

# Il manifesto nella «top ten» dei giornali digitali più venduti

- Matteo Bartocci, 21.05.2019

**iorompo.it.** Qui al manifesto ci siamo messi davvero in gioco. Gli ultimi dati di vendita relativi all'Ads di marzo, ad esempio, ci vedono al decimo posto per vendite digitali "vere", al netto degli sconti (sopra le 2.500 copie al giorno). Ma vogliamo fare di più. E bisogna rompere, tanto

Piano piano il muro di 400.000 mattoncini inizia a vacillare. Risolto qualche inevitabile piccolo problema tecnico iniziale, [i mattoni iniziano a volare](#) copiosi, come gli abbonamenti. La campagna partita il 15 maggio sarà una lunga maratona e sarete voi lettori, vicini e meno vicini, a decidere il traguardo finale.

Qui al *manifesto* ci siamo messi davvero in gioco.

Gli ultimi dati di vendita diffusi da [Prima comunicazione](#) relativi all'Ads di marzo, ad esempio, ci vedono al decimo posto per vendite digitali vere, al netto degli sconti (2.570 copie al giorno) subito sotto al *Messaggero*.



Dati Ads vendite digitali marzo 2019 prezzo uguale o superiore al 30% dell'edicola

E questo molto prima della campagna, iniziata appunto a metà maggio. Ma dobbiamo sognare in grande, vogliamo il manifesto nella «top five» se non delle edicole vere (purtroppo servirebbero più di 60mila copie al giorno) almeno in quelle digitali.

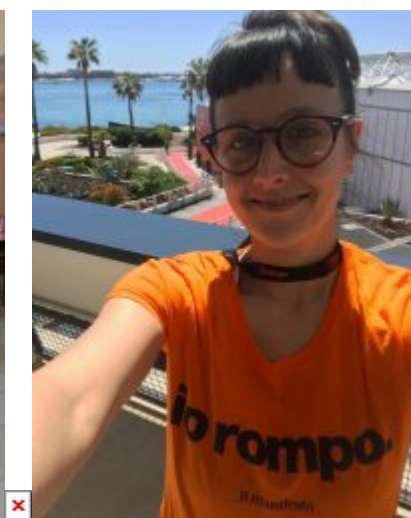
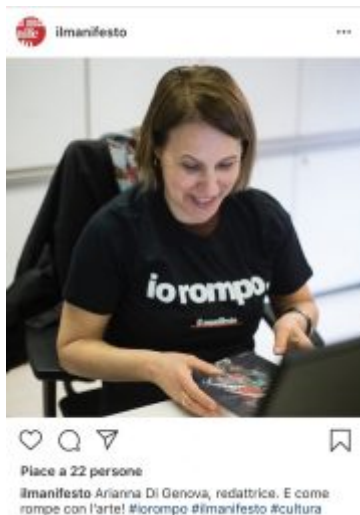
Bisogna lavorare duramente per riuscirci ma se riusciremo ad abbattere questo odioso muro, allora costruiremo nel corso del 2020 un giornale on line universale e accessibile a tutti grazie all'impegno dei patroni che hanno partecipato a questa campagna.

Siete voi i capitani di questo vascello, ciascuno di voi può decidere la nostra rotta.

Abbiamo la possibilità di dare una sonora lezione ai pentaleghisti di governo che hanno abolito il fondo per il pluralismo e sperano che il «mercato» faccia il lavoro sporco da solo.

E allora portiamo il manifesto in cima al cosiddetto «mercato» e rimarranno tutti a bocca aperta. Contro chi vuole toglierci la voce non basta alzarla (come si propone *Repubblica*). Bisogna rompere, e tanto!

Stiamo coinvolgendo artisti, intellettuali, compagni e amici che in modo disinteressato [vogliono contribuire](#) al successo di questa campagna.



L'ex sindaco Domenico Lucano ha voluto essere tra i primi a «rompere», aderendo subito alla nuova campagna abbonamenti.

Nel frattempo parte oggi nelle commissioni riunite di camera e senato l'esame degli emendamenti al decreto crescita per la moratoria dei tagli a [Radio Radicale](#) (emendamento della Lega) e i quotidiani in cooperativa e non profit (emendamento Pd-Si). Seguiremo con molta attenzione l'iter parlamentare sperando in un sussulto di coscienza della maggioranza.

Non ci sentiamo soli, anche se la fatica di remare in direzione ostinata e contraria è sempre tanta.

Cinquant'anni fa iniziava la storia del *manifesto*. Vogliamo essere all'altezza del passato e

conquistare il futuro. Perciò [rompete, diventate patroni, abbonatevi](#), passate parola a voce o sui social.

Per qualsiasi domanda potete scrivere a [iorompo@ilmanifesto.it](mailto:iorompo@ilmanifesto.it)

## **Errata corrige**

*Per un nostro spiacevole errore, nella prima versione dell'articolo on line e nel manifesto in edicola il 21 maggio abbiamo indicato per sbaglio che la foto di Domenico Lucano era stata scattata a casa sua a Riace. Così naturalmente non è, perché il divieto di dimora per lex sindaco è ancora in vigore. La foto è stata scattata a Stignano, non a Riace. Ce ne scusiamo con Lucano, gli interessati e tutti i lettori.*

© 2020 IL NUOVO MANIFESTO SOCIETÀ COOP. EDITRICE