

Il «Quarto potere»?

In Usa roba da museo

LA TOP TEN NEGLI USA

| Testata | Copie medie giornaliere | Editore |
|------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1 USA Today | 2.524.965 | Gannett Company |
| 2 Wall Street Journal | 2.068.439 | News Corporation |
| 3 New York Times | 1.627.062 | New York Times Company |
| 4 Los Angeles Times | 1.173.096 | Tribune Company |
| 5 Chicago Tribune | 940.620 | Tribune Company |
| 6 Washington Post | 929.921 | Washington Post Company |
| 7 New York Daily News | 775.543 | New York Daily News |
| 8 New York Post | 741.099 | News Corporation |
| 9 Denver Post | 704.168 | MediaNews Group |
| 10 Dallas Morning News | 702.135 | Belo Corporation |

FONTE: BurrellesLuce 2007

MENTRE a Washington riapre il museo dell'informazione dopo 6 anni di restauri, attorno ai grandi quotidiani si è aperto il giro di walzer dei proprietari. Il Wall Street Journal è passato a Murdoch, che punta anche al tabloid Newsday. Il New York Times intanto si prepara a decine di licenziamenti

■ di **Roberto Rezzo**

Freedom of the press. Ventitremila metri quadrati di esposizione suddivisi in quattordici gallerie tematiche. Un archivio di 30mila giornali che copre secoli di storia e tutti i premi Pulitzer. Un investimento di 450 milioni di dollari. Queste le cifre del Newseum, il museo dell'informazione che ha appena riaperto i battenti a Washington dopo grandiosi lavori di ammodernamento durati sei anni. «È certamente ironico che all'inaugurazione della più spettacolare celebrazione del giornalismo americano, il mondo dei media sia rassegnato all'idea che i bei giorni siano finiti per sempre», osserva Steven Pearlstein dalle colonne del Washin-

gton Post. Dal meeting annuale tra editori e direttori di quotidiani che si è tenuto all'inizio di aprile nella capitale Usa arriva un quadro a tinte fosche. In sintesi: «Generalizzata accelerazione nel declino della circolazione e degli introiti pubblicitari». In media un altro 2% di copie perse dall'inizio dell'anno.

Non è chiaro se per effetto o a dispetto del fatto che nessuno legga più i giornali, nel settore si registra grande fermento. Al Wall Street Journal, acquistato da News Corp. insieme all'agenzia Dow Jones per 5 miliardi di dollari, rassegna le dimissioni il caporedattore centrale Marcus Brauchli. Rupert Murdoch lo ha liquidato con un lauto contratto di consulenza per il Sud Est asiatico. Non si conosce ancora il nome del successore. È il primo significativo cambiamento da quando il magnate australiano ha assunto la proprietà del più importante quotidiano finanziario del mondo con l'idea di rubare lettori al New York Times. La formula promette più contenuti d'interesse

generale e integrazione totale con le altre piattaforme del gruppo: Internet e televisione.

Intanto News Corp. ha gettato sul piatto un'offerta da 500 milioni di dollari per comprare Newsday, il tabloid diffuso soprattutto nei quartieri di Long Island e del Queens, che appartiene all'editore del Chicago Tribune. Se l'operazione andrà in porto, Murdoch - che già possiede il New York Post - diventerà il re assoluto dei quotidiani anche nella Grande Mela. Ha provato a sbarrargli la strada l'editore del Daily News, il primo tabloid newyorchese per diffusione. Non offre un centesimo in più agli azionisti ma promette che non ci saranno intoppi con l'antitrust. Nel caso di Murdoch - se l'affare non si sbriga prima che l'amministrazione Bush levi le tende - la faccenda potrebbe essere più complessa.

Al New York Times il silenzio della proprietà sulle voci di un'imminente ristrutturazione è diventato assordante. Le indiscrezioni parlano di un taglio di cento unità su una redazione che attualmente conta 350

giornalisti e 40 fotografi. Settanta dipendenti avrebbero concordato di abbandonare volontariamente in cambio di una buonuscita, per altri 30 penderebbe la scure del licenziamento. Si tratta di un evento epoca-

le, senza precedenti dall'uscita in edicola nel 1857. Paragonabile solo al calo delle vendite: meno 3,8% negli ultimi sei mesi dal lunedì al sabato; crollo del 9,2% per l'edizione domenicale, un gigantesco panino di supplementi in vendita a quattro dollari. Tra i ben informati c'è stato un gran parlare della possibilità che Bloomberg News fosse interessata a comprarsi la testata. Il miliardario Michael Bloomberg, proprietario e fondatore dell'omonimo gruppo, autosospesosi da ogni incarico mentre fa il sindaco della città, ha tuttavia così commentato l'idea di strappare il New York Times alla famiglia Sulzberger: «Non mi passa nemmeno per l'anticamera del cervello».

Gli analisti spiegano che l'industria della carta stampata - la cui alta profittabilità è storicamente dipesa dal fatto di operare in monopoli locali - si trova ora di fronte a una concorrenza che grazie all'impiego di nuove tecnologie riesce a distribuire sia notizie e che pubblicità a costi nettamente inferiori. La concorrenza non ha solo eroso i margini operativi, ma ha messo in discussione un modello complessivo di business.

L'assioma secondo cui il costo per raccogliere le notizie deve essere coperto dagli inserzionisti pubblicitari che non hanno altra scelta oltre a pagare il prezzo richiesto e scaricarlo a loro volta sui propri clienti. A Wall Street è opinione corrente che il settore non ha speranze di salvezza sino a quando gli editori pretenderanno di incassare utili nell'ordine del 20% sul fatturato.

Negli Stati Uniti si pubblicano 1.437 quotidiani. Quattrocento hanno una circolazione inferiore alle 25 mila copie. C'è un consenso diffuso circa il fatto che con queste dimensioni sia molto difficile operare in maniera efficiente. E fare un buon giornale. Una via d'uscita potrebbe essere quella di integrare quotidiani, radio e televisioni a livello nazionale e locale. Esistono montagne di studi che - numeri alla mano - promettono drastiche riduzioni dei costi, maggiore efficienza, penetrazione del mercato attraverso lo sfruttamento del multimediale. Gli scettici avvertono che il consolidamento non è una bacchetta magica neppure per l'editoria. L'esperienza in tutti i settori insegna che le fusioni disastrose esistono come quelle andate a buon

fine. Basti ricordare quella tra Time Warner e America Online, che ha bruciato miliardi di dollari in capitalizzazione di mercato sino a mangiare il fondo pensione dei dipendenti.

Il processo di concentrazione non riguarda solo il conto economico e le sinergie. Esiste un problema di omologazione dell'informazione che ha già avuto effetti devastanti nel comparto televisivo. Sotto le direttive degli strateghi del marketing i telegiornali dei grandi network sono diventati indistinguibili sia per i contenuti che per il cerone dei conduttori. E perdono inesorabilmente ascolti, soprattutto tra il pubblico più giovane. Non si capisce quindi perché il modello d'informazione spettacolo imposto da Fox News dovrebbe funzionare meglio sulla carta stampata che sugli schermi piatti ultramoderni.

«Si parla tanto di blog e di Internet ma a ben guardare i giornali rimangono la fonte principale di notizie e contenuti - nota l'ultimo editoriale del Grand Rapid Press, quotidiano fondato nel 1890 in Michigan - Nella maggior parte dei casi si tratta di puro e semplice saccheggio». Il punto alla fine non è se i quotidiani continueranno a essere stampati su carta.

Il rebus è se c'è interesse a mantenere in piedi un'industria che produca informazione come quella dei giornali di qualità. Sono passati appena più di trent'anni e in Pennsylvania Avenue l'inchiesta di Carl Bernstein e Bob Woodward che portò a galla lo scandalo Watergate è già un pezzo da museo.