

# L'indipendenza dei media di fronte al pacchetto di aiuti

**DOMENICA DEL CORRIERE** / Acceso dibattito su TeleTicino in vista della votazione popolare del 13 febbraio  
Marchesi: «I sussidi non risolvono il problema di fondo» - Farinelli: «La varietà è una ricchezza per la Svizzera»

Testate che chiudono, calo degli introiti pubblicitari, perdita di abbonati: il panorama mediatico svizzero è in mezzo a una tempesta. Per cercare di limitare i danni, Governo e Parlamento hanno deciso di varare un pacchetto di sostegno per i prossimi 7 anni. Aiuti che dovranno passare dalle urne il 13 febbraio, ma la votazione popolare si annuncia molto combattuta. I sondaggi, infatti, sottolineano un grandissimo equilibrio. Questo lo spinoso tema affrontato da Gianni Righinetti a «La domenica del Corriere», in onda ieri sera su TeleTicino. Gli ospiti del vice direttore del Corriere del Ticino - Filippo Lombardi (vicepresidente della Società editrice del Corriere del Ticino) Piero Marchesi (consigliere nazionale UDC), Alex Farinelli (consigliere nazionale PLR), Alessandro Colombi (CEO Gruppo Corriere del Ticino) e Lorenzo Quadri (consigliere nazionale Lega) - hanno dato vita a un acceso dibattito.

«Pluralità dell'informazione e indipendenza giornalistica sono due elementi importanti», ha sottolineato Marchesi. «Eppure, ci si dimentica di un altro punto: come vogliono informarsi, oggi, gli utenti? La risposta è chiara: sempre più, online». Secondo l'esponente dell'UDC, la carta stampata ha perso attrattività, e gli aiuti dello Stato bloccherebbero l'innovazione dei media e andrebbero a quegli editori che non necessitano di sussidi, perché già sani dal punto di vista finanziario. «Le misure durano 7 anni, sono quindi un aiuto transitorio che darebbe modo alla stampa di superare un periodo di crisi», risponde invece Lombardi. «Il passaggio alla digitalizzazione è stato fa-

ticoso. Da inizio millennio la pubblicità sui media è calata del 70%, ma non vuol dire che ci sono il 70% di lettori in meno. E quella grande fetta di pubblicità non è scomparsa, è andata a Google, Facebook e via discorrendo. La metà della massa pubblicitaria svizzera annua va negli Stati Uniti». In 7 anni, secondo Lombardi, parallelamente agli aiuti, bisognerà fare delle riforme: studiare una Legge che imponga ai giganti dell'online di pagare qualcosa agli editori; sviluppare meglio l'acquisizione

pubblicitaria digitale; instaurare un cambio di mentalità nel pubblico, che deve essere disposto a pagare per avere un'informazione di qualità.

## Pluralità fa rima con qualità

Righinetti, in seguito, ha chiesto conto a Quadri - direttore de «Il Mattino della domenica», settimanale gratuito e che quindi non beneficerebbe del pacchetto di aiuti - se la sua opposizione è dettata proprio da questo motivo. «La mia non è un'opposizione "pro-saccoccia", spiega il leghista. «Certo che se tutti fossero stati coinvolti, il peso del pacchetto avrebbe avuto un impatto maggiore. Tuttavia non credo a un pacchetto transitorio: come tutti i sussidi, sono destinati a rimanere. Si vuole finanziare i media con circa 150 milioni all'anno, e questo avrà conseguenze sull'indipendenza delle testate». «È giusto che lo Stato aiuti aziende private?»,

ha quindi chiesto Righinetti a Farinelli. «A me interessa che i media funzionino bene. Avere media sani è un elemento fondamentale per il funzionamento di una democrazia. Tanto più in una democrazia

diretta, dove la popolazione è regolarmente chiamata al voto e quindi a doversi fare un'opinione su diversi temi». Un panorama mediatico arido, secondo il consigliere nazionale del PLR, è un rischio. «E il grosso del pacchetto non andrà nelle tasche dei grandi gruppi, bensì ai piccoli. La legge dice che gli aiuti non sono uguali per tutti, ma sono inversamente proporzionali alla grandezza del gruppo. Inoltre, maggiore è la varietà del panorama mediatico, migliore è il servizio alla popolazione nell'offrire un'informazione critica e oggettiva nei confronti dell'autorità». Cosa fare, allora, durante i 7 anni di aiuti? «I barbari sono entrati dalla porta», spiega metaforicamente Colombi. «E i barbari sono i colossi stranieri dell'online. L'Australia ha trovato il sistema per indennizzare i media locali. Questi 7 anni devono anche servire per trovare altre regole di ingaggio». La Posta, ha ricordato Colombi, ha sottratto anche incarti pubblicitari un tempo inseriti nei quoti-

diani. «In 7 anni abbiamo perso il 75% di introiti pubblicitari da allegati». Senza aiuti, il rischio è che i grandi fagocitino i piccoli. «Di fatto è già così», ribadisce Marchesi. «Grossi gruppi hanno acquistato testate regionali riorganizzando le redazioni. Si è persa la territorialità. Ripeto: gli aiuti non risolvono il problema di fondo, e la legge non prevede vincoli agli editori». «Ma gli editori ne sono coscienti, dovranno fare un salto di qualità», ha risposto Lombardi. Per Quadri, invece, «la libertà di stampa non prevede intrusioni dallo Stato. I finanziamenti creano dipendenza, è stampa di regime». Di parere opposto Fari-

nelli, il quale ha sottolineato che i media sono critici nei confronti del Governo. «Gli aiuti, poi, andranno a salvare 130 piccoli editori che non fanno parte dei grandi gruppi. In un Paese federalista, che parla quattro lingue, salvaguardare le peculiarità regionali è fondamentale».

## L'eterno dilemma

Sul delicato tema dell'indipendenza, Righinetti ha portato l'esempio della pubblicità: introiti che non minano questo pilastro dell'informazione. «Un tema al quale siamo confrontati quotidianamente», ri-

corda Colombi. «Ma non ho mai percepito alcuna ingerenza nel nostro Gruppo. La nostra linea è sempre stata indipendente». «Il tema va posto», ha replicato Marchesi, portando a supporto il recente caso del CEO di Ringier. «I soldi, i finanziamenti, condizionano l'attività dei media».

## Il Governo si è schierato

Righinetti ha in seguito citato il sostegno al pacchetto da parte del Governo ticinese, anche da esponenti leghisti. «Le indicazioni di voto della Lega sono diverse, e comunque il Consiglio di Stato non avrebbe dovuto prendere posizione su questo tema. Evidenza ancora di più il rapporto di mutuo soccorso fra politica e media», si è difeso Quadri. «Tornando sulla questione dell'indipendenza, vale il principio che chi paga comanda. La stessa "NZZ" è contraria ai sussidi ai media». «Il Consiglio di Stato si è reso conto che il Ticino, essendo una minoranza, non è un mercato pubblicitario particolarmente interessante per i grossi inserzionisti», è stata la replica di Farinelli. «E se voglia-

mo mantenere varietà medica sul nostro territorio, servono questi aiuti. Aiuti in gran parte non diretti, ma sono riduzioni di tariffe postali». **G.C.**

**I sondaggi**

danno l'oggetto

in votazione

il 13 febbraio

in grande equilibrio