



Radio Popolare

n°53

*Errepi Dicembre 2016 n°53
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



di Samuele Pellecchia

● ● ●
**La voce
di chi
non ha voce**
pagina 4

● ● ●
**Operazione
primavera:
i biglietti**
pagina 7

● ● ●
**Bilancio
Errepi Spa
2015-16**
pagina 13



Ti abbiamo raccontato il mondo per oltre quarant'anni, ora ti portiamo a visitarlo.

IN VIAGGIO CON RADIO POPOLARE

- Viaggerai con le nostre "voci"
- Avrai come guide
i nostri corrispondenti più fidati
- Finzierai Radio Popolare

Mentre ci state leggendo un gruppo di ascoltatori di Radio Popolare sta preparando la valigia per una esperienza di "turismo responsabile" a Cuba in compagnia di Davide Facchini. Sono due caratteristiche peculiari dei nostri viaggi: ad accompagnarvi c'è sempre un redattore di Radio Popolare e trattasi di viaggi che cercano di favorire la positiva interazione tra industria del turismo, le comunità locali e i viaggiatori. Senza dimenticare che è anche un modo per finanziare Radio Popolare (ogni viaggio prevede una cedolare secca di 100 Euro di sottoscrizione).

I VIAGGI DEL FUTURO

• Cuba classica

(Avana, Pinar del Rio, Trinidad, Santa Clara)

29 dicembre

9 gennaio 2017

(accompagna

Davide Facchini)

• Belgrado

i suoi scrittori, pittori e la sua musica

dal 4 al 7 febbraio 2017

• Cuba Oriente

(Santiago, Baracca, Bayamo)

23 gennaio

4 febbraio 2017

(accompagna

Eddi Berni)

• Iran

(Teheran, Persepolis, Yazd, Esfahan)

dal 3 al 13 aprile 2017

(accompagna

Claudio Agostoni)

• Crociera

sul Danubio serbo

a bordo del Kovin: un

battello che Emir

Kusturica adottò per

alcune riprese di

Underground

dal 28 luglio

al 4 agosto 2017



Per le date
(i dettagli e i costi
di tutti i viaggi)
consultate il sito
radiopopolare.it
o telefonate al
nostro Viaggi &
Miraggi allo
02 54102460.

La voce di chi non ha voce

di Piero SCARAMUCCI e Michele MIGONE



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

Direttore responsabile:
Michele Migone

Direzione, redazione
e amministrazione:
via Ollearo, 5 - 20155 Milano
errep@radiopopolare.it
tel. 02-39.2411
www.radiopopolare.it

Progetto grafico:
Pasquale Graffeo

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

dicembre 2016
N° 53

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

MICHELE Quarant'anni dopo, Radio Popolare è ancora utile oppure no? E sì, in che modo è utile?

PIERO Quello che è certamente utile è il gruppo di lavoro che si è creato e l'intenzione che ha di collocarsi all'interno del sistema dell'informazione e della comunicazione. Un gruppo che si esprime principalmente con la radio, ma che può esprimersi con altri mezzi di comunicazione. La cosa importante è l'intenzione con cui si fa informazione, comunicazione, cultura; l'intenzione con la quale poi vai ad avere un rapporto con la gente. All'interno della radio si è consolidata un'intenzione profonda di autonomia, indipendenza: l'intenzione di avere un approccio critico alla realtà; il bisogno di guardare in avanti senza accontentarsi di ripetere i soliti rituali in cui sono imprigionati i media. Un gruppo che deve fare riferimento a quella che nella nostra Dichiarazione d'Intenti chiamiamo una parte della popolazione che non ha gli strumenti per comunicare.



In copertina:
Milano, aprile 1945.
L'entrata in città
della Brigata "Servadei".
(L'immagine è tratta dall'archivio
INSMLI, CVL sez. fot., serie 46)

Hanno collaborato
a questo numero:
Michele Migone
Piero Scaramucci
William Beccaro

Sembra un paradosso nell'epoca delle rete perché apparentemente tutti, dai 10 anni in su, fino alle nonne, tutti hanno la possibilità di comunicare. Ma in realtà, al di là delle apparenze, il significato profondo di quel riferirsi a coloro che "sono costretti a subire i meccanismi dei processi informativi e non hanno strumenti né per incidervi né per tutelarsene" rimane. La comunica-

zione sui social network sembra essere più un grande bailamme, dove tutti parlano individualmente, in un coro cacofonico. Questo non rappresenta una vera comunicazione.

Non è la sostanza della comunicazione come la intende Radio Popolare

MICHELE Una grande cacofonia dove tutto sparisce. Rimangono le opinioni, ma spariscono i fatti. Come dici tu, l'informazione vera sembra essere liquefatta. E di conseguenza la comunicazione. Vince l'opinione, a prescindere da qualsiasi fatto, o analisi dei fatti, da qualsiasi verità. La radio, Radio Popolare fa fatica a rimanere a un livello superiore a questo mare magmatico, combattendo giorno dopo giorno per mantenere la sua autorevolezza.

LA VOCE DI CHI NON HA VOCE

za, nonostante tutto. Secondo te ci riesce oppure no?

PIERO A volte ci riesce, a volte no. Come tutti subisce duramente l'impatto della scala di priorità imposta dai media mainstream. E sempre chi, come Radio Popolare, ha cercato di ancorarsi alla realtà e non al flusso dei si dice, ha fatto fatica. Una fatica quotidiana che tu ben conosci. Perché smarcarsi da quella scaletta di priorità dettata da altri è sempre complicato. E per farlo devi avere un continuo rapporto con la realtà, cioè devi andare a vedere le cose in prima persona. E anche questo è sempre più difficile. E poi, bisogna avere gli occhi limpidi, lo sguardo aperto. Essere liberi dalla cultura imperante o dalle culture imperanti.

MICHELE *Bella sfida questa. Fosse solo quella di combattere il mainstream probabilmente faremmo meno fatica. Il fatto è che adesso noi cerchiamo una nostra via originale, sempre con il timore di rimanere schiacciati da una parte dal pensiero unico dei media e dall'altra da una cultura, o forse più da un senso comune, secondo il quale è tutto negativo e imm modificabile. E' difficile navigare tra Scilla e Cariddi.*

PIERO Altro che imm modificabile, mai come oggi tutto muta rapidamente. Molte volte la cultura prevalente suggerisce degli assoluti, altre volte è il nostro ideologico che se mal digerito suggerisce altrettanti assoluti. Sono tempi complicati. Bisogna evitare di avere chiavi di lettura prefabbricate. Perché questo ti impedisce di misurarti con la realtà. Bisogna mante-



nera la capacità di analisi, usando il proprio pensiero e la propria cultura, ma avendo anche la capacità, la forza di mettersi sempre in discussione. Senza abbandonarsi a voli pindarici, ma stando con i piedi per terra, e indagare la realtà. E' lì che si capisce il presente e il suo evolversi. E' lì che si colgono i segni del futuro. Per una radio come Radio Popolare è importantissimo avere uno sguardo sul futuro. Sono pochi quelli che ora capiscono dove le cose andranno a parare. La radio deve essere tra i primi a coglierlo.

MICHELE *Compito arduo. Mi sembra di essere in una fase di passaggio, in un'età di mezzo. Se penso alla nostra comunità, vedo la possibilità di ampliarla da un punto di vista numerico e allargarla da un punto di vista generazionale sulla base di valori condivisi, ma non sono sicuro che la ruota della storia*

si muova in quella direzione. La frustrazione, la rabbia, addirittura il livore aumentano. Ed è comprensibile, visto la mancanza di risposte. Sapere cosa arriverà in futuro compito molto arduo. Che strumenti usare?

PIERO Che strumenti... La testa, ovviamente. La propria intelligenza, il desiderio di capire. Senza cercare conferme alle proprie convinzioni. Smarcarsi anche da quelle. Avere il desiderio e la capacità di stupirsi. Se si fa riferimento ai titoli dei giornali, alle sortite politiche si resta in coda. I politici non sono mai stati campioni di sincerità, ma quello che esce ora, in questo momento storico, dal ceto politico è straordinariamente inconsistente. Matteo Renzi promette di andarsene in caso di sconfitta al referendum e poi fa marcia indietro; Donald Trump nella campagna elettorale afferma che non invierà truppe in Medio Oriente e poi, dopo le elezioni, si rimangia la parola. Il ceto politico non è più credibile. Bisogna saper prescindere da tutto ciò. Bisogna agire in proprio. Una volta c'era uno strumento: l'inchiesta. Nel senso più ampio, marxiano. Quindi non quella sociologica e neppure quella giornalistica, ma una curiosità consapevole, colta, che verifica sul campo le teorie, cerca di capire come stanno veramente le cose e in che direzione muovono. Per me, rimane lo strumento più utile. Fare domande e verificare. Facendo dei percorsi critici, non raggiungendo dei traguardi. Usando l'ironia, l'autonomia. Penso che il gruppo di Radio Popolare abbia una potenzialità straordinaria. Poi magari non riesce a esprimerla, ma quella potenzialità esiste.

MICHELE *Altro tema: Radio*



Popolare in questi 40 anni è stato sia una radio che si apriva al confronto o diventava luogo di confronto, sia una radio di parte. A mio giudizio, in questi tempi è difficile riuscire ad avere un equilibrio tra queste due "funzioni".

PIERO Io personalmente penso che si debba essere sempre di parte. Essere superpartes è impossibile o ti fa cadere nelle banalità. Bisogna essere di parte. Nella nostra Dichiarazione d'Intenti c'è scritto con chi dobbiamo stare: con chi non ha il potere. Nei primi documenti della radio si parlava di proletariato. Ora questa parola suona imbarazzante per molti. Però anche i più tenui benpensanti parlano di una proletarizzazione del ceto medio, di una massa di disoccupati, di un esercito di persone senza più garanzie e diritti. Di un impoverimento crescente e di una espropriazione del sapere e del diritto di scelta. L'impossibilità di incidere sulle grandi scelte politiche è più marcata ora di quarant'anni fa. Questa proletarizzazione crea una massa composita e confusa di persone che deve essere il punto di riferimento di Radio Popolare. Poi, districarsi in quella massa non è facile. Questo comporta anche l'analisi di una sinistra che si è liquefatta. Quindi tocca alle donne e agli uomini di buona volontà cercare delle risposte.

MICHELE Essere di parte sui valori mi sembra quasi naturale per noi, anche se a volte, forse non riusciamo a essere incisivi nel modo di comunicarlo. E' sulla politica che ci chiedono di schierarci. Se facciamo una trasmissione con un certo taglio siamo per il Pd, se diciamo una notizia in un certo modo siamo per i Cinque Stelle. E molti ci chie-



dono: beh... allora, con chi state? Con nessuno, ovviamente, se non con i nostri ascoltatori, mi verrebbe da dire. Però quell'idea di essere un luogo di incontro dei progressisti, dei democratici, mi sembra possa essere ancora un valore...

PIERO La radio nasce per il concorso di vari gruppi della sinistra, ciascuno dei quali mette qualche soldo e i suoi uomini o donne. E ciascuno di questi gruppi pensava di poter comandare. Il tasso di conflittualità allora era altissimo a sinistra. Ci si menava. La radio resistette a tutto questo perché mise al centro della sua azione lo stare con quel proletariato di cui parlavamo prima. Perché l'aspetto centrale era quello: le lotte degli operai, degli studenti, dei democratici, le popolazioni colpite dalle bombe fasciste o dalla diossina o dagli sfratti. La radio non deve stare con un partito piuttosto che con un altro. Si tratta di intercettare quello che di buono viene fuori anche dalle forze politiche, ma poi la stella polare rimane quel popolo. Ci si deve schierare, senza dogmatismi. Ci si deve schierare sui principi ma anche sulle cose, quello sì. Fottendosene se poi qualcuno si adombra. Essere un salottino di confronti va bene. Ma non basta. La radio deve essere punto di riferimento politico ma anche grande polo culturale, lo è stata, lo è a tratti. Deve esserlo molto di più.

MICHELE Se penso alla radio di oggi penso anche alla questione generazionale. La maggior parte dei nostri ascoltatori e dei nostri sostenitori ha un'età che viaggia tra i 40 e i 60. Ricordo di aver parlato con un ascoltatrice che diceva

che noi rappresentiamo le generazioni dell'impegno e della responsabilità, mentre quelle che succedono sono quelle della ricerca della gratificazione ed è per quello che non riusciamo a fare breccia tra di loro. Eppure, io penso che anche per queste generazioni sia importante il tema della responsabilità, quindi una cosa che ci accomuna con forza. Facciamo però fatica a trovare un linguaggio comune con quelli che hanno dai 40 in giù. Ed è questo il dato in prospettiva più preoccupante.

PIERO Il problema esiste. A volte l'approccio della radio è convenzionale. E questo dipende proprio da una questione generazionale. Ora si può invecchiare dolcemente alla radio, non si licenzia nessuno. E non ci sono gli strumenti economici per ingaggiare altre persone. In effetti non sento giovani in onda. Il gruppo di lavoro invecchia ed è inevitabile a volte diventare convenzionali. Sulle generazioni più giovani posso dire che ci sono tracce di individualismo, ma anche di un forte disincanto rispetto alle scelte politiche generali, disincanto assolutamente fondato. Le macerie provocate dalla politica sono tante. Ma perché un ventenne dovrebbe innamorarsi di una parte politica di questi tempi? C'è individualismo, ma per contro anche la forte tendenza a fare qualche cosa quando c'è l'occasione. Guardate la manifestazione per i profughi della caserma Montello. Molti giovani. C'è una potenziale disponibilità a fare cose insieme, ma non si può pretendere che chi viene sempre disilluso abbia poi voglia di impegnarsi.



LA VOCE DI CHI NON HA VOCE

Ricordo Genova 2001, quel popolo composito, con un portato collettivo straordinario, massacrato dalla repressione. Un popolo che va a sbattere non solo contro il muro della polizia, ma anche contro l'assenza dei partiti della sinistra e dei sindacati in quella occasione. Quella gente si sentì abbandonata, senza una sponda politica di riferimento. E mi sembra che i giovani d'oggi abbiamo lo stesso tipo di problema. Vorrebbero incidere, ma non hanno sponde.

MICHELE Ci sono molti compiti davanti a noi: capire il futuro, metterci in discussione, aprire i microfoni alle generazioni più giovani facendole diventare protagoniste dell'onda, come tu giustamente ci dici; tornare all'inchiesta e credo anche a uno spirito originario della radio. In questi anni ci siamo "aziendalizzati". È stato un bene, un salto di maturità. Prima Radio Popolare era solo un trampolino di lancio, poi è diventato un



luogo dove costruire una vita professionale, ma è evidente che ciò ha comportato anche dei risvolti non solo positivi.

PIERO Quello che bisogna riaffermare è che si sta a Radio Popolare per cercare di dare attuazione alla Dichiarazione d'Intenti, una carta che rimane ancora valida nelle sue grandi linee. Il ceto sociale di riferimento, l'autonomia e la capacità critica di pensiero.

MICHELE Quello rimane il grandis-

simo tesoro di Radio Popolare. Se abbiamo 15.000 abbonati e una buona dose di autorevolezza è perché quel tesoro lo abbiamo custodito. Certo con tutti i nostri limiti. Noi, tra i 40 e i 50 anni siamo meno critici, forse anche meno creativi.

PIERO In tutti i gruppi di lavoro la routine prende il sopravvento. Ci sono alcune persone che vanno in onda e sono autoreferenziali mentre tutti dovrebbero capire che vanno in onda a dialogare con un pubblico. È un errore che fanno molti, ma se accade a Radio Popolare la cosa emerge con molta forza.

MICHELE Non dobbiamo scordarci mai che siamo un servizio pubblico.

PIERO Certo, mai dimenticarlo. Critica, autocritica, ricerca, testa libera. Nessuno perde il posto di lavoro a Radio Popolare se sviluppa un atteggiamento critico con discussioni e polemiche, come invece potrebbe capitare altrove. Più c'è dialettica dentro la radio e meglio è per la radio.

MICHELE Comunque sia, anche con tutti i suoi limiti ed errori, Radio

RADIO POPOLARE COMPAGNA DI VIAGGIO



Scopri i Popopunti vicino a te!

Sostienici e risparmia acquistando con i coupon nei Popopunti di Radio Popolare! Attraverso la nostra App ascolta la diretta e i podcast dei tuoi programmi preferiti... e trova i Popopunti sulla mappa della tua città!



**SCARICA SUBITO
LA NUOVA APP DI
RADIO POPOLARE!**

**Radio
Popolare**

Per maggiori informazioni scrivi a pubblicita@radiopopolare.it

Seguici anche sui canali social!



radiopopolare.it

LA VOCE DI CHI NON HA VOCE

Popolare è tuttora molto amata. In questo anno del quarantennale abbiamo ricevuto un'ondata di affetto e attenzione particolare.

PIERO Non ne sono sorpreso. Molta gente ha convissuto per quaranta anni con la radio. La critica, ma sa di non poterne fare a meno. Festeggiarla vuol dire festeggiare la propria vita.

MICHELE Quanto pensavi che sarebbe durata Radio Popolare quando l'hai fondata 40 anni fa?

PIERO Ah... io pensavo che sarebbe stata eterna, Pensavo che ci fosse un bisogno fisiologico di Radio Popolare. Abbiamo fatto cose necessarie, utili, bellissime, e tanti errori. Il principale è stato quello di non puntare subito, fin dalla fondazione, a una radio nazionale. Io lo proposi, ma qualcuno non era d'accordo. Non se ne fece nulla. Eppure ne avevamo le potenzialità. Quando facemmo un microfono aperto con Dario Fo censurato dalla Rai ricevevmo



telefonate dalla Calabria, molte radio si erano collegate artigianalmente, una all'altra, a catena. Era la prova che avremmo potuto avere subito un ruolo nazionale, ma non se ne fece nulla. Magari la storia della radio sarebbe stata diversa.

MICHELE Beh, adesso dobbiamo scrivere i prossimi capitoli. Sappiamo che dobbiamo migliorare il nostro prodotto e puntare sulla rete e per quanto riguarda la radio dobbiamo assolutamente avere dei giovani in onda.

PIERO Sì, fare cose dentro e fuori

dalla radio. Mischiarsi di più con la gente non solo della nostra area di riferimento tradizionale. Le feste della radio lasciano il segno. E poi, importantissima, la rete, è tassativo usarla, e bene, bisogna escogitare modi e linguaggi propri. Soprattutto i giovani possono aiutare ad aprire nuove strade. Se non entrano giovani la radio deperisce. Non trasmissioni per i giovani, evitare patetici paternalismi. Non giovani ragazzi di bottega a cui insegnare fin d'ora a diventare vecchi. Ma giovani che intervengono, vanno in onda, portano linguaggi e problemi, anche polemiche e scontri. Questa è una cosa utile. Ed è utile anche sapersi divertire. Per reagire al perbenismo che è sempre in agguato la nostra utopia era e dev'essere quella di fare uno strumento che la gente possa utilizzare per sapere, dire, agire. E progettare. Mi viene in mente uno dei primi slogan, nel 1979. Era "RADIO POPOLARE. UNA RADIO DA USARE". Scritto tutto in maiuscole. **MICHELE** Sì, concordo. Bellissimo! Una radio utile.

DIVENTA UN
POPOPUNTO

Sostieni Radio Popolare!
Attraverso la nostra App diventa Popopunto di riferimento per gli altri ascoltatori di Radio Popolare, promuovi la tua attività e vendi i tuoi prodotti con i nostri coupon.

**SCARICA SUBITO
LA NUOVA APP DI
RADIO POPOLARE!**

**Radio
Popolare**

Per maggiori informazioni scrivi a pubblicita@radiopopolare.it

Seguici anche sui canali social! [radiopopolare.it](https://www.radiopopolare.it)

Vuoi sostenere Radio Popolare? Ecco come puoi fare!

Con un abbonamento. Sono oltre **15 mila** le ascoltatrici e gli ascoltatori che sono abbonati a Radio Popolare, cioè che versano almeno **90 euro l'anno alla Radio**. È possibile farlo compilando il modulo Sepa (il vecchio Rid) sul sito di **radiopopolare.it** oppure attivando un versamento ricorrente con Carta di Credito o PayPal, sempre dal nostro sito. L'**ufficio Abbonamenti** è a disposizione per darti assistenza o qualsiasi chiarimento allo **0239241404** o via mail ad **abbonamenti@radiopopolare.it**

Con una donazione in denaro. In migliaia ogni anno contribuiscono in questo modo alla vita di Radio Popolare. Con una **donazione a partire da 20 euro**, otterrai **la tessera di Radio Popolare**, che conferma che fai parte di una comunità consapevole che sostiene l'informazione indipendente e la comunicazione libera. La tessera, che ha validità annuale, ti verrà spedita: per questo devi ricordarti di indicarci il tuo indirizzo e se puoi anche numero di telefono email quando effettui il versamento. La donazione può avvenire con Carta di Credito o con PayPal sia attraverso il sito **radiopopolare.it**, sia telefonando ai numeri **0239241404** o **02392414303 da lunedì a venerdì dalle 9.30 alle 19.00**. In alternativa puoi eseguire un bonifico intestato a **Errepi Spa Banca Popolare di Bergamo IBAN IT 46 Q 05428 01602 000 0000 18094** o, dall'estero, **IBAN IT 46 Q 05428 01602 000 0000 18094 BIC BEPOIT21**. Infine puoi fare un versamento sul **conto corrente postale 29466208** intestato ad **Associazione Radio Popolare, via Ollearo 5, 20155, Milano**, oppure venendo a trovarci in Radio e ai banchetti presenti alle nostre iniziative.

Comprando i biglietti dell'operazione primavera. È la **sottoscrizione di Radio Popolare**. Il singolo biglietto costa **2,5 euro**. In palio premi per un valore complessivo di oltre **100 mila euro. Estrazione il 1 aprile 2017**. I biglietti sono **acquistabili on line** su **radiopopolare.it**, attraverso la **App** con Carta di Credito o con PayPal. Oppure puoi **comprandoli nella sede di Radio Popolare** (via Ollearo 5, Milano), al **Popogusto** o alle iniziative di Radio Popolare. Per acquistare, quelli allegati a Errepi News, tutte le istruzioni le trovi stampate sul retro dei biglietti stessi.

Con donazioni di valore e lasciti testamentari. Hanno sorpreso anche noi le richieste che ci arrivano da parte di ascoltatrici e ascoltatori di citarci nei loro testamenti e ci ha meravigliato ancor di più ricevere beni di rilevante valore in questo modo. Posto che non possiamo che augurarti lunga vita, sappi che puoi nominarci eredi di un oggetto, di una parte o tutto il tuo patrimonio **citando Radio Popolare unitamente al suo codice fiscale 10020780150** nel tuo testamento.

12

Utilizzando la nuova App di Radio Popolare. **Se sei un inserzionista** potrai comparire tra i Popopunti e vendere i tuoi servizi e prodotti attraverso i nostri coupon. **Se sei un ascoltatore** usando la nostra App, potrai acquistare i nostri coupon sui quali sarà evidenziato quanto di quello che stai spendendo andrà a sostenere la Radio. Per maggiori informazioni **pubblicita@radiopopolare.it**.

Azzerando la bolletta di Radio Popolare. Se diventerai **Socio Consumatore di ÈNostra** e ti **dichiarerai ascoltatore di Radio Popolare**, la Radio riceverà uno sconto in bolletta. A quota **4 mila** adesioni, **Radio Popolare non pagherà più la bolletta elettrica per i prossimi 10 anni**.

Facendo pubblicità su Radio Popolare. Con i suoi **200 mila ascoltatori quotidiani** e il **mezzo milione di contatti settimanali**, siamo un ottimo veicolo per la tua pubblicità. E se il tuo messaggio deve valicare la Lombardia, c'è **Popolare Network**. Per qualsiasi informazione scrivi a **pubblicita@radiopopolare.it** o contattaci allo **0239241401**.

Bilancio 2015-2016



ERREPI S.p.A.

Sede:

**Via Ollearo, 5
20155 Milano**

Capitale Sociale

Euro 200.100

Signori azionisti,

con l'esercizio dal 1° aprile 2015 al 31 marzo 2016 si apre un nuovo triennio del CDA insediato nel luglio 2015 che si è rinnovato nella maggioranza dei suoi membri. Il bilancio chiude con un saldo negativo pari a 71.341 euro. Prima delle tasse l'esercizio chiude con una perdita di 43.409,00 di cui euro 29.041,00 imputabili a sopravvenienze ed euro 23.333,00 per cessione di crediti. Si segnala che la voce "crediti oltre 12 mesi" passa da 61.052,00 euro del 2015 a 31.440,00 euro del 2016 e che l'accantonamento per svalutazione crediti passa da 11.393 euro a 11.327 euro. Questa nuova amministrazione ha ereditato una situazione economico-finanziaria molto seria e gravosa. Al termine del primo anno di esercizio rileviamo migliorativa la parte economica e peggiorativa la parte finanziaria gravata da un'ulteriore finanziamento legato all'operazione Valcava. Riassumiamo in tabella i dati salienti dell'esercizio:

	esercizio 2014	esercizio 2015	esercizio 2016
Utile/Perdita d'esercizio	(230.430)	(174.266)	(71.341)
Plusvalenze varie	(8.501)	(-)	(-)
Cessione di crediti inesigibili e minusvalenze	(40.992)	(107.888)	(52.374)
Ammortamenti	(45.573)	(49.565)	(68.075)
Canoni leasing	(9.501)	(15.795)	(14.120)
Accantonamento svalutazione crediti	(1.720)	(11.393)	(11.327)
per un totale di:	(56.794)	(76.573)	(93.522)

CONDIZIONI OPERATIVE E SVILUPPO DELLE ATTIVITÀ

Il proseguire della crisi economica nel settore (oltre che nel paese) ha portato una ulteriore contrazione della raccolta pubblicitaria anche se inferiore alle perdite passate. In questo contesto, data la decisione presa di conservare complessivamente l'occupazione, è stato necessario ricorrere a contratti di solidarietà (meno salario meno orario) i quali però sono temporanei e non incidono permanentemente sulle uscite. Quest'anno sono stati utilizzati otto mesi tra cassa integrazione e contratto di Solidarietà e rispetto allo scorso anno il risparmio è stato inferiore. È stato quindi necessario tagliare tutti i contratti a chiamata ed anche le collaborazioni sono scese di 27.000 euro, nonostante questo il costo del lavoro è salito di 83.000,00 euro. Ormai è chiaro che la raccol-

ta pubblicitaria non ritornerà più ai livelli passati ed è sempre più evidente la necessità di trovare altre strade e risorse diverse per mantenere il nostro livello di occupazione. Per quel che riguarda la pubblicità, la parte nazionale della stessa, è ancora affidata alla concessionaria di recente costituzione realizzata da editori radiofonici ed operante prevalentemente con radio locali del nord Italia. In questo esercizio leggermente migliorativa ma non sufficiente da riequilibrare la perdita sulla raccolta locale. Tutti i nostri ricavi aggiuntivi – che hanno permesso la gestione annuale migliorativa – non derivano dalla gestione caratteristica, pubblicità, ma da altre attività (merchandising, viaggi, prodotti editoriali su supporti usb) legate alla capitalizzazione del marchio. La Fondazione Radio Popolare non ha avuto seguito causa la mancanza dei requisiti richiesti per considerare "storico" il nostro archivio. Questo stop ha notevolmente inciso sulla possibilità di nuovi introiti sul lungo periodo e tutta l'operazione andrà rivista nel suo complesso. Il cinque per mille resta un possibile obiettivo ma vanno rivalutati gli strumenti per ottenerlo. È stata completamente rinnovata la dotazione di pc aziendali e tutte le postazioni lavorative sono state migliorate. Si è investito in maniera importante su un nuovo sito di informazione. Questo investimento non era più procrastinabile e si è rivelato un importante elemento di valorizzazione del nostro lavoro editoriale. Al fine di ottimizzare il

nostro sistema informatico si è operata la migrazione di tutti i nostri sistemi e piattaforme dalla società Mir ad altri operatori. Mir S.r.l., di cui siamo soci, nel corso del 2016 cesserà la sua attività e si procederà per la sua liquidazione. La migrazione (posta, sito, blog, podcast ed app) è stata completata senza turbolenze e nel prossimo esercizio se ne vedranno i risparmi. Per migliorare l'ascolto nel bresciano, su segnalazione del nostro operatore Marco Tricella, abbiamo partecipato ad uno scambio di frequenze con altre radio (al solo costo delle spese notarili), senz'altro migliorativo per la copertura della zona. La consueta campagna raccolta fondi legata alla maglietta di Radio Popolare (quest'anno affiancata dalla produzione di due chiavette usb con i contenuti di "Autista Moravo" e "Radio Milano Liberata" + "Memos") ha prodotto oltre

**Relazione
sulla
gestione
del Bilancio
chiuso
al 31 marzo
2016**

Bilancio 2015-2016

70.000 euro. I viaggi di Radio Popolare si sono confermati una voce di ricavo importante. Segnaliamo infine due campagne del Comune di Milano pari a 34.000,00 euro. Agli abbonamenti in aumento dedichiamo uno spazio dettagliato nel capitolo a loro dedicato.

FATTI DI RILIEVO ACCADUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO

La sede di Via Ollearo necessita di lavori di manutenzione piuttosto urgenti. È stato sostituito l'impianto di aria condizionata delle redazioni con una spesa superiore ai 35.000,00. Resta da sostituire anche l'impianto dell'auditorium e questa spesa sarà affrontata nel corso dell'anno. È stato sostituito il mixer dell'auditorium ed un altro sarà necessario nei prossimi mesi da utilizzare per le esterne. Il 17-18-19 giugno 2016 presso il parco dell'Ex Ospedale Paolo Pini si è svolta la festa dei quarant'anni di Radio Popolare. All you need is pop è stato un momento di grande partecipazione (superati i 13.000 paganti). Tutte le spese sono state pagate attraverso gli sponsor e la festa ha prodotto un attivo di circa 130.000,00 e riteniamo interessante ragionare ad una seconda edizione. In occasione del quarantennale è stata prodotta in partnership con il Birrifico di Lambrate la 107.6 birra artigianale di cui possediamo la formula. L'intenzione è di tentarne la commercializzazione.

SVILUPPO DELLA DOMANDA E ANDAMENTO DEI MERCATI IN CUI OPERA LA SOCIETÀ

Pubblicità

L'esercizio chiude con 722.916 mila euro di raccolta nazionale e locale ed è ancora leggermente peggiorativa rispetto alla raccolta del precedente bilancio. Nella tabella sotto vengono riepilogati i dati dell'andamento pubblicitario.

Abbonamenti

Le entrate derivanti dagli abbonamenti passano da euro 1.488.569 a euro 1.548.426 con un aumento di 59.857 euro pari al 3.85%. Sul totale delle entrate annue l'ingresso determinato dagli abbonamenti, pur rimanendo in valore assoluto sostanzialmente stabile, ora rappresenta oltre il 58%. Nell'esercizio trascorso gli abbonamenti, che ricordiamo sono atti di liberalità degli ascoltatori verso Errepi S.p.A., sono passati da 14.634 (SEPA attivi) del marzo 2015 a 14.916 (SEPA attivi) con un aumento, in valore assoluto, di 282 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 esercizi vengono riepilogati i dati più significativi. La voce "ricavi da iniziative" contiene proventi di: Popogusto (mercato alimentare quest'anno ospitato da Arci Bellezza e Rotonda della Besana), Banco di Garabombo (realizzato con Coop Chico Mendes e Coop Librai), Operazione Primavera, Chiacchette USB, Mantelle, Magliette delle passate edizioni e maglietta "Zero Calcare". La voce "altri ricavi e proventi" contiene le misure di sostegno previste per le emittenti

radiofoniche locali (art 52, comma 18, della legge 28.12.2001, n 448) per 75.000 mila euro e "Contributi all'Editoria" (di cui alla legge 538.1981, n 416) per un totale di 3000 mila euro, la raccolta donazioni Pay Pal, Associazione Radio Popolare, i viaggi e gli affitti dei locali della sede. Su questi ricavi diversi specifichiamo che Garabombo è migliorato (+ 15.000) mentre l'operazione Primavera nonostante l'aumento del biglietto ha perso 9.000 euro, Popogusto è stabile.

Clima sociale, politico e sindacale

Come già evidenziato, dalla metà del mese di gennaio 2016 la società ha sottoscritto con le O.O.S.S. un nuovo accordo per un contratto di CIGD e Contratto Solidarietà. 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 AERANTICORALLO 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 1.474,13. Da dicembre 2009 l'orario di lavoro settimanale è di 36 ore. Al 31 marzo 2016 risultavano assunti a tempo indeterminato 40 dipendenti, di cui 3 a part-time; sempre al 31 marzo 2016 la radio impiega 5 dipendenti a tempo determinato.

Pubblicità	esercizio 2012	esercizio 2013	esercizio 2014	esercizio 2015	esercizio 2016
Importo incassato	917.881	956.784	890.109	782.972	722.916
% rispetto al totale dei ricavi	28.00	29.04	32.00	30.00	27.00

Abbonamenti	esercizio 2012	esercizio 2013	esercizio 2014	esercizio 2015	esercizio 2016
Importo incassato	1.465.564	1.453.539	1.472.790	1.488.569	1.548.426
% rispetto al totale dei ricavi	43.78	51.00	53.00	57.50	58.00
Numero degli abbonamenti RID (dato puntuale di fine marzo)	14.631	14.410	14.702	14.634	14.916

Esercizi	esercizio 2012	esercizio 2013	esercizio 2014	esercizio 2015	esercizio 2016
Ricavi per iniziative	481.858	99.297	157.148	111.622	216.821
Altri ricavi e proventi	401.977	307.112	235.428	201.785	181.428
Totale	883.835	406.409	392.576	313.407	398.249

ANALISI DEL BILANCIO D'ESERCIZIO**Situazione Patrimoniale**

La movimentazione dei principali aggregati patrimoniali è stata la seguente:

Attivo	esercizio 2013	esercizio 2014	esercizio 2015	esercizio 2016
Immobilizzazioni	3.554.338	3.579.220	3.551.152	3.811.683
Attivo Circolante	559.259	597.786	568.205	517.284
Ratei e risconti	1.079.318	632.860	439.629	384.027
totale dell'attivo	5.192.915	4.809.866	4.558.629	4.712.994
Passivo	esercizio 2013	esercizio 2014	esercizio 2015	esercizio 2016
Patrimonio netto	1.967.266	1.800.836	1.626.570	1.555.228
Trattamento fine rapporto	510.801	566.546	622.902	660.206
Debiti	2.714.848	2.442.484	2.244.991	2.497.560
Ratei e risconti	0	0	64.523	0
totale del passivo e patrimonio	5.192.915	4.809.866	4.558.986	4.712.994

Vi è da evidenziare che il patrimonio netto è di 1.555.228 euro, i debiti ammontano a 2.497.560 euro di cui 1.095.362 euro, sono rappresentati dal mutuo, della durata residua di nove anni e mezzo, dell'immobile di via Ollearo e dal mutuo per costruzione Valcava di euro 398.132.84 della durata residua di 9 anni e mezzo. Nella voce ratei i contributi derivanti dalle Leggi sull'Editoria e sul Sostegno del Ministero dell'Economia ammontano a 294.389 euro; l'attivo circolante è di euro 517.284.

SITUAZIONE ECONOMICA**Ricavi**

Il totale dei ricavi è passato da euro 2.584.948 a euro 2.669.591 con un aumento in valore assoluto di 84.643 euro. I ricavi sono rappresentati nella tabella sottostante.

Ricavi	esercizio 2015	%	esercizio 2016	%
Abbonamenti	1.488.569	57,5	1.548.426	58
Pubblicità radiodiffusa	782.972	30	722.916	27
Ricavi da Iniziative	111.622	6,5	216.821	8
Proventi diversi	201.785	8	181.428	7
Proventi ed oneri straordinari	0		0	
Totale dei ricavi	2.584.948	100	2.669.591	100

Si evidenzia un aumento di 59.857 euro della voce abbonamenti, un aumento di 105.199 euro dei ricavi delle iniziative ed una diminuzione di 20.357 euro degli introiti derivanti dalla legge 448 del 2001.

SITUAZIONE ECONOMICA**Costi**

Il totale dei costi è passato da euro 2.651.231 a euro 2.608.142 con un diminuzione in valore assoluto di 43.089 euro. Vi è da rilevare la presenza di un contratto di solidarietà, applicato per otto mesi su tutte le componenti salariali, ed una considerevole diminuzione delle collaborazioni. Sulle spese generali vi è stata una diminuzione di 115.647 euro. L'articolazione dei costi può essere così rappresentata:

Vi è stato un aumento degli oneri finanziari di 3.707 euro, (accensione mutuo valcava) e un aumento di 18.510 euro per ammortamenti. Il

Costi	esercizio 2015	%	esercizio 2016	%
Costo del lavoro				
Lavoro dipendente	1.105.299	41,5	1.188.316	46
Collaborazioni	323.223	12,2	296.716	11
TOTALE	1.428.522	53,7	1.485.032	57
Spese generali - Oneri div.	1.065.511	40,2	949.864	36
Ammortamenti e accantonamenti	49.565	1,8	68.075	3
Interessi passivi - Oneri fin.	65.961	2,8	69.668	3
Canone di concessione	7.649	0,3	7.571	0,5
Irap e Imposte sul reddito	34.023	1,2	27.932	0,5
Totale dei costi	2.651.231	100	2.608.142	100

costo del lavoro, si attesta attorno al 57% del totale dei costi. Si segnala che se il Contratto di Solidarietà fosse stato applicato come gli anni precedenti (11 mesi) in quest'esercizio sarebbe stato raggiunto il pareggio di bilancio.

SITUAZIONE FINANZIARIA

Nonostante la perdita di esercizio si sia ridotta rispetto al 2015 di circa 100.000,00 euro, è necessario segnalare un leggero peggioramento derivante dall'investimento di Valcava. Il debito complessivo passa da 2.244.991 a 2.497.560 euro ed è rappresentato per 1.095.362 euro dal debito a lungo termine per il mutuo sull'immobile di via Ollearo) e da 398.133 da debito lungo termine per il mutuo su progetto Valcava. L'esposizione debitoria verso le banche entro i 12 mesi, che ricordiamo è composta da anticipazioni su crediti, passa da 622.971 a 683.937, i debiti verso i fornitori passano da euro 371.236 ad euro 394.023. L'attivo circolante che nel precedente esercizio era pari a 568.205 euro ammonta, alla data di redazione del Bilancio, ad euro 517.284. Attualmente la somma che Errepi deve percepire dallo Stato ammonta a 294.389 euro. (Segnaliamo la congruità con gli studi di settore). Si ringrazia il Collegio Sindacale per il lavoro svolto nel triennio. Destinazione del risultato d'esercizio. Si propone all'assemblea di destinare la perdita dell'esercizio di euro 71.341 così come segue: da coprirsi con l'utilizzo della Riserva di Rivalutazione.

Amministratore Delegato del Consiglio di Amministrazione
Catia Giarlanzani

noticias**ИЗВЕСТИЕ****news****nouvelles****الأخبار****notizie**



Radio Popolare
ha scelto **ènostra**
Sceglila anche tu:
fai più leggera la bolletta
della Radio e la tua

ènostra
L'ENERGIA BUONA

Il fornitore cooperativo di elettricità
rinnovabile, sostenibile ed etica per
domestico, imprese e terzo settore



rinnovabile

solo elettricità da fonte
rinnovabile con Garanzia
d'Origine



sostenibile

energia da impianti di
produzione a basso impatto
ambientale e sociale



etica

si valuta la responsabilità sociale
dei produttori e si esclude chi
opera anche nel comparto fossile



partecipata

possibilità di partecipare, in
trasparenza, alla vita e alle
scelte della cooperativa



equa

prezzo dell'energia equo,
che si riduce al crescere del
numero dei soci



solidale

la cooperativa ha finalità mutualistica
e promuove il lavoro di rete e il
coinvolgimento delle comunità



ASSOCIATI A ÈNOSTRA E ATTIVA LA FORNITURA

Gli ascoltatori/abbonati che scelgono **ènostra**
contribuiscono ad **azzerare la bolletta della
Radio** e ottengono il **5% di sconto sul Prezzo
dell'Energia (PE)**

Come fare:

1. Vai su www.enostra.it/sottoscrivi
2. Scegli l'offerta tra le opzioni disponibili
3. Clicca su 'Attiva l'offerta' e accedi al modulo di adesione e attivazione fornitura
4. Completa la sottoscrizione inserendo i dati richiesti

NON DIMENTICARE:

Quando compili il modulo, nel campo convenzioni
scegli l'opzione abbonato/ascoltatore Radio Popolare

Numero Verde

800.593.266

Puoi contattarci al numero verde (dal lunedì al venerdì
dalle 9.30 alle 13) oppure scrivendo a info@enostra.it

www.enostra.it