

L'appello del compagno Longo

La voce dell'Unità si levi più alta



Si apre oggi la campagna abbonamenti all'Unità per il 1967, una campagna che, assieme alla diffusione organizzata e alla sottoscrizione, rappresenta uno dei sostegni fondamentali per il quotidiano del Partito e che, negli ultimi anni, ha fatto registrare risultati sempre più positivi. Si inizia, quindi, un periodo di forte impegno per tutte le nostre organizzazioni e per gli Amici dell'Unità, con l'obiettivo di ottenere che il già altissimo numero degli abbonamenti aumenti ancora e che altre migliaia di nuovi abbonati si aggiungano ai vecchi.

Ma l'invito che l'Unità rivolge quest'anno ai suoi lettori, ai suoi amici, ai suoi sostenitori perché sottoscrivano l'abbonamento riveste un significato del tutto particolare. L'invito viene infatti espresso in un momento di serie difficoltà per i giornali democratici, di gravi minacce alla libertà di stampa, di accresciuto potere dei monopoli, anche nel settore dei giornali, di interessata acquiescenza di sempre più numerosi quotidiani alla politica dell'attuale governo.

La campagna abbonamenti per l'Unità assume pertanto, più che nel

passato, il carattere di un'azione politica che tutto il Partito deve considerare come suo compito primario. Ogni iscritto deve sentirsi partecipe e tutte le Federazioni, le Sezioni, le Cellule, devono dare il massimo di contributo alla campagna, dirigendola, stimolandola, controllandola via via l'andamento e lo sviluppo.

Rinnovare tutti i vecchi abbonamenti, farne sottoscrivere migliaia di nuovi, possibilmente sostenitori, significa infatti dare più mezzi all'Unità, consentire cioè che la lotta per la libertà di stampa nel nostro Paese consegua, intanto, un risultato di grande valore e interesse generale: far sì che la voce dell'Unità — organo del Partito e unico grande quotidiano nazionale dell'opposizione democratica — si levi sempre più alta in difesa dei diritti dei lavoratori, per la pace e il rinnovamento democratico e socialista dell'Italia.

*Longo*

Le alleanze tra i fabbricanti dell'opinione pubblica

COME CAMBIA DI MANO LA STAMPA ITALIANA

I monopoli e la torta pubblicitaria - Rapporti fra costi e ricavi nell'industria editoriale - Il «Carlino», la «Nazione» e la Pibigas - L'«Unità» unico giornale dell'opposizione democratica

Da noi i giornali escono di solito in perdita. Nei rari casi in cui il passivo viene coperto, ciò dipende o dal contributo dei lettori degli abbonati e dei sostenitori — come succede per l'Unità — o da quello della pubblicità. Quotidiani e settimanali (abbonati, RAI-TV e cinema, si spartiscono ogni anno oltre duecento miliardi di pubblicità. Le fette più grosse di questa torta vanno al giorno il «Giornale» dei comunisti e la sorte della gran parte dei giornali italiani dipende quindi dai finanziamenti diretti dei monopoli o dalla loro pubblicità.

Dietro ogni testata c'è un re del cemento, dello zucchero o del petrolio che ha qualcosa da chiedere al governo. I bilanci dei giornali sono in conseguenza, per dirla all'americana, top secret. In Italia solo quello dell'Unità è alla portata di tutti: quadra con due miliardi di sottoscrizione che ogni anno vengono raccolti per la stampa comunista. Per gli altri le scritture di bilancio sono ermetiche. L'unico punto di riferimento è forse il bilancio del più diffuso quotidiano degli Stati Uniti, il New York Times.

L'esame di un bilancio è sempre abbastanza arido. Ma nel caso del quotidiano di New York le cifre sono illuminanti. Esso presenta un utile limitatissimo: 50 milioni di lire in ricavi netti, 402 sono dati dalla pubblicità, solo 9,8 dalla vendita. Senza pubblicità anche il più importante quotidiano statunitense dovrebbe chiudere i battenti. Da noi la situazione è analoga.

**UN ESEMPIO SIGNIFICATIVO**

Facciamo un esempio. Qualche anno fa una grande azienda dolciaria ritirò la sua pubblicità sotto Natale. Le colonne dell'Unità furono utilizzate da un gruppo concorrente. Il risultato fu che in Emilia, in certe zone della Lombardia e in Toscana, cadde la vendita dei prodotti della prima società. I dolci o i panettoni non sono prodotti di largo consumo, si dirà: siamo d'accordo, ma gli esempi si potrebbero estendere anche in altri settori.

La spinta pubblicitaria sta-

plani dei monopoli. Per la stampa borghese quel che conta non è infatti la verità, ma la credibilità dei fatti. Conta la ripetizione continua multiforme e aggiornata dello slogan sull'insostituibilità della iniziativa privata, da tempo soppiantata dai monopoli.

Anche per i fabbricanti dell'opinione pubblica si pone, come in altri settori, il problema dei costi. Per risparmiare e razionalizzare è in atto un processo di concentrazione della stampa padronale, che affida ai monopoli i grossi canali di informazione. La concorrenza che queste concentrazioni scatenano lede profondamente la libertà di stampa e mette in crisi il settore.

**UN «FAVORE A MORO»**

Corre voce che la Gazzetta del Popolo di Torino avrebbe un passivo di un miliardo. Il Gazzettino di Venezia e il Mattino di Napoli accusano gravi difficoltà. Il Mondo ha già emesso i biglietti. In questa situazione, importanti testate passano da un giorno all'altro di mano. La Confindustria concentra,



La voce del Partito comunista non può essere soffocata

L'Unità non ha padroni più o meno occulti. L'Unità vive da sempre grazie all'appoggio, al sostegno, al sacrificio dei suoi lettori. Questa prima pagina dell'Unità è del 1924. Già allora, come oggi, era la sola voce di opposizione ed ha continuato ad esserlo, nonostante i sequestri, le persecuzioni e grazie all'apporto dei suoi lettori e dei suoi abbonati, che sono i suoi sostenitori più validi.

Un emigrato in Germania  
Rischia l'espulsione ma vuole l'Unità

Da più di cinque anni vivo all'estero (Francia prima, Germania adesso) e quel che più mi pesa è di non sentirmi quest'anno informato su quello che avviene in Italia. Tutto ciò che mi riesce a trovare sono certi rotocalchi che danno della vita italiana una visione falsata. Per questo chiedo raggugliamento alle modalità per abbonarmi a te, giornale della mia gente.

Non ho mai militato nel Partito comunista italiano, anche se sono sempre stato mentalmente unito al Partito e l'ho sempre difeso contro i miei nemici di non lavoratori.

Gli anni di emigrazione (fatta per motivi personali e non per mancanza di lavoro) mi hanno messo a contatto con quei grandi lavoratori che sono gli italiani del Sud, con le miserie dei quali il nostro governo sana la nostra bilancia commerciale, mentre la sua stampa allunga il mito della loro poca voglia di lavorare, utile schermo per nascondere la incapaci-

Genova  
Un'esperienza sugli abbonamenti di solidarietà

Puntualmente si ripresenta la questione degli abbonamenti. Ma mai come oggi questo problema ha assunto le dimensioni e l'importanza che la crisi che travaglia l'editoria italiana ha posto in evidenza. Per un quotidiano quale è il nostro, è necessario non solo un maggiore impegno di tutto il partito per la piena riuscita della sottoscrizione, ma anche e soprattutto per la maggiore diffusione del giornale e per l'estensione della rete degli abbonamenti.

Forme diverse sono state attuate o sperimentate nel passato, anche recente, per acquistare abbonamenti: da un lato, attraverso un legame costante che l'abbonamento garantisce pienamente e non solo, l'abbonamento all'Unità e alla stampa periodica di partito e anche visto in funzione di una maggiore penetrazione in ambienti altrimenti difficilmente raggiungibili (locali pubblici, club, circoli, eccetera) e di un permanente colloquio con persone che per le loro particolari condizioni sarebbero altrimenti influenzate solamente dai grandi mezzi d'informazione, al servizio della maggioranza governativa e della destra economica (radio, tv, ecc.).

Queste, sommarie, le ragioni per cui la cellula della redazione dell'Unità di partito e anche visto in funzione di una maggiore penetrazione in ambienti altrimenti difficilmente raggiungibili (locali pubblici, club, circoli, eccetera) e di un permanente colloquio con persone che per le loro particolari condizioni sarebbero altrimenti influenzate solamente dai grandi mezzi d'informazione, al servizio della maggioranza governativa e della destra economica (radio, tv, ecc.).

Queste, sommarie, le ragioni per cui la cellula della redazione dell'Unità di partito e anche visto in funzione di una maggiore penetrazione in ambienti altrimenti difficilmente raggiungibili (locali pubblici, club, circoli, eccetera) e di un permanente colloquio con persone che per le loro particolari condizioni sarebbero altrimenti influenzate solamente dai grandi mezzi d'informazione, al servizio della maggioranza governativa e della destra economica (radio, tv, ecc.).

L'abbonamento è vantaggioso per il giornale e il lettore

Cosa c'è dietro l'apparente contraddizione - Il linguaggio delle cifre - Una decisione da prendere senza aspettare

Al lettore non sarà sfuggita l'apparente contraddizione che balza agli occhi quando, verso la metà di ogni anno, l'Unità lancia la campagna di abbonamenti per l'anno nuovo, in parole povere, ci chiede come sia possibile che con l'abbonamento guadagno contemporaneamente sia il lettore (il quale ottiene forti risparmi in denaro, un omaggio e altri vantaggi) sia il giornale (il quale in definitiva, realizzando un ricavo inferiore a causa degli sconti e del costo dell'omaggio e delle altre facilitazioni offerte allo abbonato).

E' presto dimostrato come non esista una contraddizione. Esaminiamo i due aspetti della questione in termini attuali, cioè nella prospettiva della campagna di abbonamenti per il 1967, con minuziosa attenzione per chi si abbona.

Nel corso del nuovo anno — salvo imprevedibili contingenze — l'Unità e gli altri quotidiani usciranno 359 giorni (1 set giorni di mancata uscita sono: Capodanno, che cade di domenica, il 27 marzo, lunedì dell'Angelo, martedì 2 maggio, mercoledì 16 agosto, lunedì 25 e martedì 26 dicembre).

Chiunque sottoscrive da oggi alla fine di novembre un nuovo abbonamento per tutto il 1967, oltre a risparmiare rispetto all'acquisto dell'Unità all'edicola, riceverà il giornale per 13 mesi (invece di 12), ad un nuovo abbonamento per un anno verrà inviata gratuitamente l'Unità per tutto il

prossimo mese di dicembre. E' avra inoltre in dono il bellissimo libro «La leggenda e le eroiche, allegre e gloriose avventure di Ulenspiegel e di Laumme Goetzack nel Paese delle Fiandre e altrove». Ma ecco, nella tabella i conti esatti.

In sostanza, chi fa l'abbonamento per tutti i giorni spenderà in 13 mesi lire 15.150 anziché lire 19.400, chi si abbona per 6 giorni spenderà lire 13.000 anziché lire 16.650, chi invece desidera abbonarsi soltanto per 5 giorni della settimana spenderà lire 10.850 anziché lire 13.900.

E veniamo ora ai vantaggi (e ai risparmi) che l'abbonamento procura all'Unità.

Innanzitutto va considerato che sulle 50 lire che il lettore versa per acquistare il giornale all'edicola, 10 lire, cioè il 20 per cento, rimangono al rivenditore. Ciò si significa che se un lettore spende lire 12.950 per acquistare l'Unità per 359 giorni, il rivenditore trattiene come suo legittimo guadagno lire 3.590 (il 20 per cento), mentre l'Unità riceve lire 14.360, cioè di meno della corrispondente tariffa di abbonamento che è appunto di lire 15.150. Offrendo ai nuovi abbonati annuali il giornale gratis per il mese di dicembre, l'Unità rinuncia, solo per un anno, ad un introito di 40 lire per 29 giorni, cioè a lire 1.160.

Ma non basta. Vi è da considerare il costo delle copie invendute, cioè la resa. Poiché non è possibile stabilire in anticipo, con esattezza, quante copie verranno vendute giorno per giorno in ogni

edicola (in relazione agli avvenimenti, agli spostamenti della popolazione, alle condizioni del tempo ed alle altre prevedibili e imprevedibili contingenze) occorre inviare ad ogni edicola un quantitativo di copie leggermente superiore ai dati di vendita normalmente registrati (in media, da 2 a 10 copie in più per edicola). In caso contrario non pochi lettori, abituali oppure occasionali, recandosi all'edicola troverebbero l'Unità esaurita. Si tratta di migliaia di copie invendute che hanno un costo sulle copie inviate in abbonamento, invece, non c'è resa.

Infine, e da considerare un altro vantaggio per il giornale l'importo di abbonamento viene versato all'Unità

in una sola volta e in anticipo di un anno, mentre il ricavo delle vendite attraverso le edicole affluisce al giornale mese per mese e comunemente il mese successivo alle vendite effettuate. Quale vantaggio rappresenti per il giornale ricevere un versamento globale e anticipato, è facile capire. L'Unità come ogni azienda deve poter disporre di denaro liquido. Il denaro degli abbonamenti, affluendo direttamente al giornale, e il denaro che costa meno. Con l'abbonamento quindi, si avvantaggia, come si voleva dimostrare, sia il giornale che il lettore.

L'abbonamento rappresenta però qualcosa di più di un semplice vantaggio economico per l'Unità significa ri-

**COSÌ RISPARMIERETE**

	Per tutti i giorni della settimana (7 numeri) 359 giorni d'invio	Senza la domenica o il lunedì (6 numeri) 307 giorni d'invio	Senza la domenica o il lunedì (5 numeri) 255 giorni d'invio
Costo del giornale all'edicola	lire 17.950	lire 15.350	lire 12.750
Tariffa d'abbonamento	» 15.150	» 13.000	» 10.850
Risparmio	lire 2.800	lire 2.350	lire 1.900
Dicembre gratis	lire 1.450	lire 1.300	lire 1.150
Risparmio complessivo	lire 4.250	lire 3.650	lire 3.050

IL TUO GIORNALE

**l'Unità**

... dalla mano per ...

NELLA TUA CASA

Marco Marchetti