



Radio Popolare

**n°45**

Errepi Dicembre 2012 n°45  
Poste Italiane Spa  
Sped. in abb. Postale  
D.L. 353/2003  
(conv. in L. 27/02/2004 n°46)  
art. 1, comma 1, DCB Milano

# ERREPI

notizie  
الأخبار  
nouvelles  
news  
ИЗВЕСТИЕ  
noticias



•••  
**Editoriale**  
pagina 3

•••  
**È tornata la  
Fiaba di Tadini**  
pagina 5

•••  
**Bilancio Errepi Spa  
2011-12**  
pagina 13



**Associazione  
Memoria storica  
Giovanni Pesce**

Per un buon anno, all'insegna della Memoria  
e della controinformazione...

CONTATTATECI PER REALIZZARE: PROGETTI  
INIZIATIVE - CONVEGNI - SEMINARI - EDITORIA - DOCENZE.  
CONSERVARE, INFORMARE E COMUNICARE  
IL PASSATO, DALLA "PARTE GIUSTA", SONO UN DOVERE E  
UN DIRITTO PER TUTTI NOI, PER IL NOSTRO FUTURO...

INFO: "Memoria Storica Giovanni Pesce"

[www.memoriadispana.org](http://www.memoriadispana.org)

## Come Marilyn, da quando non c'è più...

Saggio+ dvd, sul valore e sul merito "al femminile" di  
Ketty Carraffa, già precaria "storica", giornalista  
freelance e sindacalista CGIL.

Edizioni Arterigere. Euro 16,00



Dice Ketty: "È il racconto di una storia, la mia Storia, dedicata a Marilyn Monroe e alle donne, fragili e precarie. A 50 anni dalla sua scomparsa, a 50 anni dalla mia nascita".

Con l'icona della bellezza universale il rapporto dell'autrice non è solamente di "ammiratrice", ma diventa passione "interpretata" e finalizzata

alla carriera da professionista nella fotografia, nell'informazione e nel cinema.

Il "sentire" la presenza spirituale di Marilyn Monroe ha determinato anche dei risvolti della sua vita, tra precarietà del lavoro e militanza, nella politica e nell'associazionismo.

"Il mio messaggio, apprezzato dall'inizio del 2012 oltre che da sindacalista anche come opinionista Tv (Canale 5, Pomeriggio 5) sui temi legati alle donne e in generale sulla comunicazione al "femminile", è un'esperienza da condividere in special modo con le giovani donne dal lavoro precario.

Con un invito: **PRETENDERE IL MERITO.**"

Info: 338.26.10.554 – k.c.



**MOSELE**  
GIOIELLERIA  
DAL 1938

Sabvini GUCCI DAMIANI

PANDORA  
UNFORGETTABLE MOMENTS

la NOUVELLE BAGUE  
FIRENZE

Eco-Drive  
CITIZEN

HAMILTON  
THE AMERICAN BRAND SINCE 1851

MAURICE LACROIX  
Manufacture Horlogère Suisse

NAUTISCHE INSTRUMENTE  
MÜHLE  
GLASHÜTTE/SA.

Recarlo

BAUME & MERCIER  
GENEVE - 1830

MOVADO



MARCO BICEGO  
gioielli

Argenti e Cristalli d'Autore

Laboratorio orafa e di orologeria

Orario continuato 8.30/19.30

Viale Tunisia, 25 (ang. via Lazzaretto) - 20124 MILANO

Tel. 02 29.52.34.62

[www.mosele.net](http://www.mosele.net)

**SCONTO AI TESSERATI RADIO POPOLARE**

news

nouvelles

الأخبار

notizie

# Sui prossimi mesi



## Inutile

girarci attorno. Tutti gli indicatori economici indicano che il 2013 sarà un altro anno di crisi e di recessione. Il quinto, per la precisione. Fare previsioni attendibili a breve o medio termine appare impossibile: nei prossimi mesi molte imprese dovranno navigare a vista. E l'obiettivo per tutti sarà uno solo: resistere.

In questo quadro anche il nostro settore – quello dell'editoria – mostra segni di fortissima sofferenza. Mentre andiamo in stampa uno dei principali gruppi editoriali del paese ha annunciato 500 esuberi, in molte testate si è fatto ricorso alla cassa integrazione, i prepensionamenti sono all'ordine del giorno. Senza contare le testate che hanno già chiuso o che si trovano in liquidazione.

Le politiche di austerità e rigore imposte dal governo, unite alla stretta al credito, alla stagnazione dell'economia e alla contrazione dei consumi, determineranno in Italia la chiusura di numerose testate locali, sia cartacee che radiotelevisive. La conseguenza oggettiva sarà la riduzione del pluralismo editoriale ed un ulteriore aumento della concentrazione.

La carta stampata registra un costante calo delle vendite, oltre alla riduzione dei fatturati pubblicitari. L'editoria elettronica (che dovrebbe rappresentare il futuro del settore) non è ancora in grado di generare risorse sufficienti a tenere in equilibrio i bilanci. Anche la radio nel suo complesso non se la passa bene: pur rimanendo il medium più vivace, ha mostrato anche nel 2012 un importante calo nella raccolta pubblicitaria (in particolare nel settore locale che negli ultimi tre anni ha subito un vero e proprio crollo).

Radio Popolare, per far fronte al calo di spot dei piccoli inserzionisti locali, ha dovuto aumentare la quantità della pubblicità nazionale facendo un accordo con una grande concessionaria pubblicitaria. Una scelta dolorosa ma necessaria per tenere in ordine i conti.

Ma Radio Popolare – fortunatamente – può contare su una risorsa unica e speciale: i suoi abbonati. Oggi quasi il 50% delle nostre entrate arriva dagli abbonamenti, senza questo straordinario modello di partecipazione la radio non potrebbe esistere così come la ascoltate oggi. Una radio che pur mantenendo la sua caratterizzazione locale e di prossimità, riesce a produrre autonomamente informazione nazionale ed internazionale. E riesce ancora a distribuire ad oltre quindici radio in tutta Italia i suoi notiziari e le sue trasmissioni di punta. Questo nonostante la difficile e traballante situazione economico-finanziaria che molte radio di Popolare Network sono costrette ad affrontare in questi mesi.

E allora grazie, grazie e ancora grazie. Perché ogni abbonamento, ogni tessera, ogni donazione on-line è un tassello importante che si aggiunge alla nostra idea di autonomia e indipendenza.

Cambierà qualcosa da qui alla primavera del 2013? In parte dipenderà anche da come andranno le prossime scadenze elettorali (politiche e regionali) e dal quadro politico che ne uscirà. Radio Popolare anche in questa occasione farà la sua parte, mettendo a disposizione degli ascoltatori spazi di confronto e di approfondimento, utili – speriamo – alla formazione di un orientamento consapevole.

ERREPI - Semestrale  
di Radio Popolare  
Edito da ERREPI Spa  
via Ollearo, 5  
20155 Milano

Direttore responsabile:  
Danilo De Biasio

Direzione, redazione  
e amministrazione:  
via Ollearo, 5  
20155 Milano  
errep@radiopopolare.it  
tel. 02-392411  
www.radiopopolare.it

Progetto grafico:  
Pasquale Graffeo

Fotolito e Stampa:  
GRAFICA GM  
Via degli Artigiani  
Spino d'Adda (MI)

dicembre 2012  
N° 45

Reg. Trib. Milano n. 714  
del 19/10/91  
Sped. abb. post. comma 26  
art. 2 legge 549/95  
Milano - Euro 0,25

Nell'immagine di copertina:  
*Fiaba per Radio Popolare*  
di Emilio Tadini

Hanno collaborato  
a questo numero:  
Federico Bogazzi  
Marco Di Puma  
Marcello Lorrai  
Arianna Masera  
Sergio Serafini

# News, ma sempre nel segno dell'indipendenza



## CdA

Nei mesi scorsi è stato rinnovato il Consiglio di Amministrazione di Errepi Spa, la società editrice di Radio Popolare. Il 23 luglio l'assemblea degli azionisti – su indicazione della Cooperativa di Radio Popolare, socio di riferimento della Spa – ha eletto i nove consiglieri che per i prossimi tre anni faranno parte del CdA: Federico Bogazzi, Catia Giarlanzani, Piero Lonardi, Susanna Magistretti, Stefano Magnoni, Arianna Masera, Cristina Selva, Sergio Serafini, Amilcare Vaggi.

## Esecutivo

Nella sua prima riunione il Consiglio di Amministrazione ha nominato Sergio Serafini alla presidenza della società e contestualmente eletto un comitato esecutivo composto – oltre che dal presidente – dai consiglieri Bogazzi, Giarlanzani e Masera. Il comitato esecutivo – che sostituisce la figura dell'amministratore delegato – è entrato in carica il 1° ottobre 2012.

## Direzione editoriale

Scaduto l'incarico triennale (2009-2011) di Danilo De Biasio, la Cooperativa di Radio Popolare – con un voto sul piano editoriale – ha deciso di non affidargli un secondo mandato. «È stato un percorso – scrive De Biasio – profondamente demo-

cratico e condiviso, unico nel campo dell'informazione. Sono sicuro – prosegue il direttore uscente – che gli ascoltatori continueranno ad avere un ruolo essenziale, incalzando le redazioni e continuando a sostenere questo bene comune che è Radio Popolare e il suo network». Il Consiglio di Amministrazione di Errepi Spa ha ringraziato Danilo De Biasio per l'impegno che in questi anni ha profuso alla direzione della radio, impegno che ha permesso a RP di raggiungere importanti risultati. Tre anni, quelli della direzione De Biasio, che – ha sottolineato il CdA – hanno confermato e rafforzato il valore essenziale di Radio Popolare: la sua indipendenza.

## Reggenza

Dal mese di aprile la direzione della radio è stata quindi affidata a una "reggenza" composta dal direttore dei programmi Gianmarco Bachi e da Luigi Ambrosio, Massimo Bacchetta, Raffaele Liguori e Marina Petrillo; alla fine di novembre queste ultime quattro persone hanno accettato un'ulteriore proroga del loro incarico, così da permettere alla Cooperativa di Radio Popolare di terminare il percorso di definizione della nuova direzione editoriale, iter che dovrebbe concludersi entro i primi mesi del 2013.

## Una cura per l'anima



Quando sto male interiormente, quando mi faccio tante domande, quando la vita mi sta mettendo duramente alla prova, quando ho bisogno di ridare senso e valore alla mia esistenza... e capire perché sono qua... a chi mi rivolgo?

La dott.ssa Renata Righetti conduce dal 1992 colloqui individuali con bambini, adolescenti, adulti e anziani, rispondendo a questi bisogni con amore, intuito e profondità spirituale.

La dott.ssa Renata Righetti riceve a Milano, in zona V.le Zara - cell. 338-2195036 [www.renatarighetti.com](http://www.renatarighetti.com)

# Una fiaba per Radio Popolare



*Domenica  
21 ottobre,  
al termine  
della campagna  
abbonamenti 2012,  
nel cortile della  
sede della radio è  
tornata, dopo  
diversi anni di  
assenza,  
"Fiaba per Radio  
Popolare", l'opera  
che Emilio Tadini  
aveva realizzato e  
donato per la  
nuova sede di  
Radio Popolare.*

**Correva** l'anno 1999 quando Sergio Serafini, amministratore delegato, e Piero Scaramucci, direttore di Radio Popolare, decisero di lanciare una campagna di raccolta fondi, specifica per l'acquisto della nuova e definitiva sede della radio.

Una decisione fu presa all'unanimità: tutti coloro che avrebbero partecipato alla campagna di finanziamento per la sede, dovevano ricevere un riconoscimento tangibile, un oggetto fisico che richiamasse l'obiettivo della raccolta ad imperitura memoria del loro sostegno.

Fu inevitabile pensare ad un mattoncino vero delle dimensioni di un biscotto.

Fu deciso di distribuirlo nelle edicole, sistema in uso da anni per la diffusione dell'Annuario di RP, confezionato in un blister e venduto a 50.000 lire.

I due, insieme al presidente della cooperativa di RP e ai molti altri coinvolti nell'operazione, pensarono che gli spazi della nuova sede, immensi rispetto a quelli delle precedenti, avrebbero potuto ospitare opere varie: *I funerali dell'anarchico Pinelli* di Enrico Baj era la preferita.

Ma le sue dimensioni risultarono eccessive anche per gli spazi della nuova sede.

Questo ostacolo tecnico non fece però venire meno l'ipotesi di legare la nuova sede ad un'opera d'arte. Si innescò, quindi, un processo di produzione di idee, ipotesi, suggerimenti che, come spesso accade, approdò ad una decisione non prevista: chiedere ad un artista, "amico" un'opera

specifica per la campagna.

Poi qualcuno pensò che l'opera dovesse, in qualche modo, diventare l'elemento unificante della campagna per la nuova sede.

L'idea venne perfezionata lungo due direttrici: mantenere l'ipotesi del riconoscimento tangibile (l'oggetto) a chi sottoscriveva; evidenziare il ruolo determinante di ciascun ascoltatore rispetto all'unicità del progetto Radio Popolare che, con un facile slogan preso in prestito dalla letteratura, poteva suonare "tutti per una sede, una sede per tutti".

Sentiti artigiani ed esperti sulla fattibilità tecnica dell'idea, venne finalmente varata l'operazione denominata "Mattonaggio", nonostante l'oggetto mattoncino si fosse tramutato in un cartoncino variamente colorato e con un numero sul retro.

Venne contattato uno dei più grandi artisti italiani, Emilio Tadini, che non solo accettò di dipingere un quadro apposta per noi e che chiamò *Fiaba per Radio Popolare*, ma si fece coinvolgere anche nel procedimento di trasformazione della sua opera in un puzzle di 15.000 tessere della dimensione di 8x5 metri (l'originale è circa 40x70 cm). Le tessere vennero numerate, confezionate in un coloratissimo blister e distribuite nelle edicole lombarde. La campagna "mattonaggio" prevedeva la composizione del puzzle con le tessere acquistate che, dopo essere state firmate, venivano inviate per posta alla radio.

L'operazione ebbe successo e vennero acquistate più di 11.000 mattoncini/tessere. Di queste circa 9.000 ci vennero inviate debitamente firmate dagli ascoltatori che da quel momento poterono fregiarsi del titolo di "Ascoltatore Mattonato".

In una domenica di settembre dell'anno 2000 nella Milano assoluta del centro e delle periferie si formarono gruppi di ciclisti che all'ora convenuta partirono alla volta di Via Olleoro.

Come ruscelli montani, mano a mano che si avvicinavano alla meta, confluivano gli uni negli altri fino a formare un fiume di ciclisti che scampanellando felici si avvicinavano alla meta. A questa moltitudine venne mostrato il "Tadini" con tutte le firme che sottoscrivevano la *Fiaba per Radio Popolare* a testimonianza che le fiabe, come le grandi opere, si realizzano e vivono solo quando c'è, piccolo o grande che sia, il contributo di molti.



# Nei chiostri il gusto della filiera corta

di Marco DI PUMA



*Sto riscuotendo molto successo fra i nostri ascoltatori, ai chiostri della Società Umanitaria, Popogusto il mercato di cibi a filiera corta che fa bene al corpo ed eleva lo spirito e dove i cittadini possono incontrare chi produce quello che comprano. Con la Radio che con uno studio in diretta trasmette il gusto della filiera corta.*

I principi alla base della nostra iniziativa sono semplici, quanto importanti: dare l'opportunità di incontrare i piccoli produttori, privilegiare le produzioni di qualità del territorio, insegnare a capire la differenza tra prodotto tipico artigianale e tradizionale e prodotto tipico "industriale". Abbiamo deciso di organizzare questi incontri con una frequenza bimensile perché sia possibile acquistare con regolarità prodotti che fanno bene al corpo ed elevano lo spirito:

- pane con pasta madre e farine biologiche macinate a pietra;
- frutta e verdura di stagione coltivate senza concimi chimici;
- conserve di frutta e di ortaggi autoctoni;
- salumi e formaggi vaccino, di capra ricavati da animali allevati allo stato libero, dolci della nonna;
- vini di vitigni antichi invecchiati in botti di rovere;
- caffè coltivato nel rispetto dell'ambiente e tostato secondo metodi tradizionali;
- pasta fresca, gnocchi ravioli ripieni con castagne, fragole, carne, verdure tutto bio;
- mieli da alberi e da frutti che crescono in zone libere dalla chimica;

- cioccolato in pezzi, al latte, fondenti, speziati, ripieni con frutta secca e fresca;
- carni di polli cresciuti e alimentati naturalmente in confezionate sottovuoto;
- un ristorante mobile con tavoli e sedie per pranzare e gustare i piatti realizzati con i prodotti presenti;
- ...e molto altro ancora.

Realizzato in collaborazione con la Società Umanitaria, e nella cornice dei suoi chiostri (entrata da via San Barnaba 48) Popogusto proseguirà fino a giugno 2013 il secondo e quarto sabato di ogni mese (da novembre a febbraio ore 10-17 e da marzo a giugno ore 10-18).

Ad ogni Popogusto i produttori, a turno, sveleranno i segreti del loro lavoro e risponderanno alle domande dei cittadini con laboratori e degustazioni dei loro pani, mieli, salumi, formaggi, cioccolate, conserve di frutta, di verdure e molto altro ancora. Saranno presenti i produttori dell'associazione "I Sovversivi del Gusto" e della Confederazione Italiana Agricoltori (CIA). E naturalmente anche la radio, con uno studio per la diretta delle "fasi salienti" delle giornate, e con il nostro banchetto per chiacchierare con i redattori e per fare, rinnovare, ritoccare l'abbonamento.



## LE DATE DEI PROSSIMI SABATI

8 DICEMBRE 2012  
 22 DICEMBRE 2012  
 12 GENNAIO 2013  
 26 GENNAIO 2013  
 9 FEBBRAIO 2013  
 23 FEBBRAIO 2013  
 9 MARZO 2013  
 23 MARZO 2013  
 27 APRILE 2013  
 11 MAGGIO 2013  
 25 MAGGIO 2013  
 15 GIUGNO 2013  
 29 GIUGNO 2013



**M1** San Babila

**M3** Crocetta



**Tram**  
9, 12, 23  
27, 29, 30

**Autobus**  
94, 84, 77,  
73, 61, 54



**Stalli**  
14· Via S. Barnaba  
82· Piazzetta Umanitaria

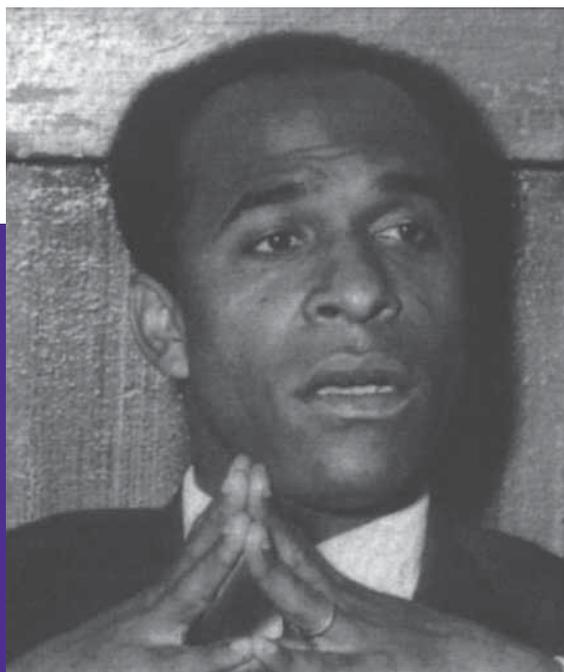
# “Qui la voce dell’Algeria”

di Frantz FANON



**Cinquant’anni fa, nel 1962, L’Algeria conquistava l’indipendenza. Al prezzo di una durissima guerra di liberazione: in cui anche la radio aveva avuto una parte di primo piano, tematizzata da Frantz Fanon in pagine straordinarie.**

Verso la fine del 1956 vengono distribuiti in Algeria volantini che annunciano, con orari e lunghezze d'onda delle trasmissioni, l'esistenza di una Voce dell'Algeria libera. Fino a quel momento l'apparecchio radio ha fatto parte "dell'arsenale di oppressione culturale dell'occupante", scrive nel 1959 Frantz Fanon in L'an V de la Révolution algérienne. In pagine straordinarie, Fanon vede l'atto stesso, la volontà di ascoltare una radio pur spesso più fantasmatica che reale - a causa delle azioni di disturbo operate dai francesi in una vera "guerra delle onde" - come momento decisivo per la nascita di una dimensione comunitaria nazionale e di una coscienza decolonizzata. Per Fanon il processo innescato dalla Voce dell'Algeria corrisponde per gli algerini quasi ad una "nascita" del mezzo radiofonico stesso: un evento che, in contesti non altrettanto drammatici, si ritroverà più tardi in diverse situazioni del Sud del mondo con la nascita di radio comunitarie, in particolare di emittenti in lingue locali, dopo decenni di dominio delle radio statali che si esprimono nelle lingue ufficiali, spesso quelle degli ex colo-



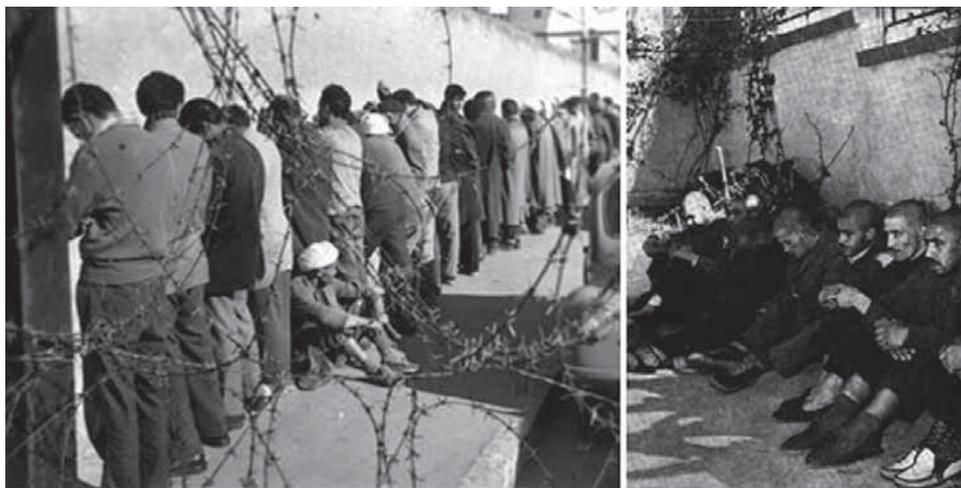
nizzatori. Tradotto negli anni sessanta nel primo volume delle Opere scelte di Fanon pubblicate da Einaudi, Qui la voce dell'Algeria... è stato riproposto nel 2007 nel secondo volume degli Scritti politici di Frantz Fanon da Derive Approdi, che ringraziamo per la gentile concessione di riprenderlo qui. Ragioni di spazio ci impediscono di riprodurlo nella sua interezza, ma il saggio merita di essere letto integralmente.

**N**el 1955 l'acquisto di un apparecchio radio in Algeria rappresenta l'unico modo di ottenere, da fonte non francese, notizie della rivoluzione. Questa necessità assume un carattere imperativo quando la popolazione viene a sapere che dal Cairo, ogni giorno, degli algerini fanno il bilancio della lotta di liberazione. Dal Cairo, dalla Siria, da quasi tutti i paesi arabi rifluiscono così sull'Algeria le grandi pagine scritte nei djebel dai fratelli, dai parenti e dagli amici. Tuttavia, nonostante questi nuovi elementi, l'introduzione degli apparecchi radio nelle case e nei villaggi più sperduti avviene lentamente. Non si assiste ancora a una vera scossa, a un afflusso ingente di radio-riceventi.

È sul finire del 1956 che si produce la vera svolta. Infatti in quel periodo vengono distribuiti volantini che annunciano l'esistenza di una Voce dell'Algeria Libera.



**Frantz Fanon**  
**Scritti politici**  
**volume II. L'anno V**  
**della rivoluzione**  
**algerina**  
Derive Approdi 2007



Sono indicate con precisione le ore d'ascolto e le lunghezze d'onda delle trasmissioni. Questa voce «che parla dai djebel», non situata geograficamente, ma che porta a tutta l'Algeria il grandioso messaggio della rivoluzione, acquista di colpo un valore importante. In meno di venti giorni tutte le partite di apparecchi radio vengono acquistate. Nei suk fa la sua comparsa il commercio di apparecchi usati. Gli algerini apprendisti presso i radioelettricisti europei aprono piccoli laboratori. Inoltre, il negoziante deve far fronte a bisogni particolari; infatti, l'assenza di elettricità in regioni vastissime dell'Algeria pone al consumatore problemi precisi. È così che gli apparecchi a pila, dal 1956, sono i più richiesti sul territorio algerino. In poche settimane se ne vendono a migliaia. Sono comprati dai singoli, dalle famiglie, dai quartieri, dalle frazioni, dai villaggi. Dal 1956 l'acquisto di questi strumenti non rappresenta l'adesione a una tecnica moderna d'informazione, ma il solo mezzo per entrare in comunicazione con la rivoluzione, di vivere con essa. Nel caso particolare dell'apparecchio mobile a pile, forma migliorata e d'avanguardia di quello fisso a presa di corrente, lo specialista dei cambiamenti tecnologici nei paesi sottosviluppati potrebbe scorgere l'indizio di un mutamento radicale. L'algerino dà infatti l'impressione di saltare una tappa e di giungere di colpo alle forme più moderne dell'informazione. In realtà abbiamo visto che questo «progresso» si spiega con la mancanza di elettricità nei villaggi. Le autorità francesi non capirono subito l'importanza eccezionale di

questo cambiamento nei confronti dell'apparecchio radio. Le vecchie resistenze interfamiliari si sfasciano e si possono vedere, in un villaggio, gruppi di famiglie in cui padri, madri, figlie, gomito a gomito, scrutano il quadro dello strumento in attesa della «Voce dell'Algeria». La famiglia algerina, improvvisamente indifferente al vecchio pudore, all'antico rapporto sociale isterilente e privo di fraternità, si scopre immunizzata contro le battute spinte o le frasi d'amore che l'operatore afferra qua e là, cercando la stazione giusta. Lo strumento tecnico, l'apparecchio radio, perde quasi per magia (ma abbiamo visto la progressione concertata e dialettica delle nuove necessità nazionali) i suoi caratteri di oggetto del nemico. L'apparecchio radio non fa più parte dell'arsenale di oppressione culturale dell'occupante. Facendo della radio un mezzo singolare per resistere alle pressioni psicologiche e militari sempre più intense dell'occupante, la società algerina, con un movimento autonomo interno, decide di adottare la nuova tecnica e di inserirsi così nei nuovi sistemi di comunicazione generati dalla rivoluzione. «La Voce dell'Algeria combattente» avrà, sul piano della coesione e dell'unità massiccia del popolo, un'importanza capitale. Vedremo che l'impiego delle lingue araba, kabila e francese, espressione di una concezione non razziale, come ha dovuto convenire lo stesso colonialismo, ebbe il merito di sviluppare e di rinsaldare l'unità del popolo, di fare del Djurdjurà in lotta una realtà per i patrioti di Batna o di Nemours. Le azioni spezzettate e divise, spigolate dal corri-

spondente di un giornale più o meno legato al dominio coloniale, o comunicate dalle autorità militari avversarie, perdono il loro carattere anarchico e si organizzano in un pensiero politico nazionale e algerino, si collocano in una strategia d'insieme della riconquista della sovranità popolare. Le gesta sparpagliate si inseriscono in una vasta epopea e i kabili non sono più «quelli delle montagne», ma i fratelli che, con Ouamrane e Krim<sup>24</sup>, rendono la vita dura alle truppe nemiche.

Avere il proprio apparecchio è pagare la propria imposta alla nazione, acquistare il diritto di entrare a far parte di questo popolo riunito per la lotta.

Le autorità francesi, tuttavia, cominciano ad accorgersi dell'importanza di questo progresso popolare nella tecnica dell'informazione. Dopo alcuni mesi di esitazione, compaiono le misure legali. La vendita di radio viene proibita, salvo presentazione di un buono rilasciato dall'autorità militare o dai servizi di polizia. La vendita degli apparecchi a pila è oggetto di un divieto assoluto e le pile di ricambio vengono di fatto ritirate dal mercato. I commercianti algerini hanno allora occasione, moltiplicando le frodi, di fare atti di patriottismo, garantendo così, con notevole regolarità, il rifornimento di pile di ricambio.

*L'algerino che si augura di vivere allo stesso livello della rivoluzione ha infine la possibilità di ascoltare una voce ufficiale, quella dei combattenti, che gli spiega la lotta, gli racconta la storia della liberazione in cammino, lo incorpora, insomma, nel nuovo respiro della nazione.*

È qui che accade qualcosa di piuttosto singolare e merita la nostra attenzione. I servizi segreti francesi, tecnicizzati al massimo e forti dell'esperienza acquisita in occasione di guerre moderne, rotti alla pratica della «guerra delle onde», riescono presto a individuare le lunghezze d'onda della stazione trasmittente. I programmi vengono allora sistematicamente disturbati e, a poco a poco, «La Voce dell'Algeria combattente» finisce per diventare inudibile. Nasce così una nuova forma di lotta. Volantini consigliano agli algerini di mettersi in ascolto per due o tre ore di

## QUI LA VOCE DELL'ALGERIA...

fila. Nel corso di una stessa trasmissione, una seconda stazione, trasmettendo su un'altra lunghezza d'onda, sostituisce la prima stazione disturbata. L'ascoltatore è al centro della battaglia delle onde, indovina la tattica del nemico e, in modo quasi fisico, muscolare, sabotata la strategia dell'avversario. Molto spesso solo l'operatore, con l'orecchio incollato contro l'apparecchio, ha l'inaspettata fortuna di sentire «La Voce». Gli altri algerini presenti in sala ricevono l'eco di questa voce attraverso l'interprete privilegiato che, alla fine della trasmissione, è letteralmente assediato. La voce viene allora investita da domande specifiche. Il pubblico vuole essere informato su una certa battaglia segnalata dalla stampa francese delle ultime ventiquattro ore e l'interprete, mortificato, pieno di colpa, confessa talvolta che «La Voce» non ne ha fatto menzione.

Di comune accordo, dopo uno

scambio di opinioni, si stabilisce che «La Voce» si è perfettamente pronunciata su questi eventi, ma che l'interprete non ha captato le informazioni trasmesse. Allora ha inizio una vera opera di elaborazione. Tutti i presenti vi collaborano, e le battaglie di ieri e dell'altro ieri sono ricostruite secondo il volere profondo e l'incrollabile fede del gruppo. L'ascoltatore rimedia al carattere frammentario delle notizie con una creazione autonoma dell'informazione.

Ascoltare «La Voce dell'Algeria combattente» non esprime il bisogno di ascoltare l'altra parte, ma l'esigenza interiore di fare corpo con la nazione in lotta, di riprendere e di far propria la nuova nascita nazionale, di ascoltare e di ridire la grandiosa epopea compiuta lassù fra le rocce e sui djebel. Ogni mattina, l'algerino comunica i risultati delle sue ore di ascolto. Ogni mattina, per il suo vicino o per il suo compagno, completa ciò che la

«voce» ha taciuto e risponde alle domande insidiose poste dalla stampa nemica. Alle affermazioni ufficiali dell'occupante, ai bollettini altisonanti dell'avversario, oppone informazioni ufficialmente proclamate dal Comando della rivoluzione.

A volte è lo stesso militante a mettere in circolazione il presunto punto di vista della direzione politica. A causa del tacere su questo o quel fatto che, prolungato, potrebbe risultare angoscioso e dannoso per l'unità del popolo, la nazione intera coglie, nello svolgersi della trasmissione, dei frammenti a cui conferisce un significato determinante. Percepita male, coperta da disturbi incessanti, costretta a cambiare due o tre volte lunghezza d'onda nel corso di una medesima trasmissione, «La Voce dell'Algeria combattente» non è quasi mai udita in modo continuativo. È una voce spezzata, discontinua. Da un villaggio all'altro, da un gourbi<sup>26</sup> all'altro, «La Voce dell'Algeria» dice cose nuove, riferisce di battaglie sempre più gloriose, prospetta

## LE FREQUENZE DEL NETWORK

### RADIO POPOLARE

via Ollearo, 5 - 20155 Milano - tel. 02 392411 - www.radiopopolare.it  
**91.400** Mandello Lario, Bellagio - **101.900** Brescia - **104.700** Mantova - **105.200** Sondrio - **107.500** Piacenza, Parma, Cremona - **107.600** Milano, Pavia, Alessandria, Vercelli, Piacenza, Novara - **107.700** Varese, Como, Brescia, Bergamo, Morbegno, Colico - **107.800** Lecco - **99.900** Lago di Garda - **107.600** Boario Terme (Val Cavallina), Edolo (Valcamonica), Gardone Valtrompia - **107.800** Collio Valtrompia - **107.900** Ponte di Legno (Valcamonica)

### RADIO POPOLARE ROMA

via Levanna, 11 - 00141 Roma - tel. 06 899291 - fax 06 899291.52  
redazione@radiobbs.org - www.radiopopolareroma.it  
**103.3** Roma

### RADIO FLASH ORIZZONTE - TORINO

via Bossoli 83 - 10135 Torino - tel. 011 611040 - fax 011 3175427  
rffmail@radioflash.to - www.radioflash.to  
**97.600** Torino e Provincia

### RADIO GOLD - ALESSANDRIA

Palazzo Pacto, in Spalato Marengo 44 - tel. 0131 221887 - fax 0131 221809  
radiogold@radiogold.it - www.radiogold.it  
**88.800** Alessandria - **89.100** Casale Monf. e Valenza Po

### RADIO POPOLARE - VERONA

via Scopella 6B - Castel D'Azzano VE - tel. 045 8102488 - fax 045 8102490  
info@radiopopolareverona.it - www.radiopopolareverona.it  
**104** Verona

### RADIO BASE - VENEZIA

Via Torino, 156 - 30172 Mestre Venezia - Tel. 041 2602111 - Fax 041.2602119  
redazione@radiobase.net - www.radiobase.net  
**97.300** Venezia - Treviso - Padova - Veneto Orientale

### CITTA' DEL CAPO RADIO METROPOLITANA - BOLOGNA

via Berretta Rossa, 61/5 - 40133 BO - tel. 051 6428011 - fax 051 6428001  
info@radiocittadelcapo.it - www.radiocittadelcapo.it  
**96.250** - **94.700** Bologna, Ferrara, Modena

### CONTRORADIO - FIRENZE

via del Rosso Fiorentino, 2/b 50142 FI - tel. 055 7399961 - fax 055 7399966 - Pisa  
tel. 050 21485 - fax 504451 - redazione@controradio.it - www.contraradio.it  
**93.600** Firenze, Prato, Pistoia - **98.900** Pisa, Lucca, Livorno

### RADIO WAVE - AREZZO

via Masaccio, 14 - 52100 Arezzo - tel. 0575 911005 - fax 0575 911038  
radiowave@arezzowave.com - www.arezzowave.com

### CONTATTORADIO MASSA CARRARA

via Loris Giorgi 3 - Carrara 54033 - tel. 0585 777625 - fax 0585 75275  
redazione@contattoradio.it - www.contattoradio.it  
**89.750** Sarzana, Viareggio, Carrara, Massa  
**89.550** La Spezia, Lerici, Golfo Poeti

### RADIO CITTA' - PESCARA

via Lazio, 42 - 65125 Pescara - tel. 085 4219770 - fax 085 4229830  
info@radiocitta.org - www.radiocitta.org  
**97.8** - **88.9** - **90.1** - **87.75** Pescara e provincia, Chieti e provincia, Francavilla al Mare, Silvi Marina

### RADIO FRAGOLA - TRIESTE

via Guglielmo de Pastrovich, 1 34127 TS - tel./fax 040 54659 laredazione@radiofragola.com  
www.radiofragola.com  
**104.500** - **104.800** Trieste

### RADIO POPOLARE SALENTO - TARANTO

Piazza Pio X n. 14 - 74100 Taranto - tel. 099 37462 - fax. 099 7379827  
primaveraradio@primaveraradio.it - www.primaveraradio.it  
**107.300** Taranto - **98.000** Brindisi provincia - via del Delfino 10 - Lecce - tel. 0832 289612 - 289673 - redazionelecce@primaveraradio.it - **95.1** Lecce città - **92.8** Tricase - **94.1** Montesardo - **98.1** Uggiano - **98.3** Veglie

### RADIO TANDEM - BOLZANO

via Talvera, 1 - 39100 Bolzano - tel.0471/970084 - fax 0471/979242  
info@radiotandem.it - www.radiotandem.it  
**98.4** Bolzano e Bassa Atesina

### RADIO ROCCELLA - ROCCELLA JONICA

via Città, 17 - 89047 Roccella jonica (RC) - tel. 0964 84603 - 0964 866600 - fax 0964 866600  
master@radioroccella.it - www.radioroccella.it - **94.8** Locride

### MEP RADIO ORGANIZZ. - RIETI

Via A.M. Ricci, 91 - 02100 Rieti - tel. 0746.1970507 - fax 0746.498194  
redazione.giornalistica@mepradio.it - www.mepradio.it  
**88.700** Valle del Salto e Cicolano  
**95.200** / **96.800** / **97.100** Valle del Velino e Valle di Corno  
**95.300** Montepiano Reatino e Val Canera  
**96.000** Valle del Tronto e Valle dell'Aterno  
**105.500** Valle Falacrina e Valle del Ratto  
**106.450** Valle del Turano

### RADIO 106 - REGGIO EMILIA

via Ligabue, 12 - 42010 Salvaterra di Casalgrande - tel. 0522 849633 - fax 0522 999550  
**102.200** - **105.950** Reggio Emilia, Modena

chiaramente il crollo della potenza occupante. Il nemico perde la sua forza e, a livello della coscienza dell'occupato, si prepara a subire una serie di sconfitte. Questa «Voce dell'Algeria» che, per parecchi mesi, vivrà perseguitata dalle potenti reti di disturbo dell'avversario, questa «parola», per quanto spesso non percettibile, alimenta la fede del cittadino nella rivoluzione.

Questa «Voce» che è sentita presente, di cui si intuisce la realtà, paragonata all'importanza delle onde di disturbo emesse dalle stazioni nemiche, assume un peso sempre maggiore. È la potenza del sabotaggio nemico a sottolineare la realtà e l'intensità dell'espressione nazionale. «Parola» dell'Algeria in lotta e «Voce» di ogni algerino, il carattere quasi fantomatico della radio dei mudjahidin conferisce alla lotta il massimo di realtà.

In queste condizioni, affermare di aver udito «La Voce dell'Algeria» è, in un certo senso, alterare la verità, ma è soprattutto l'occasione di proclamare la propria partecipazione all'essenza della rivoluzione. È fare una scelta deliberata, per quanto non esplicita nei primi mesi, tra la menzogna congenita del nemico e quella propria del colonizzato, che assume a un tratto una dimensione di verità.

Questa voce spesso assente, fisicamente inaudibile, che ciascuno sente crescere in sé, fondata su una percezione interiore che è quella della patria, si materializza in modo irresistibile. Ogni algerino, dal canto suo, emette e trasmette il nuovo linguaggio. Il modo di esistenza di questa voce ricorda per più di un aspetto quello della rivoluzione: presente a pezzi, atmosfericamente ma non oggettivamente.

Radunati in gruppi di dieci o anche di cento attorno a un apparecchio, i contadini ascoltano religiosamente «la voce degli arabi». Rari sono quelli che comprendono l'arabo letterario usato in queste trasmissioni. Ma il viso è grave e l'espressione si fa dura quando la parola istiqlal (indipendenza) risuona nel gourbi. Una voce araba che quattro volte all'ora martella istiqlal è sufficiente, a questo livello di esaltazione della coscienza, a mantenere la fede nella vittoria.

L'apparecchio radio è il garante di questa menzogna vera. Ogni sera, dalle 21.00 alle 24.00, l'algerino sta in ascolto. Alla fine, non udendo «La Voce», accade all'ascoltatore di abbandonare la lancetta su una fascia di disturbo o di semplici rumori e di decretare che lì è la voce dei combattenti. Per un'ora la sala si riempie del rumore lancinante e penoso del disturbo. L'algerino, dietro ogni modulazione, ogni crepitio, indovina non solo delle parole, ma battaglie concrete. La guerra delle onde, nel gourbi, replica per il cittadino lo scontro armato fra il suo popolo e il colonialismo. In genera la vittoria tocca a «La Voce dell'Algeria». Gli apparecchi nemici, al termine della trasmissione, abbandonano la loro opera di sabotaggio. La musica militare dell'Algeria in guerra che chiude le trasmissioni può liberamente colmare il petto e la testa dei fedeli. Quelle brevi note di bronzo, ripagando tre ore di speranza quotidiana, hanno avuto per mesi e mesi una funzione fondamentale nella formazione e nel rafforzamento della coscienza nazionale algerina.



Un'immagine dal film di Gillo Pontecorvo *La battaglia di Algeri*



# I POPOPUNTI

milano

- LIBRERIA CENTOFIORI (MONFORTE)**  
C.SO INDIPENDENZA 9 - TEL 02 7381670  
libriercentofiori@virgilio.it
- LIBRERIA CUEM (CENTRO)**  
VIA FESTA DEL PERDONO 3  
TEL 02 58307370
- LIBRERIA CUESP (CENTRO S. BABILA)**  
VIA CONSERVATORIO 7 - TEL 02 781813
- LIBRERIA EINAUDI (CENTRO)**  
VIA FESTA DEL PERDONO, 12  
TEL 02 58307076
- LIBRERIA UTOPIA (GARIBALDI)**  
VIA MOSCOVA 52 - TEL 02 29003324
- ALTRO MERCATO (ARENA)**  
VIA CANONICA 24 - TEL 02 33605435
- ALTRO MERCATO (OVEST P.ZZA NAPOLI)**  
VIA GIAMBELLINO, 79 - TEL 02 472709
- ALTRO MERCATO SEDE E MAGAZZINO**  
VIA LOMELLINA - TEL 02 54107745
- IL LIBRACCIO (NAVIGLI)**  
VIA CORSICO, 9 - TEL 02 8323230
- ALTRO MERCATO (TICINESE)**  
C.SO S. GOTTARDO, 16 - TEL 02 83241498
- LIBRERIA CLUP (CITTA' STUDI)**  
INTERNO POLITECNICO  
VIA AMPERE 20 - TEL 02 70634828
- LIBRERIA CLUP (BOVISA)**  
VIA ANDREOLI, 17 - TEL 02 39322154
- LIBRERIA CLUED (CITTA' STUDI)**  
VIA CELORIA 20 - TEL 02 70634825
- LIBRERIA CUEM-CLESAV (CITTA' STUDI)**  
VIA CELORIA 2 TEL. 02 70636244
- LIBRI & COSE (GALLARATESE)**  
CENTRO COMMERCIALE BONOLA  
VIA QUARENGHI 23 - TEL 02 33400401
- IL DOMANI (STAZIONE NORD)**  
P.ZZA CADORNA 9 - TEL 02 86452987
- ALTRO MERCATO (GARIBALDI)**  
VIA MERCATO 24 - TEL 02 72003695
- ON FUN TON (P.TA ROMANA)**  
(SOLO BIGLIETTI OP. PRIMAVERA)  
VIA CREMA 14 - TEL 02 58319894
- TANGRAM (P.TA VITTORIA)**  
(SOLO BIGLIETTI OP. PRIMAVERA)  
VIA DELLA COMMENDA 33  
TEL 02 5464602
- LIBRERIA ALEPH (BUENOS AIRES)**  
MM LIMA - TEL 02 29526546  
info@alephlibreria.it
- ALTRO MERCATO (BUENOS AIRES)**  
MM1 LIMA MEZZANINO TEL 02 29527629
- ALTRO MERCATO (C.SO XXII MARZO)**  
V.LE CORSICA, 45 - TEL 02 70125986
- LIBRERIA DELLO IULM (BARONA)**  
VIA F. DA LISCATE 1-2 - TEL 02 89159313
- PASSALIBRO (PADOVA - CIMIANO)**  
VIA TOSCANELLI, 10 - TEL 02 27200864
- ALTRO MERCATO (P.TA GARIBALDI)**  
STAZ. GARIBALDI - TEL 02 29003540
- ALTROMERCATO (BAGGIO)**  
VIA MOSCA 185 - TEL 02 48915139
- LIBRERIA LARGO MAHLER (TICINESE/S. GOTTARDO)**  
VIA CONCHETTA, 2 - TEL. 02 36536365
- CARTAMONDO (CORVETTO)**  
VIA POLESINE, 21 - TEL. 02 55212435
- IL LIBRACCIO TONY (BOVISA)**  
VIA CANDIANI 102 - TEL. 02 39314075
- IL LIBRACCIO IVAN (GARIBALDI)**  
VIA SOLFERINO, 22 - TEL. 02 6599075
- GIOIELLERIA MOSELE (P.TA VENEZIA)**  
V.LE TUNISIA, 25 - TEL. 02 29523462
- PASTICCERIA PAN DI ZUCCHERO (P. LODI)**  
VIA GIULIO ROMANO, 27 TEL. 02 58309008
- ERBORISTERIA PEPE D'ACQUA (P.TA GENOVA)**  
V.LE CONI ZUGNA, 57 - TEL. 02 89408180
- SIDDHARTA (P.TA VITTORIA)**  
C.SO XXII MARZO, 40 - TEL. 02 70208312
- LIBRERIA COOP BONOLA (GALLARATESE)**  
VIA QUARENGHI 23 - TEL. 02 33400401
- LIBRERIA COOP STATALE (DUOMO)**  
VIA F. DEL PERDONO 12 - TEL. 02 58307076
- IL LIBRACCIO (P.TA VENEZIA)**  
V.LE V. VENETO 22 - TEL. 02 6555681

## I POPOPUNTI fuorimilano

- LA ACACIA - ABBIEGRASSO  
VIA SFORZA - TEL 02 94967358 - FAX 9465672  
acacia.gianni@tiscali.it
- PROFUMERIA GIADA - AGRATE  
VIA MADONNINA 9 - TEL. 039 650362  
(solo Operazione Primavera)
- COOPERATIVA ALTROVE - ARESE  
VIA DEI PLATANI, 6 - TEL. 02 9384303  
info@coopaltrove.it  
bottega@coopaltrove.it
- LIBRERIA POPOLARE - BESANA BRIANZA  
V. V. EMANUELE 24 TEL 0362 996448  
Essepilibr\_popolare@libero.it
- COOP. SOCIALE AMANDLA - BERGAMO  
VIA ZAMBONATE, 89 - TEL 035 246837
- CAFFE' LETTERARIO - BERGAMO  
VIA S. BERNARDINO, 53 - TEL 035 243964
- COOP. SOCIALE AMANDLA - BERGAMO  
VIA BAIONI, 34 - TEL 035 210520  
Commerciale@amandla.it
- PASSALIBRO - BUSTO ARSIZIO  
C.SO XX SETTEMBRE 2 - TEL. 0331 634303
- IL LIBRACCIO - BUSTO ARSIZIO  
VIA BONSIGNORI 9 - TEL. 0331 321991
- LIBRERIA LA STRADA - CANTU'  
V. ROMA 2 - TEL 031 705661  
lastrada@lastradasnc.191.it
- ALTROSPAZIO - CANEGRATE  
VIA GARIBALDI, 11 - TEL. 0331 407201
- ALTROMERCATO - CINISELLO BALSAMO  
P.ZZA GRAMSCI - TEL. 02 66012918
- IL LIBRACCIO - COMO  
VIA GIULINI, 10 - TEL 031 272458
- ALTRO MERCATO - CORMANO  
P.ZZA GIUSSANI 5/A - 02 66302426
- BOTTEGA DELLA PRIMAVERA - CERNUSCO S/N  
VIA L. DA VINCI, 20 - TEL. 02 9249194
- LIBRERIA DORNETTI - CREMA  
VIA BOTTESINI, 7 - TEL. 0373 84875
- L'OFFICINA EQUOSOLIDALE - DESIO  
VIA GARIBALDI, 182 - TEL 0362 625015  
info@officinaequosolidale.it
- LIBRERIA CARU' - GALLARATE P.ZZA GARIBALDI 6
- BOTTEGA COMM. EQUO ALTROSPAZIO - LAINATE  
VIA S. VITTORE, 4 - TEL/FAX 02 9371079  
bottega@altrospazio.191.it
- LIBRERIA VOLTAPAGINA - LIMBIATE  
V. BUOZZI 2 - TEL 02 99057011  
Libreria\_voltapagina@virgilio.it
- ALTROSPAZIO - MAGENTA  
VIA DE GASPERI, 22 - TEL 02 93886243
- LIBRERIA LA TORRE - MERATE  
V. MANZONI 50 - TEL 039 9902701  
Tommaso\_2@libero.it
- BLOOM NORBERTO E LINDA - MEZZAGO  
VIA CURIEL 39 - TEL 039-623853  
Norberto.out@bloomnet.org  
shop@bloomnet.org
- ISTITUTI NUOVI - MONZA  
VIA CAVALLOTTI 35 - TEL. 039 322461
- IL LIBRACCIO - MONZA  
P.ZZA INDIPENDENZA, 4 - TEL 039323412
- L'UNA E L'ALTRA - NOVATE MILANESE  
VIA REPUBBLICA 116 - TEL 02 3548613
- RADIO VITTORIA DISCHERIA - PAVIA  
C.SO CAVOUR 32/D - TEL 0382 22242
- LIBRERIA IL MACINAPEPE - RHO  
V. MEDA 30 - TEL 9302187
- LA MUSICA LE PAROLE LE COSE - SAN GIULIANO  
VIA GIOVANNI XXIII, 11 - TEL 9840009
- PASSALIBRO - SESTO SAN GIOVANNI  
VIA ROVANI, 242 - TEL. 02 36526667
- LIBRERIA CUEM - SESTO SAN GIOVANNI  
P.ZZA I. MONTANELLI 16 - TEL. 02 26265464
- ALTROSPAZIO - SETTIMO MILANESE  
P. GRANAIO - C.SO PAPA XXIII - TEL 02 33576534
- LIBRERIA CROCI ROSA E FERDINANDO - VARESE  
VIA COMO, 20 - TEL. 0332 284781  
crociliber@libero.it
- LIBRERIA CUEM - VARESE  
VIA OTTORINO ROSSI, 9 - TEL 0332 217090
- ALTROSPAZIO - VIGEVANO  
C.SO GARIBALDI 44

# agriturismo gulliver

3485235003  
0341870307

sconti ai soci della radio



ad un'ora da Milano a Vendrogno  
in alta Valsassina pranzi  
cene e merende in fattoria.

Allevamento di maiali e capre,  
vendita diretta di salumi,  
formaggi e conserve.  
Macello e laboratori in azienda,  
corsi di salumeria

[www.agriturismogulliver.com](http://www.agriturismogulliver.com)

## ARTE & FORME

ARCHITETTURA - ARREDAMENTO - DESIGN

### SHOW ROOM

20041 **AGRATE B.ZA** - MI

via Matteotti 55/57

Tel. 039.65.08.40 - Fax 039.633.02.66

info@arteeforme.com

20063 **CERNUSCO S/N** - MI

viale Assunta 13

Tel. 02.924.54.15 - Fax 02.923.08.21

cernusco@arteeforme.com

Rimadesio

snaidero

ernestomeda

FORMER  
www.former.it

FEG

GALLI

www.arteforma.com

# Bilancio 2011-2012



**ERREPI S.p.A.**

**Sede:**

**Via Ollearo, 5**

**20155 Milano**

**Capitale Sociale**

**Euro 199.300**

## Signori azionisti,

L'esercizio dal 1° aprile 2011 al 31 marzo 2012 chiude con un saldo negativo pari a 59.534 euro.

Prima delle tasse il bilancio chiude con una perdita di 9503,00 euro.

Si segnala che la voce "crediti oltre 12 mesi" si è ulteriormente contratta passando da 50.745 euro del 2011 a 46.137 del 2012.

Riassumiamo in tabella i dati salienti dell'esercizio:

	esercizio 2010	esercizio 2011	esercizio 2012
Utile/Perdita d'esercizio	(58.261)	(38.675)	(59.354)
Plusvalenze da alienazioni e varie	(11.424)	(82.846)	(80.402)
Cessione di crediti inesigibili e minusvalenze	(71.408)	(102.231)	(58.048)

Ammortamenti	(62.477)	(60.367)	(67.297)
Canoni leasing	(46.009)	(32.550)	(26.175)
Accantonamento svalutazione crediti	(12.607)	(2.470)	(2.400)
<b>per un totale di:</b>	<b>(121.093)</b>	<b>(95.387)</b>	<b>(95.872)</b>

## Condizioni operative e sviluppo delle Attività

La crisi economico finanziaria in essere continua ad avere dei pesanti riflessi su tutto il settore delle comunicazioni di massa.

Non ci sono stabili segnali di ripresa, in generale, degli investimenti pubblicitari dopo la pesante flessione del 2008-2009.

Nel primo semestre dell'esercizio, fino a fine settembre 2011, la nostra raccolta pubblicitaria è stata stabile (con un lieve miglioramento) rispetto all'analogo del precedente esercizio.

A ottobre, cioè all'inizio del secondo semestre dell'esercizio, vi è stato un'improvviso crollo della raccolta pubblicitaria locale di entità superiore al 30%.

Per compensare questa perdita, a partire dal mese di gennaio, abbiamo stipulato con l'agenzia di pubblicità nazionale un contratto che prevede l'ingresso di più ventimila spot all'anno a fronte dei precedenti cinquemila.

Nel frattempo è nata una nuova indagine sull'ascolto radiofonico promossa dalla

società Eurisko alla quale hanno aderito tutte le emittenti nazionali e circa trecento emittenti locali.

I primi risultati di questa rilevazione mostrano la forte presenza e la vitalità della radiofonia locale.

In questo difficile quadro stiamo esplorando se ed a quali condizioni la nostra presenza sul web potrebbe portare una quantità significativa di pubblicità.

Errepi non ha riserve proprie per affrontare investimenti, che se necessario,

potrebbero essere finanziati dalla vendita delle circa 50.000 azioni ancora da collocare.

Ricordiamo che le azioni vengono collocate al prezzo di 80 euro cadauna.

## Sviluppo della domanda e andamento dei mercati in cui opera la società

### Pubblicità

Gli introiti pubblicitari di Errepi S.p.A. sono passati da 1.040.712 a euro 917.881 con una diminuzione in valore assoluto di 122.831 euro, pari al 12.00%.

Per il prossimo esercizio le previsioni che siamo in grado di elaborare ci fanno stimare che la raccolta pubblicitaria locale non sarà in ripresa.

Attualmente il calo della pubblicità locale si è stabilizzato al di sotto del 20%.

In questa situazione i maggiori investitori "locali" sono quelli di natura non commerciale.

L'aumento della pubblicità nazionale, attualmente, compensa le perdite che si registrano nel settore locale.

Nella tabella a pagina seguente vengono riepilogati i dati dell'andamento pubblicitario.

### Abbonamenti

Le entrate derivanti dagli abbonamenti passano da euro 1.442.152 a euro 1.465.564 con un incremento di 23.412 euro pari al 0.9%.

Sul totale delle entrate annue l'ingresso

**Relazione  
sulla  
gestione  
del Bilancio  
chiuso  
al 31 marzo  
2012**

# Bilancio 2011-2012

determinato dagli abbonamenti rappresenta il 43.78% e rimane così la componente di base su cui si regge il progetto editoriale e la sua autonomia.

I nostri abbonati reggono, nonostante la crisi economica, e ciò è un riconoscimento del nostro ruolo nel panorama dell'informazione e della comunicazione.

Nell'esercizio trascorso gli abbonamenti, che ricordiamo sono atti di liberalità degli ascoltatori verso Errepi S.p.A., sono passati da 14.485 (RID attivi) del marzo 2011 a 14.631 (RID attivi) con un incremento, in valore assoluto, di 146 abbonamenti.

Diamo ora conto dell'evoluzione nel tempo dell'aggregato relativo agli "Abbonamenti".

Nelle tabelle sotto vengono riepilogati i dati più significativi degli abbonamenti.

## Ricavi per iniziative ed altri ricavi

Accanto alle entrate relative alla "Pubblicità" e agli "Abbonamenti" evidenziamo i "Ricavi da iniziative" e gli "Altri ricavi e proventi".

Nella tabella sotto vengono riepilogati i dati più significativi.

logati i dati più significativi.

Nostra iniziativa tradizionale è il Banco di Garabombo, a sostegno della diffusione del commercio equo e solidale, realizzata assieme alla cooperativa Chico Mendes e alla cooperativa Libri in piazza.

Nel corso dell'esercizio abbiamo dato vita al "PopoGusto" un mercato alimentare che collega i piccoli produttori alimentari ai consumatori.

Il buon esito di queste iniziative ci ha fatto decidere di reiterare, fin dal prossimo mese di settembre questi appuntamenti.

Continua a essere promosso l'Idroparty che vede il 15 agosto alcune migliaia di persone partecipare all'evento con uno spirito di "comunità".

Sono da rilevare le nostre attività sui Progetti Europei che, generalmente, sono realizzate in collaborazione con altre radio europee e hanno come obiettivo una campagna comunicativa trasmessa sull'insieme di questo "circuito ad hoc".

Attualmente è in corso un progetto comunicativo sulla questione alimentare.

Da segnalare, infine, che l'importo di 883.835 euro di "altri ricavi e proventi" e "ricavi da iniziative" (contro i 837.503 euro dell'esercizio precedente) contiene per "ricavi da iniziative": Progetti Europei per un totale di 362.022 euro, Garabombo e Popogusto per euro 33.836, per le produzioni musicali euro 19.381, mentre "altri ricavi e proventi" contiene

le misure di sostegno previste per le emittenti radiofoniche locali (art. 52, comma 18, della legge 28 dicembre 2001, n. 448) per 220.000 euro ed i "Contributi all'editoria" (di cui alla legge 5 agosto 1981, n. 416) per un totale di 28.000 euro.

## Clima sociale, politico e sindacale

La situazione contrattuale vede Radio Popolare allineata alle altre emittenti del settore radiotelevisivo locale.

La situazione normativa dei lavoratori di Errepi S.p.A. è definita da due contratti, stipulati dal Coordinamento AER-ANTI-CORALLO con i sindacati di categoria - quello dei giornalisti compreso - che regolamentano il lavoro nelle emittenti radiotelevisive locali.

Ad integrazione dei contratti nazionali è vigente, dal giugno del 2000, un contratto interno, che risponde alle specifiche esigenze della nostra situazione.

In attesa del rinnovo della parte economica del contratto nazionale stipulato con la FNSI del gennaio 2010 viene erogato a partire da giugno 2012 la vacanza contrattuale pari ad 11 euro che porta la retribuzione base lorda ad euro 1474.13.

Da dicembre 2009 l'orario di lavoro settimanale è di 36 ore.

Al 31 marzo 2012 risultavano assunti a tempo indeterminato 37 dipendenti di cui 5 a part-time, e 2 dipendenti a tempo determinato.

Pubblicità	esercizio 2007	esercizio 2008	esercizio 2009	esercizio 2010	esercizio 2011	esercizio 2012
Importo incassato	1.314.894	1.295.559	1.284.791	943.411	1.040.712	917.881
% rispetto al totale dei ricavi	38,66	37,31	34,79	31,74	31,30	28,00

Abbonamenti	esercizio 2007	esercizio 2008	esercizio 2009	esercizio 2010	esercizio 2011	esercizio 2012
Importo incassato	1.435.280	1.386.257	1.318.665	1.449.841	1.442.152	1.465.564
% rispetto al totale dei ricavi	42,20	39,92	35,71	48,77	43,40	43,78
Numero degli abbonamenti RID (dato puntuale di fine marzo)	14.609	14.368	13.874	14.386	14.485	14.631

Esercizi	esercizio 2007	esercizio 2008	esercizio 2009	esercizio 2010	esercizio 2011	esercizio 2012
Ricavi per iniziative	239.912	286.892	106.091	167.953	452.419	481.858
Altri ricavi e proventi	410.777	503.449	982.815	411.456	385.840	401.977
Totale	650.689	790.341	1.088.906	579.409	837.503	883.835

## Analisi del Bilancio d'Esercizio

### Situazione Patrimoniale

La movimentazione dei principali aggregati patrimoniali è stata la seguente:

Attivo	esercizio 2009	esercizio 2010	esercizio 2011	esercizio 2012
Immobilizzazioni	3.478.111	3.430.915	3.374.359	3.383.833
Attivo Circolante	880.263	718.650	680.074	654.800
Ratei e risconti	1.144.689	1.230.076	1.150.554	1.132.407
<b>totale dell'attivo</b>	<b>5.503.063</b>	<b>5.379.641</b>	<b>5.204.987</b>	<b>5.171.040</b>
Passivo	esercizio 2009	esercizio 2010	esercizio 2011	esercizio 2012
Patrimonio netto	2.355.216	2.301.755	2.263.081	2.203.547
Trattamento fine rapporto	453.473	478.760	509.625	469.483
Debiti	2.640.080	2.597.908	2.393.714	2.487.425
Ratei e risconti	-	1.218	38.567	10.585
<b>totale del passivo e patrimonio</b>	<b>5.503.063</b>	<b>5.379.641</b>	<b>5.240.987</b>	<b>5.171.040</b>

Vi è da evidenziare che il patrimonio netto è di 2.203.547 euro; nella voce ratei i contributi derivanti dalle Leggi sull'Editoria e sul Sostegno del Ministero dell'Economia passano da 1.053.000 euro del 2011 a 876.743 euro del 2012 (grazie al pagamento delle provvidenze Editoria per gli anni 2003 e 2008); l'attivo circolante è di euro 654.800.

### Situazione Economica

#### Ricavi

Il totale dei ricavi è passato da euro 3.403.212 a euro 3.347.682 con una diminuzione in valore assoluto di 55.530 euro.

L'articolazione dei ricavi può essere così rappresentata:

Ricavi	esercizio 2011	%	esercizio 2012	%
Abbonamenti	1.442.152	42	1.465.564	44
Pubblicità radiodiffusa	1.040.712	31	917.881	27
Ricavi da Iniziative	452.419*	13	481.858*	14
Proventi diversi	385.084	12	401.977	13
Proventi ed oneri straordinari	82.846	2	80.402	2
<b>Totale dei ricavi</b>	<b>3.403.212</b>	<b>100</b>	<b>3.347.682</b>	<b>100</b>

\* Proventi Progetti Europei 2011 Euro 381,535

° Proventi Progetti Europei 2012 Euro 362,022

Al netto dei Progetti Europei i circa 35.000 euro di diminuzione dei ricavi sono sostanzialmente da imputare al calo di circa 120.000 euro delle entrate pubblicitarie. Queste perdite sono parzialmente compensate dall'aumento degli abbonamenti e da quelli da iniziative.

#### Costi

Il totale dei costi è passato da euro 3.387.769 a euro 3.407.434 con un aumento in valore assoluto di 19.665 euro. Si evidenzia che nei costi sono rappresentati euro 324.203 di erogazione alle Radio Estere Partner di Progetti Europei.

L'articolazione dei costi può essere così rappresentata:

Costi	esercizio 2011	%	esercizio 2012	%
Lavoro dipendente	1.313.982	38.60	1.256.980	36.89
Collaboratori	379.435	11.20	473.911	13.91
<b>Costo del lavoro totale</b>	<b>1.693.417</b>	<b>49.80</b>	<b>1.730.891</b>	<b>50.80</b>
Spese generali	1.475.416*	43.80	1.455.136*	42.70
Ammortamenti e accantonamenti	64.272	1.90	69.697	2.02
Interessi passivi	70.520	2.10	91.093	2.67
Canone di concessione	11.850	0.30	10.585	0.31
Irap e Imposte sul reddito	73.294	2.10	50.031	1.50
<b>Totale dei costi</b>	<b>3.387.769</b>	<b>100.00</b>	<b>3.407.434</b>	<b>100</b>

\* Di cui 331.339 euro a radio estere per Progetto Europeo per esercizio 2011.

\* Di cui 324.203 euro a radio estere per Progetto Europeo per esercizio 2012.

Al netto della componente "Progetti Europei" il totale dei costi è aumentato rispetto all'esercizio precedente di 26.801 euro pari al 0.8%. Vi è stato un incremento degli interessi di 20.573 euro, un aumento in valore assoluto di 6.930 euro per ammortamenti ed un aumento di 37.000 euro del costo del lavoro. Vi è stato invece una diminuzione di 20.000 euro nelle spese generali e di 23.000 euro nelle imposte. Sempre al netto dei "Progetti Europei" il costo del lavoro, si attesta attorno al 56% del totale dei costi.

### Situazione Finanziaria

Il debito complessivo passa da 2.393.714 a 2.487.425 euro (con aumento pari al 9.62%) ed è rappresentato per 1.381.000 euro (pari al 56%) da debiti a medio/lungo termine (il mutuo sull'immobile di via Ollearo). L'esposizione debitoria verso le banche entro i 12 mesi, che ricordiamo è composta da anticipazioni su crediti, passa da 565.128 a 640.960. L'attivo circolante che nel precedente esercizio era pari a 680.074 euro ammonta, alla data di redazione del Bilancio, ad euro 654.800, il che attesta che i nostri clienti sostanzialmente ci pagano anche se con tempi vicini ai 200 gg medi di ritardo. Vi è un incremento degli interessi che salgono a euro 91.093, contro i 70.520 euro dell'anno precedente con un aumento di euro 20.573. Infatti il sistema bancario, più lento nell'erogare crediti, è legato all'aumento costante degli interessi. Nel corso dell'esercizio è stata richiesta la moratoria di un anno della quota capitale sul mutuo immobiliare in essere, che ci è stata concessa a partire dal mese di luglio c.a.. Come abbiamo già avuto modo di ricordare il prezioso sostegno annuale da parte dello Stato all'emittenza d'informazione radiofonica locale, viene erogato in ritardo di anni. Purtroppo la cosiddetta "spending review" ha tagliato per gli anni 2013 e 2014 circa il 30% delle somme destinate al settore radio-televisivo locale. Per noi vorrà dire che a partire dall'anno 2013 vi sarà una diminuzione dei contributi di circa 50.000 euro all'anno. Attualmente la somma che Errepi deve percepire dallo Stato ammonta a 876 mila euro, nonostante l'avvenuto pagamento degli anni 2003 e 2008, e rimane la maggior fonte delle nostre sofferenze finanziarie. Entro l'anno in corso è previsto il pagamento, da parte del Ministero dell'Economia, del contributo relativo alla Legge 448 per l'anno 2010, mentre è caduto in perenzione l'anno 2009 ma, come, abbiamo visto è stato inaspettatamente pagato l'anno 2003.

### Destinazione del risultato d'esercizio

Si propone all'assemblea di destinare la perdita dell'esercizio di euro 59.534 così come segue: da coprirsi con l'utilizzo della Riserva di Rivalutazione.

*Il Presidente del Consiglio  
di Amministrazione Marcello Lorra*



# LA SOSTENIBILITÀ DI MILANO È UN FATTO.

IL FUTURO SARÀ MENO GRIGIO SE LO FAREMO UN PO' PIÙ VERDE. Siamo una banca attenta all'ambiente e alla crescita sostenibile, che utilizza elettricità prodotta esclusivamente da fonti rinnovabili. Siamo la banca dei milanesi per origine e per vocazione, perché la milanesità è sinonimo di laboriosità ed efficienza. Siamo una banca popolare, punto di riferimento per una comunità di persone con un forte legame al territorio. Siamo la Banca Popolare di Milano: una banca moderna, da 150 anni.



BANCA POPOLARE DI MILANO

*Il futuro è di chi fa.*