

I dati presentati da Agcom e Corecom Lombardia

Informazione locale, aperto il confronto

I media regionali fatturano 4,5 miliardi di euro. Oltre 12mila i dipendenti

I numeri

L'offerta informativa regionale conta 589 imprese con sede in Lombardia per un totale di 12.742 dipendenti, di cui quasi 4mila giornalisti. Le tv locali fatturano complessivamente 3,04 miliardi di euro, le radio 175,5 milioni e i quotidiani 777 milioni di euro

In Lombardia la domanda di informazione locale è molto forte e coinvolge direttamente l'86% dei cittadini lombardi. L'offerta informativa regionale conta 589 imprese del sistema con sede in Lombardia per un totale di 12.742 dipendenti, di cui quasi 4mila giornalisti. Le tv locali fatturano complessivamente 3,04 miliardi di euro, le radio 175,5 milioni, i quotidiani 777 milioni circa, mentre i ricavi dell'informazione locale online ammontano a 573,9 milioni di euro. Il totale del fatturato dei media regionali è quindi intorno ai 4,5 miliardi di euro: la parte più significativa arriva dalla vendita dei contenuti (2,89 miliardi), il resto da pubblicità (1,33 miliardi) e altri ricavi (0,34 miliardi).

Sono le principali evidenze della ricerca dell'Agcom sul sistema informativo regionale presentata ieri in occasione della prima conferenza regionale sullo stato dell'informazione locale in Lombardia, organizzata dal Corecom (Comitato Regionale per le Comunicazioni), tenutasi nella sede del Consiglio regionale - a fare gli onori di casa il presidente del consiglio regionale **Alessandro Fermi** - alla quale ha preso parte anche il Sottosegretario alla Presidenza del



Da sinistra **Alessandro Fermi**, Marianna Sala (Corecom) e il sottosegretario all'editoria Vito Crimi

Consiglio dei Ministri con delega all'editoria Vito Crimi.

«Il Consiglio regionale - ha detto Fermi - si augura una partecipazione significativa e attiva a questi tavoli di lavoro, con l'obiettivo di avere proposte concrete e sostenibili da poter inserire in un provvedimento legislativo di sostegno all'editoria locale da portare all'attenzione dell'Aula e da approvare possibilmente entro la prossima primavera».

Nelle prossime settimane, il Corecom convocherà infatti una serie di tavoli tecnici, con gli operatori dei media locali, per formulare proposte operative da mettere a disposizione della Regione e del Sottosegretario alla Presidenza del Con-

siglio dei Ministri delegato all'editoria. «Nel pieno del ciclo digitale - ha sottolineato la presidente comasca del Corecom Lombardia, Marianna Sala - la rivoluzione imposta dal web ha messo in forte difficoltà il funzionamento e in molti casi addirittura la sopravvivenza dei media tradizionali. Stiamo assistendo al periodo di crisi più duro che i mezzi di comunicazione classici come radio, tv e giornali hanno attraversato dal dopoguerra ad oggi. Da qui l'esigenza avvertita dal Corecom Lombardia di affrontare il tema». Molti gli operatori del mondo delle comunicazioni presenti tra cui Franco Siddi, presidente di Confindustria Radio e Tv.