

Milano capitale della multimedialità

Come valorizzare il sistema editoria

di BENITO BENEDINI*

Nei giorni scorsi Milano è finita sotto la lente del quotidiano economico e finanziario inglese Financial Times. Nel dossier si passavano in rassegna, con un occhio piuttosto severo, i punti di forza e di debolezza della nostra città. La lettura di quell'articolo e di quello successivo di domenica 26 novembre di Lanfranco Senn, intitolato «Talenti solitari», mi hanno fatto riflettere sulla scarsa capacità che Milano ha di far conoscere e valorizzare le sue caratteristiche migliori. A riguardo c'è un caso che per me è davvero emblematico: quello del sistema editoriale. Una realtà importantissima, in grande fermento, in continua evoluzione tecnologica, ma poco valorizzata e spesso dimenticata.

Parlando di editoria la mente di chiunque corre alle diverse città italiane, come Venezia e Torino, sede di fiere e premi letterari prestigiosi. Quasi nessuno pensa a Milano. E questo è un fatto grave perché Milano è la vera capitale italiana dell'editoria ed è qui che si trova la più alta concentrazione di talenti e di risorse. Le cifre emerse da uno studio commissionato recentemente da Assolombarda all'Aim nell'ambito del Premio Cenacolo editoria e innovazione parlano chiaro. A Milano, per il settore libri, 700 editori concentrano il 40% dell'offerta e altrettanta occupazione. Per i quotidiani, il 25% degli addetti è a Milano mentre per i periodici si sale addirittura al 45%.

Per la televisione, su 20 mila addetti in tutta Italia, 4.500 sono a Milano. Nella nostra città hanno sede 20 televisioni locali. Il 40% degli editori e dei distributori di Cd Rom è a Milano. Milano è già oggi la città più cablata d'Italia ed entro i prossimi due anni vi saranno complessivamente 2.500 chilometri di cavo. A Milano si trova il primo dei due nodi di interscambio esistenti in Italia e qui confluiscono le dorsali dei principali provider del Paese. Ne consegue che moltissime società fornitrici di servizi finali «devono» avere la propria base operativa a Milano e questo, a sua volta, favorisce lo sviluppo delle società di servizi intermedi. Società che sono facilitate nella crescita dalla vicinanza territoriale con la quasi totalità delle società

di venture capital e della Borsa. La maggior parte dei principali portali italiani sono a Milano, la città detiene il primato nazionale dei fornitori di accesso a Internet: poco meno del doppio di un'intera regione come l'Emilia Romagna. Infine a Milano il clima culturale è particolarmente vivace rispetto alle altre città italiane e qui c'è il grande business della pubblicità.

Questa «fotografia» scattata dai ricercatori dell'Aim ci deve far considerare il «sistema-editoria» per dimensioni, dinamiche del comparto e leadership nel panorama nazionale, come un ve-

ro e proprio «asset» per la città. Una risorsa strategica alla stregua di altri settori-chiave del nostro tessuto produttivo. Una punta d'eccellenza che abbiamo il dovere di far conoscere meglio.

Con il Premio Cenacolo che si è concluso con la consegna dei riconoscimenti ai prodotti e ai progetti più innovativi Assolombarda e le imprese editoriali ad essa associate hanno cercato di dare un primo forte segnale in questa direzione. Lo hanno fatto unendo gli sforzi e facendo sistema. Lo hanno fatto, in altre parole, facendo un ottimo gioco di squadra nell'interesse del settore, delle persone che in esso lavorano e in quello dell'intera città. A gennaio la giunta comunale organizzerà gli Stati Generali della città. Potrebbe essere questa l'occasione per offrire nuovi spunti di riflessione sul primato milanese nel comparto editoriale.

*presidente di Assolombarda



Benito Benedini

«Una grande realtà in continua evoluzione ma spesso dimenticata»

