elettronica, Editoria	39345
Elemedia S.P.A.	Societa di capitali	Via Ernesto Lugaro 15 10126 Torino Torino -	Fornitore di contenuti, Fornitore di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici e non lineari, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi, Radiodiffusione sonora e/o televisiva, Servizio di comunicazione elettronica	
Elena Morea Di T.R.A. S.R.L. In Liquidazione, Siglabile E.M. Di T.R.A. S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Lugaro 38 10100 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	41606,45359

Elenchi Telefonici S.R.L.	Societa di capitali	Via Roma 23 12039 Verzuolo Cuneo -	Editoria elettronica	44586,44067
Elvetika Snc Di Rossano Fabrizio E Taricco Paolo Siglabilo, Ove Consentito, Come Elvetika Snc	Societa di persone	Corso Barolo 8/A 12051 Alba Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	42731,4931
Emilogos Edizioni Srl	Societa di capitali	Strada Casassa 1/Bis 10020 Riva Presso Chieri Torino -	Editoria elettronica, Editoria	41422,43816
Erredipress Edizioni Di D'Uva Roberto <small>Caterina S.r.l. Eventualmente</small>	Impresa individuale	Via Torino 24 10028 Trofarello Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Seguita O Preceduta Dalla Specificazione Studi E Servizi Per La Professione	Societa di capitali	Via San Pio V 27 10125 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Ev Torino Editore Srl	Societa di capitali	Corso Re Umberto 10 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Fabi Plus	Associazione	Via Guarino Guarini 4 10123 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Famija Albeisa	Ente morale	Via Pietrino Belli 6 12051 Alba Cuneo -	Editoria elettronica	
Fca Services S.C.P.A.	Societa di capitali	Via Plava 86 10135 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Fcz Snc	Societa di persone	Via Pellicce 19 10060 None Torino -	Editoria elettronica, Editoria	40512
Federazione Italiana Volo Libero	Associazione	Via Salbertrand 50 10146 Torino Torino	Editoria elettronica, Editoria	43245,35219
Federazione Provinciale Coldiretti Di Asti	Associazione	Corso Felice Cavallotti 41 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica, Editoria	45194,48705
Federcasa S.R.L.	Societa di capitali	Via Sant'Agostino 13 12084 Mondovì Cuneo -	Editoria elettronica	
Ferrero Communication S.R.L.	Societa di capitali	Via Vittorio Amedeo II 19 10121 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica	
Fert Rights Srl	Societa di capitali	Via Locana 24 10143 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	41995,40803
Fge S.R.L.	Societa di capitali	Regione Rivelle 7 F 14050 Moasca Asti	Editoria elettronica, Editoria	
Filodiretto Società A Responsabilità Limitata	Societa di capitali	Piazza Failla 3 10024 Moncalieri Torino	Editoria elettronica, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi	
Fondazione Dell'Ordine Architetti, Pianificatori, Paesaggisti E Conservatori Della Provincia Di Torino Abbreviata Fondazione Oat	Fondazione	Via Giolitti 1 10123 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Fondazione La Sesia Ets	Fondazione	Via Quintino Sella 30 13100 Vercelli Vercelli -	Editoria elettronica, Editoria	
Fondazione Opera Diocesana Assistenza	Ente morale	Via Biblioteca 1 15033 Casale Monferrato Alessandria -	Editoria elettronica, Editoria	
Fondazione Ricerca Molinette Onlus	Fondazione	Via Valeggio 41 10129 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	45135,36714
Fondo Italia Associazione Sportiva Dilettantistica	Associazione	Corso Vittorio Emanuele II 29/A 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica	

Fotocomposizione Santarosa Società Cooperativa	Cooperativa	Piazza Santorre Di Santarosa 21 12038 Savigliano Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	
Fradil Srls	Societa di capitali	Via Giovanni XXIII 5 15033 Casale Monferrato Alessandria -	Editoria elettronica	
Franco Miroglio Entertainment, Multimedia & Design S.R.L., Siglabilo Ed Abbreviabile, Alternativamente, In: Fm S.R.L., Fm Entertainment S.R.L., Fm Multimedia S.R.L., Miroglio Design S.R.L., Franco Miroglio S.R.L.	Societa di capitali	Località Carretta 2 12040 Piobesi D'Alba Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	42206,60167
Freestyle Edizioni	Impresa individuale	Via Curtatone 9 28923 Verbania Verbanio-Cusio-Ossola -	Editoria elettronica	40861
Fusta Editore Di Fusta Paolo	Impresa individuale	Regione Colombaro Dei Rossi 2/B 12037 Saluzzo Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	44586,43363
G. Giappichelli Editore S.R.L.	Societa di capitali	Via Po 21 Angolo Via Vasco 2 * 10124 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Gaia Futura	Associazione	Via Alpi 4 10070 Barbania Torino -	Editoria elettronica	41284,67286
Gatta Robertino	Impresa individuale	Via Santa Giulia 47/A 10124 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	41800,36896
Geco Comunicazione Srl	Societa di capitali	Via Tornielli 1 28100 Novara Novara -	Editoria elettronica	41968,59402
Gedi Digital S.R.L.	Societa di capitali	Via Ernesto Lugaro 15 10126 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Gedi Gruppo Editoriale S.P.A.	Societa di capitali	Via Ernesto Lugaro 15 10126 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	44756,41751
Gedi News Network S.P.A.	Societa di capitali	Via Ernesto Lugaro 15 10126 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Gedi Periodici E Servizi S.P.A. O Brevemente Gps S.P.A.	Societa di capitali	Via Ernesto Lugaro 15 10126 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Genius Srl	Societa di capitali	Via Bodoni 25/A 12037 Saluzzo Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	
Giannini Enrica	Impresa individuale	Via Trotti 52 15121 Alessandria Alessandria -	Editoria elettronica, Editoria	
Giornale 7 Società A Responsabilità Limitata Semplificata In Liquidazione	Societa di capitali	Via Mameli 56 15066 Gavi Alessandria -	Editoria elettronica	45019,66296
Glocal Press Società Cooperativa	Cooperativa	Strada Del Portone 61 10137 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	43004,41593
Go Media Srl Con Socio Unico	Societa di capitali	Corso Nizza 36 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica	41554,68892
Gruppo So.G.Ed. S.R.L.	Societa di capitali	Via Parnisetti 10/12 15121 Alessandria Alessandria -	Editoria elettronica, Editoria	

Gunpress Srl	Societa di capitali	Via Principessa Margherita 54 28838 Stresa Verbanio-Cusio-Ossola -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria, Servizio di comunicazione elettronica	40512
Hand Communication Società A Responsabilità Limitata Semplificata	Societa di capitali	Corsone Francia 17 10138 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Homofaber Edizioni Srl	Societa di capitali	Via Bagetti 11 10143 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Horus Tech Di Nicola Mango	Impresa individuale	Via Crissolo 19 10138 Torino Torino -	Editoria elettronica	40309
Hub 48 S.R.L. Siglabilo Hub48 S.R.L.	Societa di capitali	Corsone Barolo 48 12051 Alba Cuneo -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	
Idem Soc. Cooperativa Sociale Di Giornalisti In Liquidazione	Cooperativa	Corsone Allamano 131 10095 Grugliasco Torino -	Editoria elettronica	42818,38267
Ifir Piemonte - Istituto Vendite Giudiziarie - S.R.L.	Societa di capitali	Strada Settimo 399/15 10156 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Il Condominio Editrice S.A.S. Di Izzillo Marisa & C.	Societa di persone	Via Onorato Vigliani 51 10135 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	42996,64615
Il Corriere.Net S.R.L.	Societa di capitali	Via D. Galimberti 7 12051 Alba Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	
Il Nuovo Braidaese S.R.L. Siglabilo i.N.B. S.R.L.	Societa di capitali	Piazza Giolitti 8 12042 Bra Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	
Il Punto Società A Responsabilità Limitata Semplificata	Societa di capitali	Via Giuseppe Luigi Lagrange 1 10123 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Imc Group S.R.L.	Societa di capitali	Via Valprato 68 10155 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	41907,40094
Index Review S.R.L. Società Benefit, In Forma Abbreviata Inde X Review Sbrl O Index Review S.R.L.	Societa di capitali	Via Madama Cristina 16 10125 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Ipsa Comunicazione Srl	Societa di capitali	Via Piacenza 31 10127 Torino Torino -	Editoria elettronica	41292,48015
Ispes - Istituto Per La Direzione Del Personale - S.R.L.	Societa di capitali	Corsone Dante 124/A 10126 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Istituto Editoriale Biellese S.R.L.	Societa di capitali	Via Macchieraldo 2 13900 Biella Biella -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	41680,40531
Italiana Editrice S.P.A. Abbreviabile Itedi S.P.A.	Societa di capitali	Via Ernesto Lugaro 15 10126 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	43108,43935
Kaleidos S.R.L.	Societa di capitali	Via Susa 23 Bis 10138 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Keyco S.R.L.	Societa di capitali	Piazza Martiri Della Libertà 30 10083 Favria Torino -	Editoria elettronica	
L'Agenda News S.R.L. Semplificata	Societa di capitali	Via Magnoleto 11 10055 Condove Torino -	Editoria elettronica	
L'Ancora Società Cooperativa	Cooperativa	Piazza Duomo 6 15011 Acqui Terme Alessandria -	Editoria elettronica, Editoria	

La Casa Giusta S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Giovanni Cossavella 59 10012 Bollengo Torino -	Editoria elettronica	44207,40572
La Novità Di Marco Rizzo	Impresa individuale	Corsone Martiri Della Libertà 67 10073 Ciriè Torino -	Editoria elettronica	42002,35524
La Via Libera S.R.L. - Impresa Sociale	Societa di capitali	Corsone Trapani 95 10141 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
La Voce Società Cooperativa	Cooperativa	Via Torino 47 10034 Chivasso Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Laprovinciadibella.it S.R.L.	Societa di capitali	Via Vescovado 5 13900 Biella Biella -	Editoria elettronica, Editoria	
Lettera 22 - Società Cooperativa A.R.L.	Cooperativa	Via Alessandro Roccati 20 10151 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Lexis Compagnia Editoriale In Torino S.R.L.	Societa di capitali	Via Carlo Alberto 55 10123 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Logout Media S.R.L.	Societa di capitali	Via Po 14 10123 Torino Torino -	Editoria elettronica	
M.S. Edizioni Di Marina Stoppa	Impresa individuale	Via Gramsci 13 10044 Pianezza Torino -	Editoria elettronica, Editoria	42717,34373
Mandragola Advertising Srl In Liquidazione	Societa di capitali	Via Seminario 21 10094 Giaveno Torino -	Editoria elettronica	43626,7339
Mandragola Editrice Società Cooperativa Di Giornalisti Siglabilo Mandragola Editrice S.C.G.	Cooperativa	Via Nota 7 10122 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria, Fornitore di contenuti	
Mauro Morero	Impresa individuale	G.B.Rossi 6 10064 Pinerolo Torino -	Editoria elettronica, Editoria	40512
Media (IN) S.R.L.	Societa di capitali	Via Paolo Regis 7 10034 Chivasso Torino -	Editoria elettronica, Editoria, Fornitore di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici e non lineari	
Media C Di Fabio Cirantino	Impresa individuale	Via Faustina Mazzetti 7 10020 Riva Presso Chieri Torino -	Editoria elettronica, Editoria	42387,60664
Media Team S.A.S. Di Di Staso Adelina Carla & C.	Societa di persone	Via San Quintino 44 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	42689,68661
Medialabs Società A Responsabilità Limitata Semplificata In Liq Uidazione	Societa di capitali	Via Giuseppe Di Vittorio 18/B 10095 Grugliasco Torino -	Editoria elettronica	44495,48771
Memory App S.R.L.	Societa di capitali	Via Principe Tommaso 28 10125 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Menelique	Associazione	Via Prali 18 10139 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Mercurius Network S.R.L.	Societa di capitali	Via Valperga Caluso 30 10125 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	41435,64566
Messane Srl	Societa di capitali	Torino 412 10015 Ivrea Torino -	Editoria elettronica	41243,66039
Mf Studios Di Forcherio Matteo	Impresa individuale	Piazza Basile 37 15121 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica	42256,67273
Mg Art S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Morena Snc 28024 Gozzano Novara -	Editoria elettronica	42521,58132

More News Società Cooperativa Siglabile, Ove Consentito, More News Soc. Coop.	Cooperativa	Corso Nizza 16 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica	
Mulatero Editore Srl	Societa di capitali	Via Giovanni Flecchia 58 10010 Piverone Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Na.Va.Le. - Società Cooperativa	Cooperativa	Via San Baudolino 9 15121 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	42576,40102
Naturalia Edizioni Srl	Societa di capitali	Via Planezza 16 10040 Givoletto Torino	Editoria elettronica, Editoria	41289,52953
Nauticmarket	Societa di capitali	Via Xxiiii Marzo 207 28100 Novara Novara -	Editoria elettronica, Editoria	40512
New All Media S.R.L.	Societa di capitali	Corso Siracusa 152 10137 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
New Press S.A.S. Di Tanzilli Fabio & C.	Societa di persone	Piazza Del Moro 6 10053 Bussoleno Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica	
News Società A Responsabilità Limitata Semplificata	Societa di capitali	Piazza Cavour 7 28845 Domodossola Verbano-Cusio-Ossola -	Editoria elettronica, Editoria	
Newton & Associati S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Cordero Di Pamparato 34 10143 Torino Torino -	Editoria elettronica	42880,37699
Noisiamofuturo S.R.L.	Societa di capitali	Via Righi 27 28100 Novara Novara -	Editoria elettronica, Editoria	
Novajo Società Cooperativa A Responsabilità Limitata	Cooperativa	Corso Galileo Ferraris 69 10128 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Nucom Di Pascal Daniele	Impresa individuale	Strada Torre Pellice 65 10060 Bricherasio Torino -	Editoria elettronica, Editoria	43854,53481
Nucom Media Srls	Societa di capitali	Stradale Torre Pellice 65 10060 Bricherasio Torino -	Editoria elettronica	
Nuove Edizioni Di Tarantino Pasquale	Impresa individuale	Via G. Mazzini 32/Q 10091 Alpignano Torino -	Editoria elettronica, Editoria	40512
Oblò S.A.S. Di Paolo Fuschino & C.	Societa di persone	Corso Cosenza 44 10137 Torino Torino -	Editoria elettronica	44167,43524
Ordine Degli Architetti Della Provincia Di Torino	Ente pubblico	Via Giolitti 1 10123 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Ordine Dei Medici Chirurghi E Degli Odontoiatri Prov. Torino	Ente	Corso Francia 8 10143 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
P. & M. Srl	Societa di capitali	Via San Giuseppe Cafasso 29 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica, Editoria	40777
Pei Sicurezza Di Buccarello Fausto	Impresa individuale	Corso Galileo Ferraris 90 10129 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	44355,51808
Periodici San Paolo S.R.L.	Societa di capitali	Piazza San Paolo 14 12051 Alba Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	
Pg Service Di Manera Erica S.R.L.	Societa di capitali	Via Rinchiuso 1 12084 Mondovì Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	

Pianeta S.R.L.	Societa di capitali	Via Sismonda 32 10145 Torino Torino -	Editoria elettronica	42614,38578
Piemonte Oggi S.R.L.	Societa di capitali	Via Petrarca 39 13100 Vercelli Vercelli -	Editoria elettronica	44106,46804
Plenum Consulting Group S.R.L. Siglabile Plenum S.R.L.	Societa di capitali	Via San Quintino 26/A 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Pmnet Srl	Societa di capitali	Via Xx Settembre 9 12089 Villanova Mondovì Cuneo -	Editoria elettronica	40512
Polo Grafico S.P.A.	Societa di capitali	Corso Italia 25 12084 Mondovì Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	
Pop Economy S.R.L.	Societa di capitali	Via Cambiani 14 12038 Savigliano Cuneo -	Editoria elettronica, Fornitore di contenuti	44518,57024
Prelum S.R.L.	Societa di capitali	Via Val Della Torre 3 10149 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Produttori Moscato D'Asti Associati Società Cooperativa Agricola Siglabile In Produttori Moscato D'Asti Associati S.C.A.	Cooperativa	Via Carducci 50/A 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica, Editoria	44526,51125
Società A Responsabilità Limitata Potrà Essere Abbreviata In P.S.C. S.p.l.	Societa di capitali	Via Desderi 8 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica	
Progetti Editoriali Italiani S.R.L. A Socio Unico In Liquidazione	Societa di capitali	Piazza Carlo Felice 18 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	42349,44782
Progetto Idea Snc Di Bellesi Stefano E Francato Fabrizio	Societa di persone	Corso Risorgimento 136 28100 Novara Novara -	Editoria elettronica	40561
Progevo S.R.L.	Societa di capitali	Via S. Antonio 34 13835 Trivero Biella -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	42304,75169
Progredit Snc Di Furbatto Federica E Strumia Andrea	Societa di persone	Via Giovanni Pascoli 24/C 10088 Volpiano Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Promossola Di Maria Elena Gandolfi	Impresa individuale	Via Giovanni Xxiiii 17 28845 Domodossola Verbano-Cusio-Ossola -	Editoria elettronica, Editoria	43707,53113
Promoteo Distribuzione S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Cocconato 4/A 13900 Biella Biella -	Editoria elettronica	44552,57434
Promozione Artigiana S.R.L.	Societa di capitali	Via Gian Battista Ploto 2/B 28100 Novara Novara -	Editoria elettronica, Editoria	41949,49396
Pubbliconsult - Multimedia Di Baratta Carlo & C. S.N.C.	Societa di persone	Via Leonardo Da Vinci 21 10126 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica	
Publichieri Società A Responsabilità Limitata Siglabile Publichieri S.R.L.	Societa di capitali	Via Conte Rossi Di Montelera 51 10023 Chieri Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Publitre S.R.L.	Societa di capitali	Corso Teresio Borsalino 20 15121 Alessandria Alessandria -	Editoria elettronica, Editoria	44174,71272
Quibus Edizioni Società A Responsabilità Limitata	Societa di capitali	Corso Re Umberto 7 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	

Radio Asti Tv Srl	Cooperativa	Via Bianca Lancia Di Aglano 19 14100 Asti Asti -	Editoria elettronica, Radiodiffusione sonora e/o televisiva	41254,49512
Radio Stresa Società A Responsabilità Limitata Semplificata	Societa di capitali	Via Principe Tomaso 45 28838 Stresa Verbanio-Cusio-Ossola -	Editoria elettronica	
Rec Editrice Di Chiara Falcini	Impresa individuale	Via Dormelletto 49 28041 Arona	Editoria elettronica, Editoria	43894,64428
Redazione Web Il Valore Italiano S.R.L.	Societa di capitali	CORSO SVIZZERA 185 Bis 10128 TORINO TORINO -	Editoria elettronica	
Rega Pietro	Impresa individuale	VIA GIOVANNI BOCCACCIO 7/G 10042 NICHELINO TORINO -	Editoria elettronica	42843,40513
Regione Piemonte	Ente	Piazza Castello 165 10122 Torino Torino -	Editoria elettronica	41542,39273
Rete Brianza Di Bovetti Gianluigi & C. Società In Accomandita Semplice	Societa di persone	Piazza Europa 18 12100 Cuneo Cuneo -	Editoria elettronica, Fornitore di contenuti, Radiodiffusione sonora e/o televisiva	
Reteconomy S.R.L.	Societa di capitali	Via Cervino 50 10155 Torino Torino -	Editoria elettronica, Fornitore di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici e non lineari	44531,38669
Riccadonna Periodici S.R.L.	Societa di capitali	Via San Quintino 40 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Riviste Tecniche Specializzate S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Piazza Martiri Della Libertà 3/5 10098 Rivoli Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
Road Communication S.A.S. Di Pistore Fabrizia & C. Sigilabile Road S.A.S.	Societa di persone	Via Arona 8 10145 Torino Torino -	Editoria elettronica	42726,61266
Rosenberg & Sellier Editori In Torino - S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Doria 14 10123 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	42381,40084
S.C. Supernova Communication S.R.L.	Societa di capitali	CORSO FILIPPO BRUNELLESCHI 91/A 10141 TORINO TORINO -	Editoria elettronica, Editoria	42692,58137
S.D.S. - Stampa Diocesana Segusina S.R.L.	Societa di capitali	Piazza S. Giusto 14 10059 Susa Torino	Editoria elettronica, Editoria	
S.E.I. - Società Editrice Internazionale Per Azioni	Societa di capitali	Via Amedeo Avogadro 30 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	
S.E.R. - Servizi Editoriali E Radiofonici S.R.L.	Societa di capitali	SPALTO MARENGO - PALAZZO PACTO 44 15121 ALESSANDRIA ALESSANDRIA -	Editoria elettronica, Fornitore di contenuti, Radiodiffusione sonora e/o televisiva	
S.U.S.O. Sindacato Unitario Specialità Ortognatodonzia	Associazione	CORSO FRANCIA 68 10128 TORINO TORINO -	Editoria elettronica, Editoria	
S.V. Consulting Società A Responsabilità Limitata Semplificata	Societa di capitali	VIA DELLA PALAZZINA 72 15121 ALESSANDRIA ALESSANDRIA -	Editoria elettronica, Editoria	

Santamato 33 Società A Responsabilità Limitata	Societa di capitali	Via Croce S. Amato 33 10090 Villarbasse Torino -	Editoria elettronica	
Saperenetwork S.R.L. Società Benefit	Societa di capitali	CORSO BAROLO 48 12051 ALBA CUNEO -	Editoria elettronica, Editoria	
Satir Technical Publishing & Multimedia S.R.L.	Societa di capitali	CORSO ENRICO TAZZOLI 215/12b 10137 TORINO TORINO -	Editoria elettronica, Editoria	
Seed S.R.L.	Societa di capitali	VIA MAGENTA 35 10128 TORINO TORINO -	Editoria elettronica, Editoria	
Sga Editoriale Srl	Societa di capitali	VIA PETRARCA 35 13100 VERCCELLI VERCCELLI -	Editoria elettronica, Editoria	41918,39848
Si Balla Società Sportiva Dilettantistica A Responsabilità Limitata Sigilabile Si Balla S.S.D. A R.L.	Societa di capitali	VIA MARIO DEL POZZO 18 12026 PIASCO CUNEO -	Editoria elettronica, Editoria	
Sibilamedia Di Sabrina Marrano	Impresa individuale	VIA GALLARINI 3 28074 GHemme Novara -	Editoria elettronica, Editoria	
Sic S.R.L.	Societa di capitali	VIA F. CAVALLOTTI 124/7 15067 NOVI LIGURE ALESSANDRIA -	Editoria elettronica, Editoria	43474,56721
Signorini Umberto	Impresa individuale	STRADA VALLERINA N/D 15044 QUARGNENTO ALESSANDRIA -	Editoria elettronica, Editoria	42587,39233
Sima Editore Srls	Societa di capitali	STRADA DEL PORTONE 61 10137 TORINO TORINO -	Editoria elettronica	
Simply Better Srl	Societa di capitali	VIA ELVIO PERTINACE 22 12051 ALBA CUNEO -	Editoria elettronica, Editoria	41478,61962
Sindacato Dei Medici Di Medicina Generale Della Prov. Di Torino	Associazione	CORSO SVIZZERA 185bis 10149 TORINO TORINO -	Editoria elettronica, Editoria	42990,45266
Skua Nature Group S.R.L.	Societa di capitali	VIA VALLE 4 15020 CASTELLETTO MERLI ALESSANDRIA -	Editoria elettronica, Editoria	
Skuola Network S.R.L.	Societa di capitali	VIA NIZZA 262 10126 TORINO TORINO -	Editoria elettronica	
Snob S.R.L.	Societa di capitali	CORSO GIACOMO MATTEOTTI 44 10121 TORINO TORINO -	Editoria elettronica, Editoria	
So.G.Ed. S.R.L.	Societa di capitali	VIA PARNISETTI 10/12 15121 ALESSANDRIA ALESSANDRIA -	Editoria elettronica, Editoria	44816,46013
Sobier S.R.L.	Societa di capitali	VIA PRINCIPE TOMMASO 30 10125 TORINO TORINO -	Editoria elettronica	
Sport Review S.R.L.	Societa di capitali	STRADA DEL PORTONE 61 10137 TORINO TORINO -	Editoria elettronica	
St Pauls International S.R.L.	Societa di capitali	PIAZZA SAN PAOLO 14 12051 ALBA CUNEO -	Editoria elettronica, Editoria	
Strategica Comunicazione S.R.L.	Societa di capitali	VIA RIGHI 27 28100 NOVARA NOVARA -	Editoria elettronica	41970,4486
Studio Trecentodieci Snc Di Alessandro Mussini & C.	Societa di persone	VIA IV NOVEMBRE 2 10086 RIVAROLO CANAVESE TORINO -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	
Subito News - Società Cooperativa	Cooperativa	CORSO RAFFAELLO 20 10126 TORINO TORINO	Editoria elettronica	
Surplex S.R.L.	Societa di capitali	CORSO UNIONE SOVIETICA 612/15/B 10135 TORINO TORINO -	Editoria elettronica	

T.U. Sas Di Cecchini Massimiliano & C.	Societa di persone	Strada Comunale Di Bertolla 187 10156 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	41330,54524
Tedesco Andrea	Impresa individuale	Via Lauro Rossi 25 10155 Torino Torino	Editoria elettronica, Editoria	41410,34306
Tekla S.R.L.	Societa di capitali	Via Cernaia 34 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi	
Telealessandria - Associazione Di Promozione Sociale	Associazione	Via Bologna 22 15121 Alessandria Alessandria -	Editoria elettronica	44911,35336
Think Lux Srl	Societa di capitali	Via Marenco 32 10126 Torino Torino -	Editoria elettronica	40528
Thirdfloor Srl	Societa di capitali	Corso Giacomo Matteotti 36 10121 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Threesixty S.A.S. Di Gabriella Clementina Braidotti & C.	Societa di persone	Via Vagnone 1 10143 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Time & Mind Sas Di M. Giordani E C.	Societa di persone	Via Forlì 60 10149 Torino Torino -	Editoria elettronica	41484,58792
Torino Edizioni Srl	Societa di capitali	Corso Rosselli Int.11 91 Bis 10129 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	41542,39223
Torino Top News Società A Responsabilità Limitata Semplificata	Societa di capitali	Corso Svizzera 185 Bis 10149 Torino Torino -	Editoria elettronica	
Tu.E.Or - Turin Editorial Organizations S.R.L. Anche Breviabile Tu.E.Or S.R.L. Ovvero Alternativamente Turin Editorial Organizations S.R.L.	Societa di capitali	Corso Sebastopoli 225 10136 Torino Torino -	Editoria elettronica, Editoria	41963,56473
Tueor Servizi Srl	Societa di capitali	Corso Enrico Tazzoli 215/13 10137 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica	
Tuono	Associazione	Via Sale 28 15121 Alessandria Alessandria -	Editoria elettronica	44029,37201
Turner Communication Di Stefania Alessia Dibitonto	Impresa individuale	Via Valfredo 7 10090 Sangano Torino -	Editoria elettronica, Editoria	44106,46832
U.Media Società A Responsabilità Limitata Sigliabile U.Media S.R.L.	Societa di capitali	Via San Domenico 4 10122 Torino Torino -	Editoria elettronica, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi	
Ultravox S.R.L.	Societa di capitali	Corso Dissegna 2 28845 Domodossola Verbano-Cusio-Ossola -	Editoria elettronica	
Umberto Cuomo Editore Srl	Societa di capitali	Via Malpensata 12 28900 Verbania Verbano-Cusio-Ossola -	Editoria elettronica, Editoria	41260,5338
Uniart S.R.L.	Societa di capitali	Via Demetrio Castelli 13 12060 Roddi Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	
Unione Musicale - Onlus	Associazione	Piazza Castello 29 10123 Torino Torino	Editoria elettronica, Editoria	44763,35076

Unione Sindacale Territoriale	Associazione	Via Tripoli 14 15121 Alessandria Alessandria -	Editoria elettronica, Editoria	43081,52416
Valsesiano Editrice - S.R.L.	Societa di capitali	Via Giordano 22 13011 Borgosesia Vercelli -	Editoria elettronica, Editoria	
Vignaioli Piemontesi Società Cooperativa Agricola Siglabile Vignaioli Piemontesi Soc. Coop. Agr. O Vignaioli Piemontesi S.C. A.	Cooperativa	Via Alba 15 12050 Castagnito Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	
Vmr Editrice Società A Responsabilità Limitata Semplificata In Liquidazione	Societa di capitali	Via Dottor Giuseppe Lavarini 35 28877 Ornavasso Verbano-Cusio-Ossola -	Editoria elettronica, Editoria	44607,52772
Welcome Press Di Brunella Dorigo	Impresa individuale	Via Xx Settembre 22 28066 Galliate Novara -	Editoria elettronica	41466,35882
Wine Pass S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Rio Misureto 8 12051 Alba Cuneo -	Editoria elettronica, Editoria	42548,62804
Www.Informale. Tv Di Venneri Antonio Stefano	Impresa individuale	Piazza Mentana 8 15100 Alessandria Alessandria -	Editoria elettronica	41254,49454

Ragione sociale	Natura giuridica	Indirizzo sede legale	Attività	Data iscrizione	Data cessazione
A. Manzoni & C. S.P.A.	Società di capitali	Via Ernesto Lugano 15 10126 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	21/08/1996	
Abecom S.R.L. In Liquidazione	Società di capitali	Via Grandi 10 10095 Grugliasco Torino -	Concessionaria di pubblicità	31/05/2011	10/11/2021
Alfiere Pubblicità Srl	Società di capitali	CORSO REGIO PARCO 2 10153 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	29/03/1994	15/07/2013
All Media Srl	Società di capitali	CORSO SIRACUSA 152 10137 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	19/02/2007	08/07/2013
Ap Srl	Società di capitali	CORSO RE UMBERTO 8 10121 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	06/07/2011	27/12/2012
Bertolusso	Impresa individuale	CESARE BATTISTI 1 12038 SAVIGLIANO CUNEO -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	11/11/2003	05/07/2007
Bioscience S.R.L. In Liquidazione	Società di capitali	CORSO FIUME 10 10133 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	21/03/2013	26/11/2021
C.E.M. Pubblicità S.R.L. In Liquidazione	Società di capitali	PIAZZA SANTA MARIA MAGGIORE 6 12084 MONDOVI CUNEO -	Concessionaria di pubblicità	25/09/2008	07/05/2015
C.El.Da	Cooperativa	VIA ROPPOLO 5 10155 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	29/08/2001	30/11/2010
C.F.A. Srl	Società di capitali	VIA GAETA 19 10133 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	23/08/2004	21/05/2013
C.P.M.A. Piemonte Di Billella Giuseppe	Impresa individuale	PIAZZA CARLO GANCIA 19 14053 CANELLI ASTI -	Concessionaria di pubblicità	20/09/1993	17/12/2014
C.T.I. Scrl	Cooperativa	VIA CESARE LOMBROSO 4/A 10125 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	29/04/2006	10/10/2007
Chiaramello Dario	Impresa individuale	VIA CUNEO 18 12038 SAVIGLIANO CUNEO -	Concessionaria di pubblicità	24/09/2019	
Cmo Web S.R.L.	Società di capitali	CORSO BAGNI 146 15011 ACQUI TERME ALESSANDRIA -	Concessionaria di pubblicità	22/05/2014	
Comunica Srl In Liquidazione	Società di capitali	CORSO ITALIA 7 28010 FONTANELLO D'AGOGNA NOVARA -	Concessionaria di pubblicità, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi	08/03/2012	10/10/2016
Comunicazione S.R.L.	Società di capitali	PIAZZA NAZARI DI CALABIANA 2 15033 CASALE MONFERRATO ALESSANDRIA -	Concessionaria di pubblicità	28/05/2019	
Consulenza E Servizi - Società A Responsabilità Limitata Sempli Ficata	Società di capitali	CORSO VITTORIO EMANUELE II 167 10139 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	07/10/2020	
Cormedia Srl	Società di capitali	VIA PARRÀ 9 12037 SALUZZO CUNEO -	Concessionaria di pubblicità	11/05/2009	
Cover Di Carrozzini Ivo	Impresa individuale	CORSO UNIONE SOVIETICA 342 10100 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	30/04/2008	21/12/2012
Cover Sas Di Ivo Carrozzini & C.	Società di persone	VIA BARRILI 23 10100 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	09/02/2005	11/01/2008

Cravotto Luciano	Impresa individuale	CORSO V. EMANUELE II 102 10122 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	30/10/2008	13/12/2012
Crea S.R.L.	Società di capitali	VIA 42 MARTIRI 174 28924 VERBANIA VERBANO-CUSIO-OSSOLA -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	19/05/2004	
D2 Advertising S.R.L. Siglabilo D2 Adv S.R.L.	Società di capitali	VIA PRINCIPE TOMMASO 30 10125 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	23/09/2009	18/04/2017
Diario Del Web S.R.L. Società Unipersonale	Società di capitali	VIA VAGLIO COLMA 58 13900 BIELLA BIELLA -	Concessionaria di pubblicità	24/03/2021	
Domus Ensi Di Casonato Silvia	Impresa individuale	VIA SIBILLA ALERAMO 4 28062 CAMERI NOVARA -	Concessionaria di pubblicità	26/04/2023	
E.M. Studio Di Mariateresa Asberto	Impresa individuale	CORSO SAVONA 45/3 10024 MONCALIERI TORINO -	Concessionaria di pubblicità	09/03/2017	
Editoriale Aries Srl	Società di capitali	VIA PIO VII 168 10127 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	22/10/2005	08/07/2013
Editoriale Industria Italiana S.R.L.	Società di capitali	CORSO VITTORIO EMANUELE II 167 10139 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	17/03/2022	
Editrice Graphos Sas	Società di persone	VIA L. CIBARIO 76 10144 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	07/09/1994	30/11/2010
Edizioni Estel Di Giovannini Pietro	Impresa individuale	VIA GIACOSA 27 12050 TREISO CUNEO -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	21/11/1997	30/10/2015
Epiquadro	Società di persone	VIA OTTAVIO ASSAROTTI 3 10122 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	29/08/2001	16/07/2013
Europamedia Società A Responsabilità Limitata	Società di capitali	CORSO DUCA DEGLI ABRUZZI 88 10129 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi	14/01/2014	07/07/2015
Europea Editoriale C.O.M. S.R.L. In Liquidazione	Società di capitali	CORSO TASSONI 21 10143 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	26/10/2018	15/11/2022
Europubblicità	Società di capitali	CORSO SANTORRE DI SANTAROSA 61 12100 CUNEO CUNEO -	Concessionaria di pubblicità	18/09/2002	15/01/2013
Ferrero Communication S.R.L.	Società di capitali	VIA VITTORIO AMEDEO II 19 10121 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica	26/06/2014	
G.N.P. S.R.L.	Società di capitali	VIA MONTESSORI 15 14010 CELLARENGO ASTI -	Concessionaria di pubblicità	23/05/2012	
Gemsat Srl	Società di capitali	VIA GUIDO CAVALCANTI 5 10132 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	12/12/2002	26/06/2007
Gunpress Srl	Società di capitali	VIA PRINCIPESSA MARGHERITA 54 28838 STRESA VERBANO-CUSIO-OSSOLA -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria, Servizio di comunicazione elettronica	06/12/2005	30/11/2010
Hooks Italia S.R.L.	Società di capitali	VIA GIOLITTI GIOVANNI 5 10123 TORINO TORINO -	Concessionaria di pubblicità	20/04/2020	

House Paper Concessionaria Sas	Societa di persone	Via Monte Corno 29 10127 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	07/11/2007	18/12/2012
Htp Di Rossi Giancarlo E.C. Snc	Societa di persone	Via Dossena 36 15100 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	20/09/1993	30/11/2010
Hub 48 S.R.L. Siglabilie Hub48 S.R.L.	Societa di capitali	Corso Barolo 48 12051 Alba Cuneo -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	15/07/2020	
Ideidue Srl	Societa di capitali	Via Guarnotta 20 10015 Ivrea Torino -	Concessionaria di pubblicità	18/12/1995	03/02/2014
lebcomunicazione - S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Macchieraldo 2 13900 Biella Biella -	Concessionaria di pubblicità	39844	41968,6069
Image Advertising Di P.Carosso E C. Snc	Societa di persone	Via Marconi 2 12058 Santo Stefano Belbo Cuneo -	Concessionaria di pubblicità	34232	41264,5551
Imc Group S.R.L.	Societa di capitali	Via Valprato 68 10155 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	40711	41907,4009
Immobiliare Esperienze S.R.L.	Societa di capitali	Via San Michele 81 12045 Fossano Cuneo -	Concessionaria di pubblicità	39575	42192,5042
Is Pubblicità Immagine E Suono Di Gramone E Ravizzotti Snc	Societa di persone	Via Baluardo Lamarmora 16 28100 Novara Novara -	Concessionaria di pubblicità	34584	41264,555
Istituto Editoriale Biellese S.R.L.	Societa di capitali	Via Macchieraldo 2 13900 Biella Biella -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	37132	41680,4053
Italia 7 Gold S.R.L.	Societa di capitali	Via Lavagello 33 15060 Castelletto D'Orba Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	37132	
Jungleads S.R.L.	Societa di capitali	Strada Del Portone 61 10137 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	44467,45137	
L.V. Group Di Luigi Valitutti	Impresa individuale	Via Della Resistenza 24 10023 Chieri Torino -	Concessionaria di pubblicità	41620,58653	42172,4021
Lessicom Srl	Societa di capitali	Via Carlo Ferrero 29 10098 Rivoli Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	36556	41284,6724
Lubiani Tecnologie S.A.S. Di Rinaldi Francesca, Aprato Alessio E.C.	Societa di persone	Via Vincenzo Monti 12 10126 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	45009,43569	
M&c Media Società A Responsabilità Limitata Semplificata	Societa di capitali	Via Nino Costa 5 10036 Settimo Torinese Torino -	Concessionaria di pubblicità	41401,48642	42695,4506
M.A.M. International Di Michaela Jager	Impresa individuale	Via G. Visconti 22/B 15060 Castelletto D'Orba Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	40486	44711,4405
M.P.S. Di Cassese G. E.C. Sas	Societa di persone	Via Pietro Bagetti 15 10100 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	34232	41368,497
Made Editori S.R.L.	Societa di capitali	Via Principessa Clotilde 88 10144 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	38696	42304,5908

Mass Media Communication S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Massena 60 10128 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	39846	44503,6685
Medi@page Srl	Societa di capitali	Corsso Corso Duca Degli Abruzzi 35 10129 Torino Torino -	Agenzia a carattere nazionale, Concessionaria di pubblicità	44495,48244	
Media Communication S.R.L.	Societa di capitali	Corsso Galileo Ferraris 116 10129 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	37132	40340
Media Italia S.R.L.	Societa di capitali	Via Lavagello 33 15060 Castelletto D'Orba Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	34418	
Media L.G. S.R.L.	Societa di capitali	Via Antonio Bono 5 12100 Cuneo Cuneo -	Concessionaria di pubblicità	37132	
Media Leader S.R.L.	Societa di capitali	Via Regaldi 3 10154 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	34999	44187,3105
Mediagest Srl	Societa di capitali	Via Sclavo 66 15100 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	34494	41264,5546
Medial S.R.L.	Societa di capitali	Via Parnisetti 10/12 15121 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	37523	
Mediamix Srl	Societa di capitali	Via San Tommaso 24 10121 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	35051	41465,5943
Mediavip Spa	Societa di capitali	Via Cernaia 40 10100 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	37671	41283,5181
Metromedia Srl	Societa di capitali	Via Piacenza 30 15100 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	38420	41105
Mf Studios Di Forcherio Matteo	Impresa individuale	Piazza Basile 37 15121 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica	40105	42256,6727
Modulo 44 Srl	Societa di capitali	Via R. Wagner 36 15100 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	36011	37834
Na.Va.Le. - Società Cooperativa	Cooperativa	Via San Baudolino 9 15121 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	40396	42576,401
New Press S.A.S. Di Tanzilli Fabio & C.	Societa di persone	Piazza Del Moro 6 10053 Bussolengo Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica	42909,4024	
News On Line Editore S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via San Marino 95 10137 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	42145,4765	42268,5027
Nuova Editrice Subalpina S.R.L. Siglabilie N.E.S. S.R.L.	Societa di capitali	Via Don Minzoni 8 13900 Biella Biella -	Concessionaria di pubblicità	42058,47829	
Nuova Factory S.R.L.	Societa di capitali	Via Migliara 17 15121 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità, Fornitore di contenuti, Radiodiffusione sonora e/o televisiva	40675	
Nuovi Mercati Srl	Societa di capitali	Via Rocca Dé Baldi 20/F 10127 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	38125	40002
Okki Pubblicità E Comunicazione S.R.L.	Societa di capitali	Corsso Laghi 81 10051 Avigliana Torino -	Concessionaria di pubblicità	37602	40652
Omnia Business Srl	Societa di capitali	Via Givoletto 5/C 10149 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	38773	41243,694

Omnibus S.R.L.	Societa di capitali	Via Trieste 24 15033 Casale Monferrato Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	38120	42985,4202
Panmedia Spa	Societa di capitali	Via Guido Cavalcanti 5 10132 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	34834	41283,5178
Pegaso Editrice Sas Di Roberto D'Uva & C.	Societa di persone	Via Umberto I 136/A 10028 Trofarello Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	39395	41038
Piemme Media Srl	Societa di capitali	Via Gian Domenico Cassini 70 10100 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	34422	41526,4914
Pm Project Media S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Martiri 11 28010 Cavaglio D'Agogna Novara -	Fornitore di servizi interattivi associati o di servizi di accesso condizionato, Concessionaria di pubblicità, Fornitore di contenuti, Operatore di rete, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi, Servizio di comunicazione elettronica	40641	42684,6422
Pratiche Luce Gas Torino Srls	Societa di capitali	Piazza Galimberto Tancredi 24 10147 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Operatori di call center	44795,59101	
Professional Service Marketing & Consulting S.R.L.	Societa di capitali	Via Roma 9 12015 Limone Piemonte Cuneo -	Concessionaria di pubblicità	39002	42327,5063
Progevo S.R.L.	Societa di capitali	Via S. Antonio 34 13835 Trivero Biella -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	38126	42304,7517
Promo Sas Di Marsilio Antonio & C	Societa di persone	Via Arsenale 2 10064 Pinerolo Torino -	Concessionaria di pubblicità	40232	41283,5141
Promogrande Srl	Societa di capitali	Via Felice Cavallotti 14 12100 Cuneo Cuneo -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	41281,65323	
Promomedia Di Melita Giovannina	Impresa individuale	Via G. Gorresio 23 10149 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	34232	40512
Pubblicità Valsesia Di Riccardo Minoli	Impresa individuale	Viale Fassò 22 13011 Borgosesia Vercelli -	Concessionaria di pubblicità	37132	42340,4629
Pubbliconsult - Multimedia Di Baratta Carlo & C. S.N.C.	Societa di persone	Via Leonardo Da Vinci 21 10126 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica	44088,60398	
Pubbliradio Sas Di Maria Luisa Gatti & C.	Societa di persone	Corsa Peschiera 337 10139 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	37132	40512
Pubbliradio Srl	Societa di capitali	Via Ornavasso 1 10145 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	34500	41526,4926
Pubblitalia Di Giachino Giovanni S.R.L.	Societa di capitali	Via Corte D'Appello 4 15033 Casale Monferrato Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	37132	
Publi Media S.R.L.	Societa di capitali	Via Torino 47 10034 Chivasso Torino -	Concessionaria di pubblicità	40980	42684,6405

Publi Press Srl	Societa di capitali	Via Oropa 28 10153 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	39374	41526,4936
Publialfa 2 Di Renato Giovannini	Impresa individuale	Via Rivassola 18 10082 Cuorgnè Torino -	Concessionaria di pubblicità	40982	42424,3486
Publialfa 92 Di Tarro Boiro Mario E Giovannini Renato Snc	Societa di persone	Via Torino 3 10082 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	34232	40512
Publiarco S.R.L.	Societa di capitali	Via Monsignor Rossi 3 14100 Asti Asti -	Concessionaria di pubblicità	37671	
Publibiella Srl	Societa di capitali	Via Losana 13 13900 Biella Biella -	Concessionaria di pubblicità	37657	39814
Publicinque Srl	Societa di capitali	Corsa Luigi Einaudi 18 10129 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	37260	41612,4532
Publicity Srl	Societa di capitali	Via Lavagetto 33 15060 Castelletto D'Orba Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	39625	41368,4945
Publieco S.R.L.	Societa di capitali	Viale I Maggio 7 10064 Pinerolo Torino -	Concessionaria di pubblicità	37923	
Publikompass - Società Per Azioni	Societa di capitali	Via Ernesto Lugaro 15 10126 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	37132	43041,4755
Publimatic S.R.L.	Societa di capitali	Corso Cairoli 16 10123 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	37887	43125,6356
Publimedia Di Baracchini Daniela	Impresa individuale	Via M. Greppi 5 28100 Novara Novara -	Concessionaria di pubblicità	35466	40308
Publimedia Di Baracchini Daniela	Impresa individuale	Via Greppi 5 28100 Novara Novara -	Concessionaria di pubblicità	34864	40512
Publimedia Srl	Societa di capitali	Via Rocca Dé Baldi 20/F 10127 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	34464	41990,7387
Publipoint Srl	Societa di capitali	Via Morghen 34 10100 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	38464	38786
Publispes S.R.L.	Societa di capitali	Piazza Duomo 7 15011 Acqui Terme Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	41596,52565	42397,6397
Publitorino Srl	Societa di capitali	Corso Galileo Ferraris 134 10129 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	37132	40512
Publivideo Srl	Societa di capitali	Piazza Basile 3 15100 Alessandria Alessandria -	Concessionaria di pubblicità	34626	41270,59
Publycom S.A.S. Di Mattiuz Rita	Societa di persone	Via Custoza 8 13100 Vercelli Vercelli -	Concessionaria di pubblicità	42068,61153	
Qua Pubblicità Srl	Societa di capitali	Via Mellana 4bis 12100 Cuneo Cuneo -	Concessionaria di pubblicità	38287	38330
Radio A B C Di Teruggi Mario & C. S.A.S.	Societa di persone	Via Mario Greppi 5 28100 Novara Novara -	Concessionaria di pubblicità	37678	
Radio Belvedere Di Franchino Caterina Sas	Societa di persone	Via Torino 2 12084 Mondovì Cuneo -	Concessionaria di pubblicità, Produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi, Radiodiffusione sonora e/o televisiva	34499	41284,6733

Radio Vega S.A.S. Di Billella Giuseppe E C.	Societa di persone	Via Dei Volontari 1994 13 14053 Canelli Asti -	Concessionaria di pubblicità, Radiodiffusione sonora e/o televisiva	35570	
Rai Pubblicità S.P.A.	Societa di capitali	Via Giovanni Carlo Cavalli 6 10138 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	37132	
Reclame Di Bertolusso Luisella S.R.L.	Societa di capitali	Via Pylos 20 12038 Savigliano Cuneo -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	39540	
Rivetti Grafica - Società A Responsabilità Limitata	Societa di capitali	Via Lamarmora 58 10128 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	43783,5642	
Royal Design Srl	Societa di capitali	Villa Focchiardo 5 10138 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	35671	40512
S.C.S. - S.R.L. Pubblicità	Societa di capitali	Corsone Brunelleschi 7/17 10141 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Radiodiffusione sonora e/o televisiva	34415	
S.E.T. S.R.L. - Service Editoria, Eventi E Pubblicità Torinese S.R.L. - In Liquidazione	Societa di capitali	Corsone Luigi Einaudi 18 10129 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	37132	42635,4617
S.G.P. Società Gestione Periodici - S.R.L.	Societa di capitali	Via Merula 1 28100 Novara Novara -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	37132	
S.P. Servizi Pubblicitari S.R.L.	Societa di capitali	Via Q. Sella 30 13100 Vercelli Vercelli -	Concessionaria di pubblicità	37132	
Servizi Editoriali Di Cantamessa Carlo	Impresa individuale	Villaggio Ciarma 31 10040 Rubiana Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	42759,56549	45141,3529
Servizi Editoriali Di Cantamessa Giulia	Impresa individuale	Villaggio Ciarma 31 10040 Rubiana Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	40612	42762,4893
Spazio Pubblicità Srl	Societa di capitali	Via Giuseppe Regaldi 1 28100 Novara Novara -	Concessionaria di pubblicità	37132	41410,3439
Star Adv Di Spadafora Stefania	Impresa individuale	Via Gorizia 152 10137 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	40835	41549,7309
Studio Trecentodieci Snc Di Alessandro Mussini & C.	Societa di persone	Via Iv Novembre 2 10086 Rivarolo Canavese Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica, Editoria	43130,48199	
Sumedia S.R.L. In Liquidazione	Societa di capitali	Via Eugenio Montale 24 28021 Borgomanero Novara -	Concessionaria di pubblicità	41303,63363	43005,356
Tueor Servizi Srl	Societa di capitali	Corsone Enrico Tazzoli 215/13 10137 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria elettronica	40561	
Unione Industriale Torino	Impresa individuale	Via Fanti 17 10128 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	42824,60037	42830,5538
Videopiù S.R.L.	Societa di capitali	Piazza Castello 99 10123 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità	34022	43802,4252
Vivimedia S.R.L.	Societa di capitali	Via Della Repubblica 9 10036 Settimo Torinese Torino -	Concessionaria di pubblicità, Editoria	39863	42689,6887
Younicar S.R.L.	Societa di capitali	Corsone Stati Uniti 27 10128 Torino Torino -	Concessionaria di pubblicità, Fornitore del motore di ricerca online, Fornitore di servizi di intermediazione online, Operatori di call center	44924,46734	

VILLAGGIO GLOBALE

L'INDUSTRIA EDITORIALE

WATCHDOG

I giornali locali americani sono sempre stati considerati i "watchdog", cioè cani da guardia, delle istituzioni e delle regole

Centinaia di testate sopprese, giornalisti licenziati, sedi e redazioni trasformate in affari immobiliari. E ora arriva l'intelligenza artificiale al posto dei reporter

Mario Platero

È un'ecatombe: l'accelerazione con la quale sparcono i giornali locali in America è preoccupante. In 20 anni la California ha perso 524 testate, solo a Los Angeles 104. Nell'area metropolitana di New York hanno chiuso 210 testate. In Texas ben 29 contee non hanno neppure un giornale, un record in America, e secondo il *New York Times* le chiusure complessive in poco meno di vent'anni sono state 2.900. Secondo uno studio della Northwestern University, dal 2005 l'America ha perso i due terzi della forza lavoro giornalistica, con una media di 2,5 giornali a settimana che sparisco dalla circolazione.

Preoccupante, anzi devastante. Ma questo è niente se ai numeri aggiungiamo un altro trend che si va affermando a partire da quest'anno in molte catene di giornali che gestiscono edizioni locali: l'utilizzo dell'intelligenza artificiale per scrivere, impaginare, stampare o disseminare anche su Internet le notizie. In apparenza la testata sopravvive, ma è svuotata interamente dei giornalisti. Testate fantasma, impostate da un pilota automatico: ricevono il materiale da banche dati centrali, e grazie ad algoritmi *custom made*, adattano e riscrivono i testi con i loro programmi, elaborano e poi pubblicano senza alcun aiuto umano.

Una rivoluzione per tutti ovviamente. Ma per l'America in particolare, che ha sempre contato su mobilitazione e sostegno delle comunità attorno a giornali locali anche in concorrenza fra loro. Anche perché gli americani non si fidano necessariamente dei procuratori o dei funzionari locali preposti ai controlli: sono eletti, e soprattutto su base molto locale sono spesso corrotti dalla politica. Ecco che il cane da guardia, il "watchdog", restava il giornale con i suoi giornalisti. Non solo: questi piccoli o piccolissimi giornali erano il training camp per giovani reporteri consigliati da sempre di farsi le ossa nelle piccole testate dove potevano seguire un po' tutto. Infine le testate locali avevano un ruolo di prima linea nella raccolta delle notizie: sempre Northwestern ha calcolato che l'85% delle notizie che arrivavano alla stampa nazionale partivano da testate locali.

C'è dunque in corso una vera e propria rivoluzione culturale indotta dall'intelligenza artificiale che trasforma in modo radicale il modo di

2900

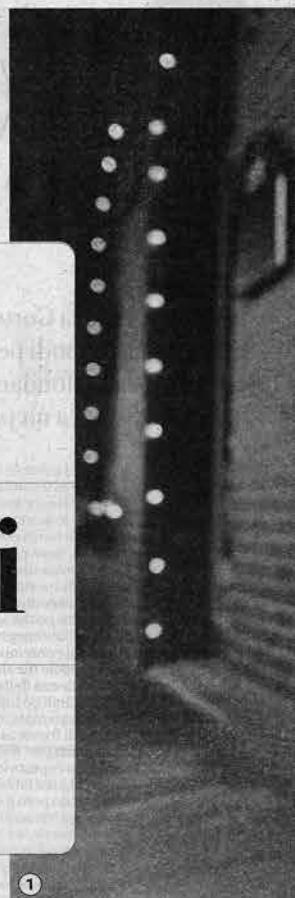
LE CHIUSURE
Secondo il *New York Times* le chiusure complessive in poco meno di vent'anni sono state 2.900

L'OPINIONE
Testate fantasma, impostate da un pilota automatico: ricevono il materiale da banche dati e grazie agli algoritmi adattano, riscrivono e pubblicano i testi

Parte dagli Stati Uniti la rivoluzione che sta cambiando il volto della stampa e dell'industria editoriale

LA STORIA

La strage dei giornali locali Usa



1

fare giornalismo, il ruolo del giornale per la comunità, quello per la formazione e per la creazione stessa dei flussi di notizie che partono da mille rivoi per arrivare alle arterie nazionali.

Prendiamo l'*Henderson Gleaner*, pubblicato a Henderson, cittadina del Kentucky di 30 mila anime: esce tutti i giorni tranne il lunedì, come è sempre stato dal 1883, quando fu fondato da Clarence Christian Givens. Per i successivi 140 anni è rimasta leader locale anche quando le testate in concorrenza fra loro in paese erano addirittura 12. Alla fine è rimasto il *Gleaner*. Fino a un anno fa aveva una redazione di una ventina di giornalisti che seguivano come sempre la cronaca locale, erano in contatto con la polizia, andavano in tribunale, investigavano "soffiate" e tenevano il fiato sul collo di politici e funzionari locali e tenevano insieme la comunità. Dopo alcuni passaggi il giornale è finito a Gannett, editore di *USA Today*, che controlla la più grande catena di giornali in America: 261 quotidiani e 302 settimanali, nel 2019, con una forza lavoro di circa 25 mila dipendenti. Oggi, quattro anni dopo, sono rimasti circa 217 quotidiani e 175 settimanali. La forza lavoro è caduta a 11 mila dipendenti. Sono state chiuse 171 testate.

Lo stesso vale per Alden Group, un hedge fund che ha messo insieme la seconda più importante catena americana, con circa 200 quotidiani, e fra questi molti di grande



MIKE REED
È presidente
e Ceo di
Gannett

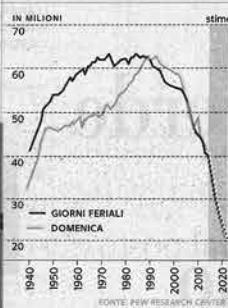


HEATH
FREEMAN
Managing
director di
Alden Group



2/3

Dal 2005 l'America ha perso 1/3 della forza lavoro giornalistica

IL DECLINO VENDITE DEI GIORNALI USA


M. LARHER/GETTY

prestigio, come il *Chicago Tribune*, il *Denver Post*, il *Mercury News*, il *Boston Herald*, tutti giornali di una certa rilevanza statale se non nazionale e ancora densamente popolati da redazioni attive. Ma la strategia di Alden Group è stata leggermente diversa da quella di Gannett. Ha cercato di acquistare importanti testate che un tempo, come il *Chicago Tribune*, restavano nazionali. Ha mantenuto le redazioni, ma le ha ridimensionate applicando regole statistiche inflessibili: se due testate con vendite e comunità simili avevano produttività diverse, ad esempio una produceva più notizie con un minor numero di giornalisti, l'altra era obbligata a fare lo stesso. Si rideveva il numero di giornalisti al livello dell'altra e il direttore doveva occuparsi di ottenere l'aumento di produttività.

Non solo. La strategia di Alden era sfruttare i valori immobiliari delle sedi delle testate, spesso nei centri storici: spostava la sede in periferia e ristrutturava gli immobili originali. Ma un'altra inchiesta del *Wall Street Journal* ci dice che oggi anche Alden, una delle aziende più riservate d'America, sta facendo in molte testate locali applicazioni di intelligenza artificiale: «Risulta - ha scritto il quotidiano - che decine di testate locali siano state svuotate dei giornalisti e siano confezionate soltanto da algoritmi». In alcuni casi freelance locali producono storie locali, ma non sono dipendenti del giornale e

I NUMERI
LA TESTATE CHE NON CISONO PIÙ
210

I giornali chiusi nell'area di New York

524

La California ha perso 524 testate in 20 anni

29

In Texas 29 contee sono rimaste senza giornali

in genere sono più storie di costume che investigative.

Possibile che andando avanti su questi ritmi tutto sparirà nel nulla? Non necessariamente. L'aspetto schumpeteriano è sempre attivo in America. Nuove testate digitali nascono sotto forma di start-up. Molte attività news si ripropongono sotto forma di non profit. La più celebre è ProPublica, su base nazionale. Ma una start up digitale lanciata appena sei anni fa, Axios, fondata dai creatori di Politico.com, ha avuto uno straordinario successo nazionale e ha già cominciato a produrre edizioni digitali locali seguendo il suo modello di "controlled circulation". È stato il successo mediatico più importante degli ultimi decenni: dopo appena cinque anni è stata venduta alla Cox Media di Atlanta per 550 milioni di dollari. E dà lavoro a 500 giornalisti.

E a Henderson, Kentucky, che succede? In alternativa al *Gleaner* è spuntato Vince Tweddell, professore di giornalismo, con una nuova testata chiamata *Hendersonian*, scritta soprattutto da lui. Per ora le cinquemila copie al mese e il sito sono gratis e funziona con la pubblicità. Lo stesso è successo a Houston, El Paso e in New Mexico e in altre parti d'America. Cambieranno pelle, ma da che mondo è mondo i reporter esistono e non saranno spazzati via. Neppure dalle minacciose incursioni dell'intelligenza artificiale.

COPPIEDONE IN RIVISTA

QUALCHE UTILE RIFLESSIONE

Le opinioni

Al giornalismo manca la terra di mezzo

Ezra Klein



Mi dispiace che l'editore Condé Nast abbia trasferito la rivista musicale online Pitchfork all'interno del sito del mensile maschile Gq. Non farò l'ennesimo elogio funebre del sito. Ma ancora oggi, se guardate la schermata iniziale del mio telefono, tra l'app del New York Times e quella di Note, c'è la pagina delle recensioni di Pitchfork. È uno dei pochi angoli di internet che amo, anche se spesso non sono d'accordo con quello che scrivono. Ma il disaccordo è parte del piacere! Gli articoli sono buoni, i recensori encyclopedici, i punti di vista stimolanti.

La rivista Sports Illustrated ha appena licenziato la maggior parte dei suoi dipendenti. BuzzFeed News non esiste più. L'Huffington Post si è ridimensionato. Vice è tenuto in vita artificialmente. Il vecchio sito di gossip Gawker è scomparso e così anche il nuovo Gawker. Il blog politico FiveThirtyEight, fondato da Nate Silver, è stato venduto alla Abc News e poi ha subito una riduzione del personale. Vox Media, che un tempo era casa mia, negli ultimi anni ha tagliato il personale.

Non soffre solo il giornalismo digitale. Nei primi anni della pandemia sono falliti più di 350 giornali cartacei. È lo stesso ritmo con cui fallivano prima della pandemia: due chiusure alla settimana. I tre maggiori quotidiani dell'Alabama hanno smesso di andare in stampa. Giornali storici come il Los Angeles Times, il Baltimore Sun e il Dallas Morning News sono diventati l'ombra di se stessi. Non sta fallendo una particolare strategia editoriale. A crollare, nel giornalismo, è proprio tutto quello che sta nel mezzo.

Ai vertici, invece, ci sono ancora delle opportunità. Prendiamo il New York Times. Sta affrontando molte difficoltà: i ricavi degli abbonamenti alla versione cartacea sono in calo come altrove, ma l'accesso a un pubblico globale ha aperto nuovi orizzonti. Il Times può essere competitivo in California come a New York, e anche al livello internazionale. Ma nel mercato globale chi vince tende a prendere sempre di più. La maggior parte delle persone si abbona, a dir tanto, a un solo mezzo d'informazione, perciò sceglierà quello che offre il valore più alto. Più saranno numerosi gli abbonamenti a un leader del mercato, più soldi avrà questo per attirare i collaboratori migliori e ampliare l'offerta. Più prodotti offre (cucina, giochi, recensioni, sport locali), più l'offerta è

È questo il punto in cui si trova chi fa informazione: si può prosperare se si è molto piccoli o molto grandi, ma è difficile sopravvivere nello spazio tra questi due estremi

vantaggiosa, capace di rendere il pacchetto ancora più interessante.

D'altro canto, per i giornalisti indipendenti mantenersi è più facile che mai. Sono entrato nel mondo del giornalismo come blogger. All'epoca per farsi pagare bisognava trasferire il proprio blog su una testata affermata. Ora i blog sono diventati newsletter e le newsletter hanno degli abbonati. L'innovazione principale della piattaforma Substack è stata quella di rendersi conto che per un abbonamento alla newsletter di un singolo autore si può chiedere molto più di quanto molti di noi immaginavano. Non mi sarebbe mai venuto in mente di vendere abbonamenti al mio blog a 80 dollari all'anno. Vendendoli a questa cifra, è possibile guadagnarsi da vivere con cinquemila abbonati. Un piccolo pubblico, se è disposto a pagare, genera un ottimo flusso di entrate. Questo flusso di entrate, però, non basta a finanziare il lavoro di più giornalisti, redattori, copy editor, photo editor e così via. C'è un motivo se su Substack prosperano le opinioni e non il giornalismo investigativo. Alcune pubblicazioni, come Politico, hanno costruito delle redazioni a partire dalle newsletter, ma per farle funzionare serve un pubblico ricco.

È questo il punto in cui si trovano i mezzi d'informazione: si può prosperare se si è molto piccoli o molto grandi, ma è difficile sopravvivere nello spazio tra questi due estremi. È un disastro per il giornalismo e per i lettori. Quello che sta in mezzo può essere più specializzato e sperimentale rispetto alle pubblicazioni di massa, e può essere più ambizioso rispetto a quelle di nicchia. È nel mezzo che si formano i grandi giornalisti. È nel mezzo che si trova il giornalismo locale, ed è nel mezzo che la cultura si fa e non si rincorre.

Qualche settimana fa ho ospitato nel mio podcast Kyle Chayka, autore del libro *Filterworld* (Roi edizioni 2024). La conversazione ruotava intorno a quello che si è perso con il passaggio da un'internet costruita sul concetto di cura e selezione dei contenuti a un'internet costruita sulle raccomandazioni degli algoritmi. Il valore della cura dei contenuti, ha spiegato Chayka, "non consiste solo nel dirvi cosa consumare. Significa offrire una visione di come funzionano le cose. È un lavoro enorme che richiede tempo per presentare idee, canzoni o qualsiasi altra cosa nel contesto che merita. E nell'internet di oggi è andato perso". Pitchfork faceva proprio questo, e ora non c'è più. Ci mancherà. E temo che non sarà sostituito. ♦ *gim*

EZRA KLEIN
è un giornalista statunitense. È stato tra i fondatori di Vox. È un editorialista del New York Times, dove è uscito questo articolo, e conduce il podcast *The Ezra Klein show*.

Saggi Giorgio Zanchini indaga per Carocci il passaggio «dalla carta stampata alla frammentazione digitale»

Tra industria culturale e social il terzo incomodo sono i valori

di Aldo Grasso

La forma giornalismo, i percorsi della notizia stanno conoscendo una sorta di destrutturazione. Nel mondo digitale l'industria editoriale non ha più un vero controllo dei suoi contenuti e quindi del suo futuro, perché dipende sempre di più dagli aggregatori di notizie e dai social network... Un numero crescente di utenti si imbatte nelle notizie in modo non intenzionale, fenomeno che si verifica in particolare grazie a Facebook, YouTube, Instagram, TikTok». Nel suo nuovo libro *La cultura nei media. Dalla carta stampata alla frammentazione digitale* (Carocci), Giorgio Zanchini affronta uno dei temi centrali del giornalismo culturale, che fino a non molto tempo fa s'identificava nella famosa «terza pagina» e che oggi vive un periodo di radicale polverizzazione (uno vale uno anche in sede critica).

Da un lato, le nuove tecnologie hanno stravolto l'informazione, il mondo dell'editoria e la comunicazione culturale in genere; dall'altro, la dispersione dei luoghi in cui si parla di cultura fa sì che sia molto più difficile identificare gerarchie critiche, autorevolezza di giudizio, validazione di un parere: il mondo delle terze pagine, della cultura alta e vigilata, è diventato un universo dai confini sfumati, composto com'è da miriadi di siti, blog, riviste online, influencer booktoker. L'ottimo libro di Zanchini racconta la lunga evoluzione di questo settore, dalle gazzette letterarie di fine Seicento alla frammentazione contemporanea, e offre un'accurata e aggiornata fotografia di quello che accade oggi su giornali e riviste, in tv e radio, sui social e sulle piattaforme.

Agenda



● *La cultura nei media. Dalla carta stampata alla frammentazione digitale* di Giorgio Zanchini è edito da Carocci (pp. 212, € 17)

● Giorgio Zanchini (Roma, 1967; qui sopra) è giornalista, saggista e conduttore radiofonico e televisivo

● Sabato 10 febbraio Zanchini tiene, a partire dal libro, la lezione *Tra algoritmi, post verità e polarizzazione: l'informazione in bilico alla Fondazione E. di Mirafiore (Villaggio Narrante in Fontanafredda; Serralunga d'Alba, Cuneo; ore 18.30)*

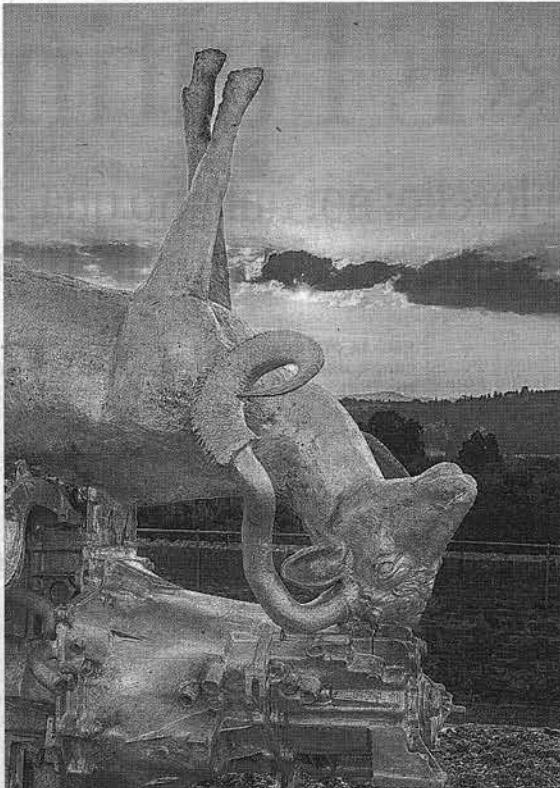
Per molto tempo, il libro e il giornale sono stati gli unici architravi su cui si appoggiava la trasmissione della conoscenza. Oggi si stà indebolendo sensibilmente il ruolo di chi seleziona, certifica, mette ordine all'accesso del sapere, quell'articolata e complessa attività che critici, editori, giornalisti hanno esercitato per generazioni. Lasciando perdere le origini della terza pagina, dove spesso vigeva la tradizione della pubblicazione «a puntate» dei romanzi d'appendice di autori come Alfredo Panzini, Luigi Pirandello, Giovanni Verga, Gabriele d'Annunzio, Grazia Dele-

da, Emilio Cecchi, Bruno Barilli, Giovanni Papini, il cambiamento della «terza pagina» così come la conosciamo ancora oggi avviene intorno alla metà degli anni Sessanta, con il «Giorno» diretto da Italo Pietra. Le pagine culturali oscillano tra un approccio più popolare e l'ingresso in scena di letterati (Alberto Arbasino, Pietro Citati, Luciano Bianciardi, Mario Soldati, tanto per fare alcuni nomi) difficilmente classificabili e fuori dagli schemi convenzionali. Poi tocca a «la Repubblica» di Eugenio Scalfari che nel paginone centrale vuole una cultura battagliera

e insieme nobile, tale da privilegiare ogni giorno il dibattito delle idee. Infine Paolo Mieli con il «Corriere della Sera»: «Ai suoi redattori Mieli chiede vis polemica, è lui stesso a dichiarare che il modo moderno di affrontare la cultura è per conflitti: "Credo che ogni giornalista debba avere la capacità di oscillare in continuazione dall'alto verso il basso e viceversa". Negli anni successivi Mieli tornerà più volte su queste innovazioni, spiegando come uno dei suoi obiettivi fosse quello di riuscire a offrire un prodotto in grado di rispondere alla sfida della tv».

Già, la televisione. Si parla anche della cultura in tv, che spesso si è manifestata come qualcosa di episodico, di occasionale, di inaspettato e, quando appare sullo schermo, ha inevitabilmente le forme dell'apparenza, di un timido sussulto. Ed è perciò sempre più raro trovarla nelle trasmissioni cosiddette culturali. La cultura non è una materia circoscritta (libri, mostre, eventi, divulgazione, il ricordo del maestro Manzini...), un genere simile alla cronaca o allo sport. La cultura è un carattere delle cose, non una posa, non lo stato d'animo di chi si riempie la bocca con la parola «cultura».

Considerata l'importanza e la pervasività dei mezzi di comunicazione nella società contemporanea, e il fatto che i media non sono solo semplici protesi, ma piuttosto ambienti in cui siamo immersi, il mutamento in corso è totale. I nuovi mezzi urtano contro i canoni della tradizionale esperienza culturale e costringono la nostra mente a esercizi di adeguamento: se vogliamo dominarli e non esserne dominati, se non vogliamo perdere un patrimonio valoriale su cui si fonda ancora la nostra civiltà.



Nico Vassellari (1976), Horse Power (Montone), (2023, alluminio, aquapanel, alluminio e terra), foto di Ela Bialkowska/Okno Studio, courtesy Studio Nico Vassellari e Museo Novecento (dalla mostra Melma, Firenze, 2023)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

