

STAMPA SVIZZERA

Irresistibile concentrazione

Il punto della situazione su fusioni, chiusure e convergenze nel panorama mediatico elvetico

Sergio Agustoni

La crisi finanziaria e congiunturale amplifica drammaticamente il calo del mercato pubblicitario, latente da mesi. Il gigante PubliGroupe, azionista di diversi giornali, perde fatturato, quote di mercato e sprofonda nei disavanzi. I maggiori gruppi editoriali, che risentono la crisi ma registrano finora soltanto un regresso degli utili, assumono intanto in proprio la gestione delle inserzioni. Le ristrettezze finanziarie determinano l'ulteriore concentrazione a livello nazionale e il passaggio a strategie multimediali all'insegna della convergenza tra stampa, radio-tv, Internet e telefonia mobile.

Le prime vittime sono alcuni titoli della «bolla» dei quotidiani gratuiti. La scomparsa del foglio economico «cash» (Ringier) e l'imminente sacrificio di «Le Matin Bleu» (Edipresse) sono i segnali di un castello di cifre rosse in disfacimento, con l'eccezione del travolgente successo pubblicitario delle diverse edizioni regionali di «20 Minuten/20 minutes» (Tamedia), che contano 1,85 milioni di lettori.

Il gruppo zurighese Tamedia d'area liberal-progressista (editore del «Tages Anzeiger», il quotidiano più redditizio grazie alle offerte di lavoro) è soltanto in terza posizione in termini di fatturato, preceduto da Ringier e SRG-SSR; è tuttavia l'attore principale della concentrazione in atto nella Svizzera tedesca e ora anche nella Svizzera francese, con la progressiva scalata ai titoli elvetici di Edipresse.

Nonostante un tonfo in campo televisivo (la disastrosa avventura di TV 3 nel filone commerciale), l'abbandono di un ambizioso settimanale politico (Facts) e l'insuccesso della prima offensiva nell'offerta Online (assieme a Swisscom), la dinastia Girardet-Coninx-Supino ha saputo sfruttare i momenti favorevoli in borsa per realizzare un guadagno di mezzo miliardo e costruire l'unico gruppo con una forte capacità di auto-finanziamento e abbondanti mezzi propri per sostenere progetti di lunga durata. Per esempio il settimanale «Sonntagszeitung», lanciato nel 1987 in concorrenza al «Sonntagsblick», è uscito dalle cifre rosse soltanto dopo 10 anni.

In seguito è partita la campagna acquisti a caro prezzo a livello



regionale: nel 2001 Radio 24 e Tele Züri da Roger Schawinski; nel 2003 il gratuito «20 Minuten», assorbito dopo aver minacciato una concorrenza spietata e presto rivelatosi la vera gallina dalle uova d'oro in tutto il paese; nel 2005 la ripresa del conservatore «Thurgauer Zeitung» e del foglio di Winterthur «Landbote»;

infine il lancio di supplementi nelle diverse aree della metropoli zurighese per contrastare la galassia della «Neue Zürcher Zeitung».

Il salto di qualità in termini pubblicitari è compiuto nel 2007 con l'acquisto del gruppo bernese Espace Media dalla dinastia Von Graffenried. L'ammiraglia «Berliner Zeitung» ha una posizione dominante e consente economie di scala; invece la convivenza con il prestigioso e deficitario «Der Bund», che neppure la NZZ era riuscita a rilanciare, resta un nodo irrisolto. La sua sopravvivenza dipenderà dall'integrazione o subordinazione alla BZ o al TA. Infine lo sbarco in Svizzera romanda dove, grazie all'acquisto di Edipresse («Le Matin», «24 Heures», «Tribune de Genève», «Le Matin dimanche», «Le Temps» con Ringier) dalla dinastia Lamunière, Tamedia assume un ruolo quasi monopolista. L'impero Tamedia è stato però accolto con benevolenza in una Romandia spesso gelosa della sua indipendenza; si vuole credere al rispetto delle diversità romande da parte della centrale zurighese, di fronte al rischio ben peggiore del rafforzamento dei concorrenti francesi (Hersant in particolare).

I vantaggi scontati sono il consolidamento della supremazia dei gratuiti «20 Minuten» e «20 minutes» e delle piattaforme Online (comunque dei nani nei confronti

di Google). Probabile sarà una compressione dell'organico in tutti i comparti del gruppo. Anche l'insidioso gratuito «News», voluto da Tamedia per contenere il superfluo *new entry* «.ch», potrebbe avere vita breve una volta fallito il tentativo di quest'ultimo.

Ringier,
NZZ e gli editori regionali

Il maggiore gruppo editoriale elvetico Ringier è ormai prevalentemente attivo all'estero. In Svizzera l'importanza di «Blick», «Sonntagsblick» e «Schweizer Illustrierte» resta grande, ma il loro regresso è inconfutabile. Il «Blick» ha subito pesantemente la concorrenza dei gratuiti e per resistere gli è stata affiancata proprio un'edizione serale non pagante «Blick am Abend». Dopo continui *redesign* contenutistici e formali e una fase di scimmiotamento delle posizioni di sinistra e anti-*establishment*, Ringier sembra privilegiare l'abbandono del formato tabloid e un ritorno alla tradizione *boulevard*: resterà un quotidiano a pagamento.

Il rapido abbandono della versione cartacea di «cash» e il proseguimento unicamente di quella digitale esprime invece il fiato corto di una linea editoriale *by trial and error*. Lanciato negli anni Novanta, il settimanale economico «Cash» era stato una brillante e vincente innovazione, che univa la ricerca giornalistica e uno stile moderno. In seguito, gli alti e bassi borsistici l'hanno fatto scivolare nelle cifre rosse, anche se le perdite della versione a pagamento sono state pressoché identiche a quelle della miniversione gratuita.

Pure il gruppo NZZ, che tra i primi aveva diversificato nella saggistica, nei supplementi e nei formati televisivi di qualità, si limita a una strategia difensiva. I titoli «NZZ» e «NZZ am Sonntag» non generano molti utili, ma la presenza nello spazio metropolitano zurighese e le posizioni dominanti a Lucerna e San Gallo sono incontestate. Proprio il gruppo NZZ è stato però costretto per primo a smagrire gli effettivi.

Accanto ai tre grandi restano gli editori regionali indipendenti. Il polo «Basler Zeitung» ha dovuto abbandonare ogni velleità espansiva e collabora puntualmente con Tamedia. Il gruppo argoviese AZ ha invece esteso significativamente la sua area d'influenza nei cantoni dell'Altopiano. A Coira è egemone «Südostschweiz» e in Ticino emerge il polo multimediale Timedia, attorno a «Corriere del Ticino» e «Teleticino». Dovesse aggravarsi il marasma delle entrate pubblicitarie, l'attuale fragile equilibrio potrebbe tuttavia mutare.

I limiti della convergenza radio-televisiva

La strategia trimediale - radio, televisione e multimedia - è ritenuta obbligata anche dalla SRG-SSR *idées suisses*, che nel 2008 ha chiuso con un disavanzo di 79 milioni e che spera di risparmiare il 10%. Di fronte all'uso sempre più indifferenziato delle fonti d'informazione da parte dell'utenza e alla trasversalità del Web, il servizio pubblico ha però il compito di salvaguardare gli spazi del dibattito democratico e dell'offerta culturale e di rispettare gli equilibri regionali. L'accelerazione del processo di convergenza, voluta dalla direzione generale, è stata perciò frenata; in vista della

fusione nel 2010, la SRG-SSR dovrà meglio legittimare strutture e nomine in uno spirito federalista.

Nella Svizzera tedesca il mondo radiofonico è insorto contro un'eccessiva concentrazione su Zurigo e in difesa degli studi di Basilea (cultura) e Berna (informazione). Inoltre si è contestata l'eventuale designazione senza concorso di Ingrid Deltenre a direttrice del progetto o addirittura a responsabile unica; alla direttrice televisiva si rimprovera un orientamento marcatamente commerciale. Scenario analogo nella Svizzera romanda, dove il mondo politico vodese è sceso in cam-

po per preservare la centrale radiofonica di Losanna o comunque una ripartizione equa dei compiti con Ginevra. Anche la RSI, che con la sorella romancia ha agito da apripista per il modello di convergenza, conserverà per ora le sedi di Comano e Besso. Una centralizzazione spinta è peraltro esclusa, poiché la SRG-SSR non sembra in grado di finanziarla. Gli interrogativi vertono piuttosto sui nuovi modi di produrre informazione radio-televisiva. Gli specialisti dei media insistono sulle sostanziali differenze dei processi lavorativi e programmatici tra radio e televisione e temono un'erosione

della qualità. Il consigliere federale Moritz Leuenberger, ministro di tutela, è favorevole a un sistema di concorrenza pubblicistica tra radio e televisione e si oppone alla direzione unica. I sindacati, che hanno denunciato l'assenza di una progettazione partecipativa, temono un semplice esercizio di riduzione del personale e dei costi. Molte incognite dunque in una fase di difficoltà economiche, che secondo lo stesso direttore Armin Walpen potrebbero richiedere tagli dolorosi nei programmi e addirittura la cancellazione di qualche rete, segnatamente nella Svizzera italiana.

ZIG-ZAG

Ovidio Biffi

Cercando speranze

Si diceva, un tempo, che «Tutti i nodi vengono al pettine». Forse oggi, nell'era delle comunicazioni di massa, è più giusto dire «Tutti i pettini arrivano ai nodi». Il perché lo si scopre nel complesso processo di avvicinamento che tutta la classe politica ha adottato al cospetto della crisi finanziaria ed economica. Dapprima smarrimento e frenetici consultazioni, poi un G8, poi vertici settoriale collegati con le varie istituzioni (Banca mondiale, Fmi, Ocse ecc.) sino al vertice del G20 andato in scena negli scorsi giorni. Ma nessuno sa se, dopo oltre un anno, sarà l'ultima tappa.

Nella consapevolezza di non poter entrare nei dettagli, rilasciare previsioni o offrire anticipazioni, tra le tante fonti che mi suggerivano questo intervento acquisisce un posto di primo piano un saggio del professore Paolo Rossi dell'Università di Firenze. Le sue parole, meglio delle mie (e meglio anche di

tanti commenti e comunicati da decrittare), oltre a far capire l'importanza e l'andamento del G20, possono illuminare il quadro in cui sta agendo la crisi e anche per questo minaccia ogni giorno di aggravarsi e di travolgere tutto e tutti. È nel suo libro «Speranze» che Paolo Rossi offre una chiave di lettura per chi è alla ricerca di alcune ragioni in grado di preservarci da pessimismo e disperazione:

«Siamo pieni di sciamani travestiti da filosofi che ogni giorno ci dichiarano (...) che loro sanno qual è il problema fondamentale che, senza saperlo, abbiamo tutti di fronte. Sembrano paura e disperazione, riescono ad affascinare folle di giovani e di anziani e discutono tra loro, spesso con notevole acrimonia, per stabilire se è vero che «solo un Dio ci può salvare» oppure se è vero che nessuno ci salverà. (...) Ai grandi racconti dei filosofi, alle loro invincibili tendenze profetiche e smanie futurologiche c'è una sola tesi da contrapporre: (...) l'inutilità della celebre notte in cui tutte le vacche sono nere. (...) Ludwig Fleck era un medico-filosofo polacco che pubblicò, nel 1935, un libro del quale furono vendute poco più di 200 copie (...) è uno dei più bei

libri di filosofia pubblicati nel secolo scorso. Fleck vi paragonava l'impresa dello storico al tentativo di dar conto di un'animata discussione nella quale più persone parlano contemporaneamente cambiando spesso interlocutore. (Oggi) si può allargare questa metafora aggiungendo le lingue, (...) la presenza di interpreti più o meno legittimati; (e) alcuni che disputano sui contenuti (i cosiddetti epistemologi) quasi sempre in totale disaccordo fra loro, enunciano presunte regole della conversazione rispettando le quali il gruppo vivrebbe per sempre armonioso e felice».

La metafora di Fleck conferma una macroscopica devianza: la classe politica, giunta impreparata al duro colpo causato dalla crisi finanziaria, ha messo in moto la sua solita schermatura tattica, cioè ha gestito i problemi che la quotidianità arrecava, dilazionando le decisioni e i rimedi, badando a non lasciar affiorare l'ambiguità dei rapporti fra colpevoli e responsabili di regole e controlli. Questo, stando a quanto dice lo storico Niall Ferguson, evidenzia un grosso problema di fondo: gli Stati sono prigionieri di teorie economiche defunte, invece di cambiare metodo e programmi continuano

a fare solo quel che hanno sempre fatto, evitando sistematicamente di cercare soluzioni alternative. Non a caso l'unico elemento nuovo, al G20 era il fermo richiamo della Cina agli Stati Uniti e al dollaro: «cerchiamo un fulcro nuovo attorno al quale avvitare tutta l'economia globale», dice Pechino, ma è probabile che sventoli il progetto solo per ottenere ulteriori garanzie sulla montagna di buoni del tesoro Usa che, in caso contrario, potrebbe presentare all'incasso a medio termine.

La mossa cinese mi ricorda un'altra bella metafora usata da un economista italiano (Paolo Savona) per descrivere la situazione attuale di affannosa e poco convinta ricerca di soluzioni: «Le autorità di governo e di controllo hanno le maggiori responsabilità, ma la pubblica opinione chiede con insistenza alle volpi di interessarsi del loro pollaio. E le volpi sono felicissime, anche se preoccupate perché di polli rimasti sani ne vedono pochi in giro». È una radiografia perfetta che le centinaia di esperti del G20, anche dopo il vertice, cercheranno di confutare perché spiega fallimenti, ritardi e tergiversazioni nell'imporre nuove regole e nel ripristinare l'anello rotto della catena: quello della fiducia.