Il crollo di vendite senza fine del quotidiano La Repubblica

È noto che dall'avvento del digitale l'informazione non se la passi troppo bene economicamente. Alcuni dati sulla diffusione dei giornali italiani stanno però mettendo in luce che un quotidiano in particolare ha subito un calo di vendite senza precedenti: *La Repubblica*. Recentemente la società **Accertamenti Diffusione Stampa** (ADS) [ha divulgato](#) l'andamento delle vendite di quotidiani, mensili e settimanali, relativi al mese di **maggio 2022**. ADS riceve informazioni direttamente dalle maggiori testate italiane (tranne qualche eccezione come *Il Foglio*) mese dopo mese, le verifica a campione e poi le pubblica in forma di *report*, offrendo non solo un quadro alle variazioni fra un mese e l'altro, ma anche un confronto con quanto è avvenuto negli anni passati.

Rispetto ad aprile 2022 è stimato che *La Repubblica* abbia registrato un **5% in meno** di copie vendute, fra cartacee e digitali (142.000 contro 134.000). Nessun quotidiano italiano risulta aver fatto peggio. I dati mostrano che subito dietro vi sarebbe *La Verità*, con una perdita di quasi il 3%, ma è un numero relativo che va contestualizzato, poiché in realtà il giornale di Maurizio Bel Pietro è l'unico che continua a crescere linearmente, e non di poco. Gli altri importanti quotidiani, da *Il Sole 24 Ore* a *Il Giornale*, oscillerebbero invece fra un +1,70% e un -1,90%. E' proprio contestualizzando il calo stimato per il mese di maggio che si comprende appieno quanto il tonfo del quotidiano diretto da Maurizio Molinari si stia facendo forte. Non è un caso isolato quello riportato da ADS, da un po' i numeri non segnano un significativo più, come ci si aspetterebbe per una realtà grande come *la Repubblica*. Limitandosi ai mesi precedenti si vede che marzo 2022 aveva registrato perdite simili, con un -4% di vendite rispetto a febbraio (141.000 contro 148.000), mentre ad aprile era invece spuntato uno +0,25%, modestissimo numero positivo che però veniva subito ridimensionato se confrontato con altri dati del giornale.

Per *La Repubblica* quello di maggio 2022 è stato il quarto mese consecutivo ad aver registrato un calo di vendite rispetto al precedente. In pratica è dall'inizio del 2022 che la tendenza va avanti, senza dare cenni di arresto, e ancora non sono noti i dati degli ultimi due mesi: giugno e luglio. Ma i numeri si fanno ancora più impressionanti se si volge lo sguardo al secondo servizio offerto da ADS: il confronto con quanto era avvenuto l'anno prima. Considerando la vendita sia di copie cartacee che digitali, a maggio 2022 *la Repubblica* ha subito un calo di vendite di ben **il 17% in meno** rispetto allo stesso mese del 2021 (134.000 contro 163.000).

C'è da dire che nella quantificazione ADS considera diversi parametri. Oltre lo stampato e l'online, troviamo conteggiate le copie vendute a prezzo pieno, quelle scontate, ed anche quelle gratuite o in omaggio. Troviamo sommate quelle acquistate come copia singola e quelle vendute in forma di abbonamento. E viene studiato anche il tipo di lettore acquirente: se si tratta di un individuo singolo oppure di "terzi": un'azienda, un'organizzazione o anche

un'istituzione. Dopo di ch viene stimato quale di questi soggetti ne acquista in proporzione e misura maggiore. Questa breve parentesi importante perch ADS nella sua analisi cerca di andare anche pi a fondo.

L'ultimo scorcio offerto dalla societ e quello sulla stima delle vendite individuali cartacee, cio in sostanza il dato che veramente conta poich racchiude informazioni su quanti siano davvero i lettori interessati, che si attivano spontaneamente e che seguono di frequente il giornale di Molinari. Ebbene, sottraendo alle stime precedenti le quantit relative alle copie scontate o gratuite ed ai soggetti "terzi", stato rilevato che fra maggio 2022 e maggio 2021 il calo nella vendita si aggirerebbe addirittura **attorno al 25%** (81.000 contro 108.000).

Non ancora chiaro di preciso quali siano le ragioni di un simile *trend* negativo. Certo che negli ultimi tempi *la Repubblica* ha apportato consistenti cambiamenti alla propria linea editoriale, su decisione della famiglia Agnelli-Elkann, dal 2020 nuova proprietaria del giornale. Questi cambiamenti, lo si ricorder, avevano subito provocato delle reazioni, fra le pi vistose il "cambio di casacca" di un'importante firma come **Gad Lerner**, passato a *Il Fatto Quotidiano*. Lerner [dichiar esplicitamente](#) di non riconoscere pi il quotidiano, che i nuovi proprietari avevano solo accennato a quali sarebbe stato il progetto giornalistico industriale, e che ci nonostante dopo appena qualche settimana *La Repubblica* era gi inesorabilmente cambiata. Un cambiamento che evidentemente ha definitivamente allontanato i suoi lettori, in maniera pi marcato di quanto stia accadendo a tutti i giornali mainstream.

[di Andrea Giustini]