

**LA FILIERA E IL RUOLO DELLA CARTA STAMPATA
NELL'ERA DEL WEB**

Convegno dell'Ordine dei Giornalisti della Lombardia

FABRIZIO CAROTTI
DIRETTORE GENERALE FIEG

Università Statale di Milano

11 novembre 2015



La “carta stampata”: evoluzione non estinzione

Il lettore è *cambiato* e l'editoria giornalistica *cambia* con lui:

- adeguando i mezzi
- migliorando la qualità dei contenuti

Con un necessario *surplus* di immaginazione e con al centro l'innovazione

Cosa non cambia?

Non cambia la *mission* dell'editoria

**Raccogliere, produrre e distribuire una
informazione di qualità, verificata e
certificata**

La qualità paga. Ma è vero?

Audipress conferma la fedeltà dei lettori alla stampa. Di fronte all'ininterrotto flusso informativo della Rete, cresce il bisogno di informazione professionale.

*Il brand dei giornali: forte,
affidabile, riconoscibile*

LETTORI STAMPA ULTIMI 30 GIORNI



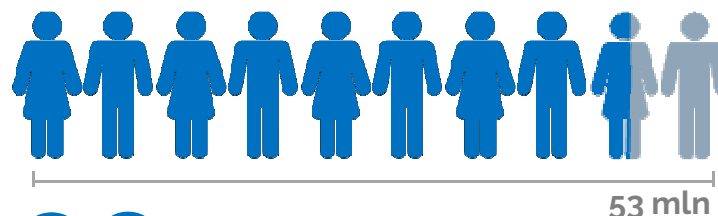
Carta e/o Replica

45,9 milioni

di italiani leggono o sfogliano un titolo stampa (su **carta o digitale replica**).

Quasi 9 adulti su 10 leggono almeno un titolo stampa su carta o digitale replica, in un **quadro di sostanziale stabilità** (-0,3% rispetto all'edizione precedente, a parità di testate considerate).

Fonte: Audipress



86,7%

della popolazione Adulta
(14 anni e oltre)



Replica

Più di **2,4 milioni** i lettori del **formato digitale**, il 4,6 % della popolazione.

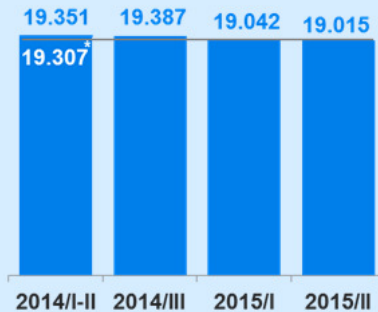


QUOTIDIANI

19,0 milioni

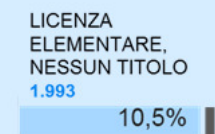
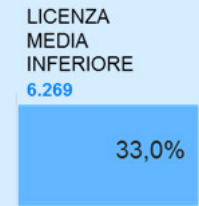
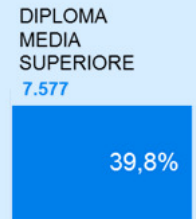
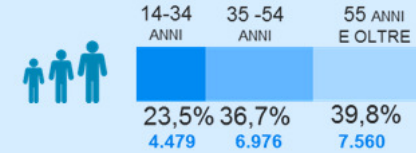
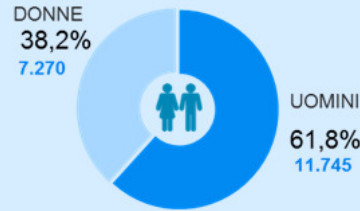
di lettori su **carta o digitale replica**
di almeno un **quotidiano in un giorno medio**

35,9%

 della popolazione Adulta
(14 anni e oltre)

* Per testate omogenee rispetto all'ultima pubblicazione

Fonte: Audipress

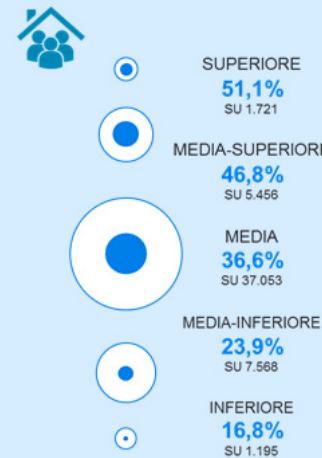


% di composizione, valori assoluti in '000

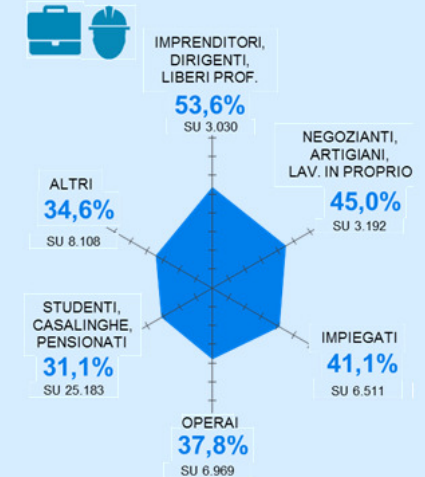


FASCE

- >45%
- 40-45%
- 35-40%
- 30-35%
- <30%



% di penetrazione, valori assoluti in '000



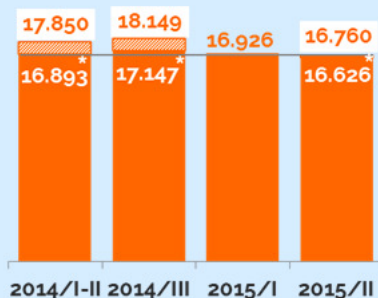


SETTIMANALI

16,8 milioni

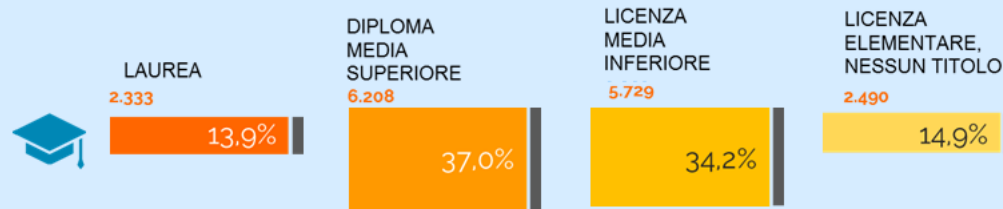
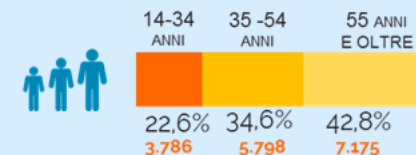
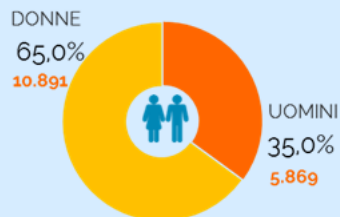
di lettori su **carta o digitale replica**
di almeno un **settimanale negli ultimi 7 giorni**

31,6%

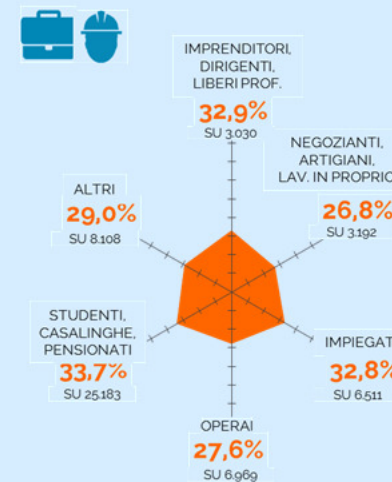
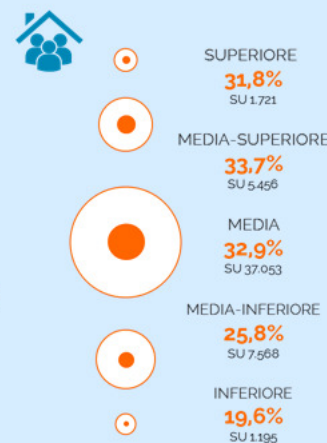
 della popolazione Adulta
(14 anni e oltre)

* Per testate omogenee rispetto all'ultima pubblicazione

Fonte: Audipress



% di composizione, valori assoluti in '000



% di penetrazione, valori assoluti in '000

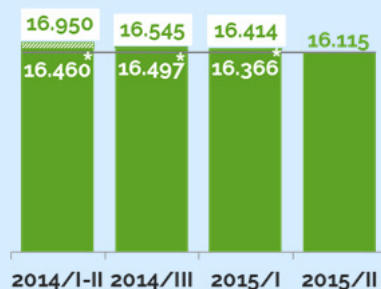


MENSILI

16,1 milioni

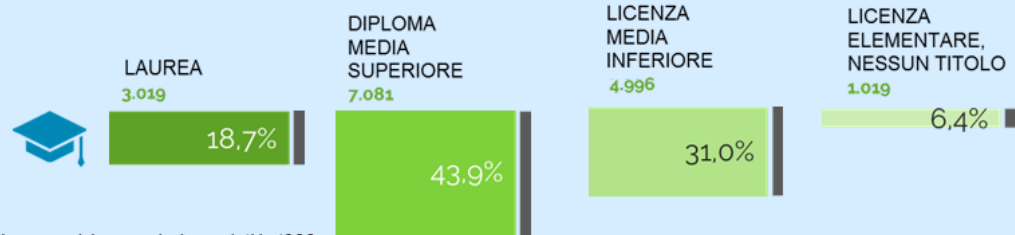
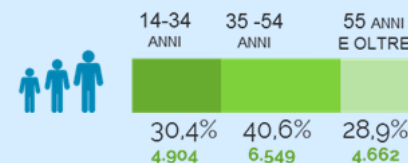
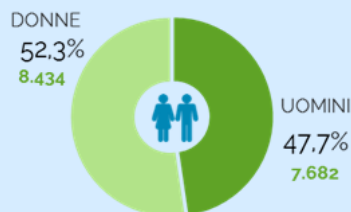
di lettori su **carta o digitale replica** di almeno un **mensile** negli ultimi 30 giorni

30,4%

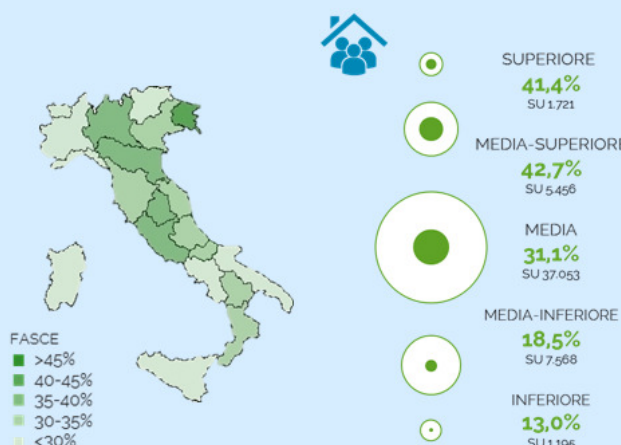
 della popolazione Adulta (14 anni e oltre)

* Per testate omogenee rispetto all'ultima pubblicazione

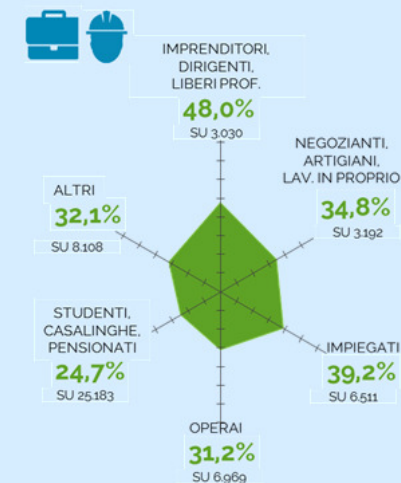
Fonte: Audipress



% di composizione, valori assoluti in '000



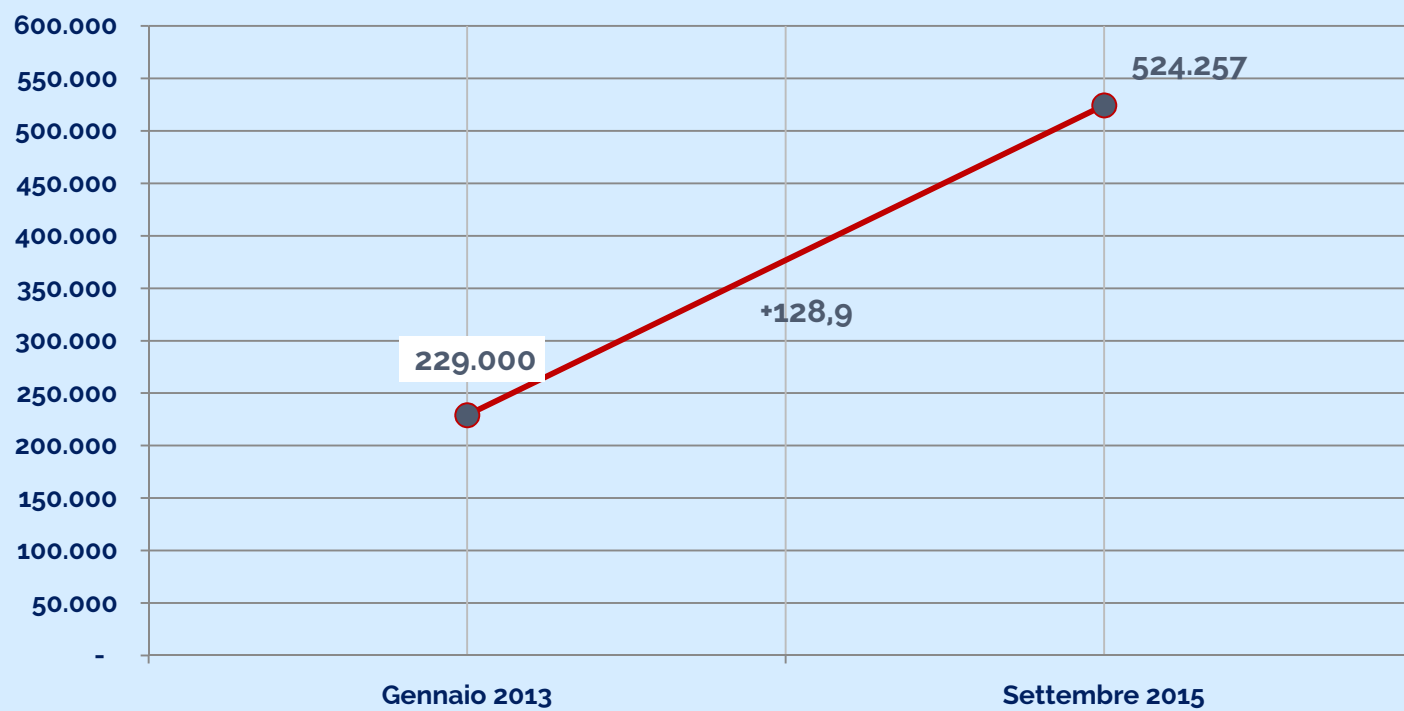
% di penetrazione, valori assoluti in '000



Lo sviluppo del digitale vede i giornali protagonisti

La lettura digitale dei giornali coinvolge il 4,6% della totalità dei lettori, con punte anche più alte in segmenti specifici della popolazione

Quotidiani - vendita copie digitali



Fonte: ADS

Innovazione, modernizzazione e sviluppo: al centro dell'azione degli editori

L'innovazione dei prodotti informativi e dei processi produttivi è essenziale per cogliere le opportunità della Rete per la diffusione e la condivisione del sapere e della conoscenza

Rimuovere gli ostacoli alla crescita: una responsabilità della politica

L'offerta di buona informazione e il pluralismo, i presidi di democrazia, necessitano di una attenta tutela del diritto d'autore e di una valorizzazione dei contenuti editoriali di qualità

Un lavoro *nuovo*? Sì, anzi no

La professione di giornalista è la stessa.

**Sono cambiate e si sono moltiplicate le
piattaforme distributive.**

**Gli editori sono impegnati nel promuovere
la formazione e l'aggiornamento continuo
delle competenze**

Fiducia vs sfiducia

Il futuro dell'editoria giornalistica passa per un presente di crisi che il settore è impegnato ad affrontare e a non subire.

Con gli opportuni investimenti e le necessarie tutele, l'intera filiera può uscire dalla crisi rafforzata. Un'editoria sana e con i bilanci in attivo è il presupposto irrinunciabile per un'informazione indipendente e autonoma, autorevole e libera