

Lettere

IL SISTEMA DEI MEDIA

«Il sistema dei media locali in Umbria. Stato dell'arte e prospettive post switch off» è il titolo della ricerca che abbiamo commissionato alla Fondazione Rosselli (Istituto di Economia dei Media) per analizzare la situazione del settore radiotelevisivo e stampa, sempre più al centro di trasformazioni importanti e con l'informazione territoriale che continua a rappresentare un fattore strategico di pubblico servizio. La prolungata crisi economica ha intaccato profondamente tutto il sistema dell'editoria tradizionale (cartacea e radiotelevisiva) e reso il futuro molto incerto per la maggior parte degli attori. Dalla ricerca sull'Umbria emerge che il sistema mediatico umbro, caratterizzato da un pesante calo degli investimenti pubblicitari registrato nel 2012 rispetto all'anno precedente, continua a non arrestarsi anche nel 2013. Evidenziata anche una forte frammentazione a causa dell'esistenza di identità locali

piuttosto accentuate. Il passaggio al digitale dell'emittenza televisiva nel novembre 2011, in piena crisi economica, non ha agevolato la ripresa delle dieci emittenti umbre, ma al contrario ha richiesto notevoli investimenti (in parte compensati da aiuti regionali) ed è stata caratterizzata da numerosi problemi tecnici. Il tutto è avvenuto in una fase di forte contrazione delle risorse (2,9 milioni di euro di fatturato per le quattro emittenti monitorate nel 2011), e di progressiva riduzione delle provvidenze statali. Le emittenti televisive umbre dichiarano

inoltre previsioni di fatturato «peggiorative», così come la maggioranza delle 23 testate che compongono l'emittenza radiofonica regionale. La carta

stampata tradizionale, inserita in un territorio di non semplice fruizione, in cui l'indice di lettura dei quotidiani è uno dei più bassi d'Italia (l'Umbria è 14/ma tra le regioni italiane) è oggetto di profonda ristrutturazione interna che ha portato alla contrazione di varie redazioni. Tale trasformazione viene descritta come sintomo di un radicale cambiamento nel modo di fruire delle informazioni, confermato da una grande vivacità della stampa online.

Corecom Umbria



In una ricerca commissionata dal Corecom tutti i dati del comparto: gli addetti sono 1.475

I mass media non scoppiano di salute ma le possibilità di miglioramento ci sono

► PERUGIA

La salute dei media, tradizionali e non, oggi in Umbria non appare molto buona, ma il settore vanta "un alto potenziale di crescita" e l'informazione resta "un settore strategico". Lo afferma una ricerca commissionata dal Corecom Umbria, presentata ieri mattina nella sala Alessi, in via Mazzini e che ha come titolo: "Il sistema dei media in Umbria. Stato dell'arte e prospettive post swicht-off". I Quaderni del Corecom, per questioni di risparmio, non sono cartacei quest'anno, ma possono essere letti e scaricati sul sito "www.corecom.umbria.it". Nel Roc (registro operatori comunicazione) sono iscritti 165 soggetti nel Perugino e 48 nel Ternano, con una media di 1 ogni 4.200 abitanti (la media italiana è pari a 1 ogni 3.500). Le emittenti televisive sono 10 (con 46 canali) e i loro ricavi sono in discesa. La crisi economica ha provocato un calo delle tariffe pubblicitarie e una diminuzione delle entrate. Le provvidenze dello Stato sono pari a 1 milione e 100 mila euro. I ricavi nel 2011 assommavano a 2 milioni e 900 mila euro.

Le testate radiofoniche sono 23 (16 a Perugia e 7 a Terni); solo lo Spoletino e la Valnerina ne sono privi. Questo è il settore che ha risentito meno della crisi e che più si è adattato ad Internet. Radio Subasio si è ritagliata, addirittura, una collocazione a livello nazionale. La stampa locale vive un periodo di "forte ristrutturazione interna" ed ha mostrato

vivacità nell'informazione on line. L'indice di lettura degli sporadici è pari al 48,3 (14 posto in Italia) e quello relativo ai lettori frequenti è del 32,9 (solo cinque regioni del sud stanno messe peggio).

Gli addetti ai media in Umbria sono 1.475 (tra dipendenti, free lance e pensionati), anche se gli iscritti all'Inpgi, l'Istituto di previdenza della categoria, sono 846 e al sindacato appena 205. La televisione vanta un buon numero di telespettatori. La media italiana, di 123 minuti al giorno, supera di 11' quella del Regno Unito; seguono Spagna, Francia e Germania. I video on line sono una piattaforma "affidabile e diffusa". Stanno per essere varati nuovi sistemi di rilevamento di audience "integrati" come Extendet screen (pc, smartphone, Tablet).

Negli Usa stanno prendendo corpo interazioni significative tra New media e Network locali, quali l'uso dei social network (a Salt Lake City) o la ricerca di notizie in piena collaborazione tra Cbs e NBC, per risparmiare, esperimento in corso a S. Angelo nel Texas. Nel futuro, insomma, si apriranno nuove opportunità.

Elio Clero Bertoldi



[Politica](#)[Lavoro](#)[Ambiente](#)[Diritti](#)[Economia](#)[Società](#)[Cultura](#)[Cronaca](#)[Sport](#)[Home](#)**Società**By [Redazione](#)

UmbriaLibri/ La salute dei media in Umbria fotografata dal Corecom

10/11/2013 - 12:44

**Clero Bertoldi**

PERUGIA - La salute dei media, tradizionali e non, oggi in Umbria non è molto buona, ma il settore vanta "un alto potenziale di crescita" e l'informazione resta "un settore strategico".

Lo afferma una ricerca commissionata dal Corecom Umbria, presentata ieri mattina nella sala Alessi, in via Mazzini e che ha come titolo "Il sistema dei media in Umbria. Stato dell'arte e prospettive post swicht-off". I Quaderni del Corecom, per questioni di risparmio, non sono cartacei quest'anno, ma possono essere letti e scaricati sul sito "www.corecom.umbria.it".

Nel Roc (registro operatori comunicazione) sono iscritti 165 soggetti nel Perugino e 48 nel Ternano, con una media di 1 ogni

4.200 abitanti (la media italiana è pari a 1 ogni 3.500).

Le emittenti televisive sono 10 (con 46 canali) e i loro ricavi sono in discesa. La crisi economica ha provocato un calo delle tariffe pubblicitarie e una diminuzione delle entrate. Le provvidenze dello Stato sono pari a 1 milione e 100 mila euro. I ricavi nel 2011 assommavano a 2 milioni e 900 mila euro.

Le testate radiofoniche sono 23 (16 a Perugia e 7 a Terni); solo lo Spoletino e la Valnerina ne sono privi. Questo è il settore che ha risentito meno della crisi e che più si è adattato ad Internet. Radio Subasio si è ritagliata, addirittura, una collocazione a livello nazionale.

La stampa locale vive un periodo di "forte ristrutturazione interna" ed ha mostrato vivacità nell'informazione on line. L'indice di lettura degli sporadici è pari al 48,3 (14 posto in Italia) e quello relativo ai lettori frequenti è del 32,9 (solo cinque regioni del sud stanno messe peggio).

Gli addetti ai media in Umbria sono 1.475 (tra dipendenti, free lance e pensionati), anche se gli iscritti all'Inpgi, l'istituto di previdenza della categoria, sono 846 e al sindacato appena 205.

La televisione vanta un buon numero di telespettatori. La media italiana, di 123 minuti al giorno, supera di 11' quella del Regno Unito; seguono Spagna, Francia e Germania.

I video on line sono una piattaforma "affidabile e diffusa". Stanno per essere varati nuovi sistemi di rilevamento di audience "integrati" come Extended screen (pc, smartphone, Tablet).

Negli Usa stanno prendendo corpo interazioni significative tra New media e Network locali, quali l'uso dei social network (a Salt Lake City) o la ricerca di notizie in piena collaborazione tra Cbs e NBC, per risparmiare, esperimento in corso a S.Angelo nel Texas. Nel futuro, insomma, si apriranno nuove opportunità.