

Governo



Giovanni Legnini, deputato del Pd e sottosegretario alla presidenza del Consiglio con delega all'Editoria, alla Comunicazione istituzionale e all'Attuazione del programma.

Dalle parole ai fatti

Riuniti dal sottosegretario con delega all'Editoria Giovanni Legnini, tutti i soggetti della filiera dell'informazione hanno concordato i punti per arginare la crisi e rilanciare il settore. Le misure concrete e le risorse necessarie dovrebbero arrivare con la legge di Stabilità

Mentre ormai tutti erano in ferie, il 6 agosto è stato raggiunto un accordo tra governo e mondo dell'editoria per rispondere alla crisi che da anni sta aggredendo il settore e per individuare il modo per poter avviare un rilancio. Protagonista è stato Giovanni Legnini, deputato del Pd e sottosegretario alla presidenza del Consiglio con delega all'Editoria, alla Comunicazione istituzionale e all'Attuazione del programma, che è riuscito a mettere intorno a un tavolo i principali componenti della filiera dell'informazione. Una serie di sigle che ha compreso, tra gli altri: gli editori con la Fieg, l'Uspi, l'Anes, l'Aie, l'Anso; i giornalisti con l'Ordine, il loro sindacato, la Fnsi e l'Inpgi, l'istituto di previdenza; i rappresentanti dei distributori e quelli delle organizzazioni degli edicolanti, oltre a Mediacoop (l'associazione nazionale delle cooperative giornalistiche, editoriali e della comunicazione) e Federazione dei settimanali cattolici. E sono bastate tre o quattro riunioni per arrivare a un accordo in 11 punti sugli obiettivi per rimettere a galla il settore.

Si tratta di proposte generali e non si è ancora arrivati a misure specifiche, come precisa lo stesso Legnini. "Ho in mente una sorta di road map", afferma. "L'obiettivo prioritario era di chiudere questa intesa, che ha un valore metodologico e di merito importante, ma naturalmente riguarda solo gli obiettivi generali e non entra nel dettaglio. Volevamo arrivare a un documento entro l'inizio

di agosto e ci siamo riusciti. Ora sto lavorando a un articolato del protocollo, scendendo nel dettaglio per trasformare quei punti in misure concrete".

Nelle poco più di quattro cartelle che compongono il protocollo d'intesa (la versione integrale è nei Documenti di *Primaonline.it*), dopo aver preso atto della crisi strutturale del settore – originata da una persistente congiuntura economica negativa e dalla profonda trasformazione del mercato dei media – e dell'insufficienza degli strumenti previsti dalle leggi attuali per sostenere il pluralismo dell'informazione in quanto "bene pubblico comune" da tutelare, si evidenzia l'esigenza di intervenire in tempi rapidi per avviare "alcune iniziative concrete che potrebbero dare subito respiro al settore favorendo l'adeguamento tecnologico e organizzativo".

Ecco gli obiettivi. Innanzitutto, finanziare con misure come il credito agevolato alle imprese i processi di innovazione tecnologica e di ristrutturazione aziendale, oltre a favorire la nascita di nuove imprese editoriali innovative come già fatto per le startup di altri settori. Poi, favorire assunzioni di professionalità adeguate ai new media, rifinanziando contemporaneamente i prepensionamenti e gli altri ammortizzatori sociali previsti dalla legge 416 sull'editoria. Anche lo sviluppo del digitale e l'offerta di contenuti multimediali devono essere sostenuti con misure di incentivazione fiscale. Altro punto crucia-

le, difendere il diritto d'autore sul web, legato alla ricerca di un accordo tra editori e aggregatori di notizie, come Google. E per quanto riguarda la distribuzione e la rete di vendita, la loro modernizzazione attraverso l'informatizzazione con misure di incentivazione fiscale e interventi di carattere amministrativo e normativo, promuovendo contemporaneamente il confronto con Regioni e amministrazioni territoriali per definire criteri uniformi di applicazione nel settore della distribuzione e della vendita dei giornali. Infine, i contributi diretti con la stabilizzazione del finanziamento del fondo gestito dalla presidenza del Consiglio per il prossimo triennio, evitando che lo stesso fondo sia gravato da oneri finanziari per i debiti pregressi. Mentre, rispetto alle tariffe postali, l'obiettivo è di mantenere l'attuale regime, magari alleggerendolo per le imprese editoriali minori e quelle non profit.

Stesa la piattaforma, bisognerà trovare le risorse in base alle quali si potranno fare le relative scelte e specificare concretamente le iniziative per rilanciare il settore. "L'obiettivo che ci siamo dati è la legge di Stabilità, il giusto ambito per fare delle scelte", precisa Legnini, indicando la scadenza della presentazione della Finanziaria che l'esecutivo deve presentare al Parlamento entro il 15 ottobre. "Tanto di guadagnato se riusciremo ad anticipare. Ma penso che sia ragionevole collocare l'emanazione delle misure concrete in quel periodo. Il passaggio più difficile è il reperimento delle risorse, ci sto lavorando. Poi, farò il punto con il presidente del Consiglio Letta e con l'intero governo".

È facile prevedere che, nonostante l'impegno del sottosegretario abruzzese, la filiera dell'informazione italiana è ben consapevole che l'entità dei fondi che si può aspettare dallo Stato è ben lontana dalla cifra, 516 milioni di euro, che il governo francese ha messo a disposizione del settore editoriale nel 2013. "Io mi sto sforzando di ribadire che, mentre in Italia ci sono fortissime polemiche sull'erogazione di soldi pubblici all'editoria, in realtà il nostro Paese è fanalino di coda in questo campo", sottolinea Legnini. "Insomma, la tesi per cui saremmo così tanto generosi nell'elargire fondi all'informazione è totalmente infondata. Basti dire che il fondo per i contributi pubblici era più di 500 milioni sei anni fa e sarà 142 milioni nel 2014. Anche i controlli per l'erogazione dei fondi pubblici sono diventati molto più rigorosi. Io vorrei affermare il principio che l'informazione è un settore produttivo del nostro Paese e il suo prodotto è un bene prezioso costituzionalmente garantito, rilevante. Certo, se continuiamo a ragionare nella logica di rispondere a interessi di questo o quell'editore, di questa o quella forza politica, di questa o quella categoria, non ne usciremo mai. Se invece siamo convinti che un Paese come il nostro non può indebolire, come sta accadendo, il sistema dell'informazione, allora faremo un passo avanti".

All'interno di un settore in forte difficoltà le aspettative sono molte, ma il cinquantatreenne sottosegretario non intende anticipare cifre. "Vorrei continuare a muovermi come per l'accordo del 6 agosto: fino alla conclusione non ho praticamente parlato", dice. "Non ho mai fatto cifre. Alcuni organi d'informazione hanno sparato numeri che, però, non sono mai usciti dalla mia bocca. La maggioranza dei fondi riguarderà la 416, e il finanziamento degli ammortizzatori sociali? Non c'è solo quello, anche se spesso chi scrive è attento soprattutto a questo punto. Infatti, sono molto importanti le risorse per ammodernare la distribuzione, per l'informatizzazione dei punti vendita. E c'è la parte a sostegno dell'innovazione tecnologica e delle iniziative on line".

GLI EDITORI: GIULIO ANSELMINI

"Ci aspettiamo interventi condizionati alle riforme"

Tra gli editori l'iniziativa del sottosegretario del governo Letta è stata accolta con favore. "È un segnale positivo anche se la realizzazione concreta dell'impianto del protocollo che ne deriva è appesa al contesto politico molto incerto che tutti stiamo vivendo", commenta Giulio Anselmi, presidente della Fieg.



Giulio Anselmi

"Sui punti contenuti nell'intesa gli editori sono a grandi linee d'accordo. Legnini ha sollecitato a investire nell'informazione tradizionale e in quella digitale con un percorso condivisibile. La Fieg e i suoi associati hanno smesso da parecchio tempo di chiedere soldi all'esecutivo. L'informazione sta attraversando una fase critica e stiamo vivendo soprattutto in Italia un periodo eccezionale, per cui in

un momento di forte trasformazione del settore ci aspettiamo interventi condizionati a elementi di riforma. Anche il rifinanziamento della 416 deve essere accompagnato dalla riorganizzazione del mondo dell'informazione che, tra l'altro, come prevede il protocollo promosso da Legnini, comprende un certo livello di assunzioni di giovani, necessario per modernizzare l'intero settore".

Per lasciare spazio ai nuovi entrati è inevitabile il ricorso agli ammortizzatori sociali, prepensionamenti in primo luogo. A questo proposito Anselmi si dice disponibile a monitorare insieme agli organi di rappresentanza dei giornalisti la tenuta del sistema di previdenza della categoria, ma "non a istituire una sorta di 'cabina di regia' che definisca le posizioni prioritarie nella lunga lista di richieste di stato di crisi che arrivano dalle aziende".

Un altro punto particolarmente sensibile per gli associati alla Fieg è la salvaguardia del diritto d'autore sul web e il contenzioso con Google per l'utilizzo dei contenuti sulla Rete. "Non pensiamo a uno scontro", dichiara Anselmi. "Anche in questo caso auspichiamo un appoggio dell'esecutivo per arrivare a un accordo che riconosca i diritti di chi produce contenuti".

Altro elemento diventato ormai imprescindibile riguarda l'efficienza della catena della distribuzione, in particolare della rete di vendita. "Ne abbiamo discusso nel corso della riunione del nostro comitato di presidenza del 19 settembre", spiega il presidente della Federazione degli editori. "Già il precedente governo Monti aveva sollecitato la connessione in Rete delle edicole con costi in parte addossati agli editori e in parte al governo, che aveva previsto 10 milioni di euro per un modello di informatizzazione che consentisse di fornire servizi ai cittadini come già fanno le tabaccherie. Per la realizzazione del progetto stiamo valutando l'ipotesi di una serie di partner".

Legata ai punti vendita anche la vicenda dell'aumento dell'Iva per gli allegati. "Noi continueremo la battaglia, che al momento sembra apparentemente persa", ammette Anselmi. "Tra l'altro insisteremo a richiedere che l'aliquota del 4% rimanga per tutti quegli elementi aggiuntivi che vanno a integrare l'informazione".

I GIORNALISTI: ANDREA CAMPORESE

"Privilegiare chi assume e progetta il rilancio"

Anche tra i giornalisti c'è grande attesa di verificare se il sostegno al sistema del loro welfare si concretizzerà. "Non c'è dubbio, considerati i due macroproblemi, frutto

→

→

del trascinarsi di quattro anni di crisi, che ci ritroviamo sul tavolo”, afferma Andrea Camporese, presidente dell’Inpgi, l’istituto di previdenza della categoria. “Dobbiamo, innanzitutto, tornare a far crescere il numero dei giornalisti contrattualizzati e, poi, bisogna riuscire a pensare in modo razionale a come rendere compatibile il costo degli ammortizzatori sociali. Gli stati di crisi sono arrivati a decine, la depressione complessiva dell’occupazione ha sfondato le 2mila unità se comprendiamo i prepensionamenti e i pensionamenti anticipati di quanti, maturati i requisiti, se ne vanno appena possibile, incentivati o meno, perché l’azienda va male. E bisogna aggiungere il blocco del turnover”.

“Anche il tema degli ammortizzatori presenta risvolti preoccupanti”, continua Camporese. “L’Inpgi in quattro anni e mezzo ha visto triplicare i costi con un’esplosione dell’utilizzo della solidarietà, in precedenza sconosciuta nel nostro settore, e della cassa integrazione. Di conseguenza, anche se la disoccupazione è stata stabile, l’Inpgi spende molto di più di ciò che incassa per via contrattuale. Allora, se si ipotizza un rilancio del settore editoriale, all’origine dell’iniziativa del sottosegretario Legnini – bravissimo nel riuscire a far convergere su linee comuni tanti soggetti del settore – non si può non pensare al peso dei costi degli ammortizzatori, che non può essere messo totalmente in carico all’istituto e deve veder partecipare le parti sociali e, dove il governo lo ritenga giusto, anche lo Stato”.



Andrea Camporese

Per quanto riguarda i prepensionamenti, le risorse pubbliche decise dall’ultimo governo Berlusconi sono esaurite. A disposizione ci sono quelle del fondo alimentato dal versamento da parte degli editori per ogni iscritto all’Inpgi (il 30% della riserva matematica). “Si alimenta mese per mese e permette di fare ulteriori prepensionamenti, ma la lista d’attesa supera ampiamente i soldi disponibili: basta sommare le richieste pervenute da Mondadori e Rcs”, racconta Camporese. “Un ipotetico ulteriore finanziamento, a mio parere, non deve essere indirizzato al finanziamento della crisi”.

Il presidente dell’Inpgi ritiene che le misure di sostegno e di rilancio, soprattutto se si parla di risorse pubbliche, dovrebbero essere destinate prioritariamente alle aziende che affrontano un periodo di crisi progettando contemporaneamente iniziative per il rilancio e a quelle che assumono assorbendo disoccupati o cassaintegrati, magari anche non troppo giovani. “Sostenere i costi degli ammortizzatori significa aiutare a traghettare il mondo dell’editoria in un ambito diverso con il minore impatto sociale possibile”, spiega Camporese, aggiungendo che l’Inpgi ha previsto sconti previdenziali elevati, 60% per 3 anni, per chi assume a tempo indeterminato. “Nessuno, nel pubblico e nel privato, in Italia ha avuto il coraggio di decidere un intervento del genere. Siamo arrivati a 320 contratti: non sono tanti, ma più di niente”.

Le casse dell’Inpgi comunque reggono, come assicura il presidente dell’ente. “Ci difendiamo in tutti i modi, cercando efficienze interne e finanziarie, lo scorso anno abbiamo chiuso con uno straordinario rendimento, superiore al

10% netto, del nostro patrimonio immobiliare”, dichiara, rassicurando su un possibile intervento governativo sulle pensioni dei giornalisti italiani. “Siamo un ente privato e mi pare impossibile che l’esecutivo possa dettarci delle modifiche dei regolamenti, della metodica e anche del calcolo e dell’erogazione delle pensioni. Credo che questo dibattito riguardi soprattutto la previdenza pubblica. Oltretutto, abbiamo superato un test molto pesante imposto dal ministro Fornero, dimostrando la tenuta dei conti per i prossimi 50 anni, e riteniamo di essere nel pieno della nostra autonomia. Come tutte le altre categorie, però, subiamo il blocco delle perequazioni delle pensioni”.

GLI EDICOLANTI: ARMANDO ABBIATI E GIUSEPPE MARCHICA “Va bene l’informatizzazione, ma salviamo i punti vendita”

“Abbiamo condiviso i validi propositi e i buoni spunti dell’iniziativa del sottosegretario Legnini, che ora vogliamo diventare realtà, e in tempi brevi, a cominciare dal processo di informatizzazione delle edicole che da tempo chiediamo a gran voce”, dice Armando Abbiati, presidente dello Snag, sindacato autonomo degli edicolanti aderente alla Confcommercio. “Tuttavia, non possiamo dimenticare che poco o nulla è cambiato nella consuetudine di adottare misure sconsiderate che colpiscono le edicole e gli edicolanti, per di più in un periodo segnato da una pesante crisi economica. Aumentare del 500% l’importo sull’Iva dei gadget allegati alle riviste e ai giornali venduti in edicola costituisce a tutti gli effetti un aumento inconcepibile che avrà l’effetto di affossare un settore da tempo in difficoltà: soltanto negli ultimi 5 anni sono state chiuse 5mila edicole, bruciando migliaia di posti di lavoro. Sono dati allarmanti che mettono in risalto lo stato di assoluto pericolo in cui versa non solo la categoria degli edicolanti ma il diritto costituzionalmente garantito al pluralismo dell’informazione. Il drastico calo o, addirittura, la scomparsa di cd, dvd e beni connessi toglierebbe all’intero canale il 35% delle vendite complessive”.



Armando Abbiati



Giuseppe Marchica

Anche Giuseppe Marchica, segretario del Sinagi, l’organizzazione sindacale degli edicolanti aderenti alla Cgil, pur soddisfatto di aver visto tutti i soggetti della filiera riuniti a discutere i problemi comuni, rileva la drammatica situazione dei punti vendita. “A parte che la Fieg ci dice da due anni che c’è un progetto, ma non se ne vede traccia, l’informatizzazione semplificherebbe il rapporto con la distribuzione, ma non salva le edicole”, afferma. “Ciò diventa possibile se, per esempio, si decide che il nostro è un servizio pubblico. Il sottosegretario si è impegnato a qualche atto in direzione della sopravvivenza dei punti vendita, ma abbiamo fretta di vedere che le intenzioni si concretizzino per non cadere nella contraddizione di finanziare le idee e poi di non avere come e dove farle arrivare ai lettori”.

Carlo Riva

Rcs, Espresso, Stampa, Caltagirone, 24 Ore e Mondadori pronti a vendere insieme copie digitali

Edicola Italiana apre a primavera

Allo studio voucher virtuali. Digital Magics partner hi-tech

DI MARCO A. CAPISANI

Corriere della Sera, Repubblica ma anche i periodici Mondadori e altre principali testate italiane si potranno comprare in formato digitale, scegliendo all'interno di un solo chiosco online e senza dover navigare da un sito all'altro, come peraltro già succede da tempo all'estero. Dalla prossima primavera infatti, aprirà ufficialmente, secondo quanto risulta a *ItaliaOggi*, Edicola Italiana, piattaforma di vendita creata dai sei editori Rcs Mediagroup, Gruppo L'Espresso, La Stampa, Caltagirone editore, Il gruppo 24 Ore e Mondadori. Tra una decina di giorni si dovrebbero concludere i preparativi grazie all'accordo con Digital Magics, società fondata e presieduta da **Enrico Gasperini** (non-

ché presidente Audiweb) che fornirà il supporto tecnologico alla piattaforma di vendita. Poi ci sarà il vaglio finale dei sei editori sull'intero progetto in fase di lancio.

Nel nuovo chiosco digitale i lettori potranno acquistare sia singole copie sia abbonarsi al giornale preferito. E, in prospettiva, si potranno comprare buoni spesa virtuali da spendere poi come si vuole.

Per esempio, un lettore può acquistare un voucher da 100

euro e, nel tempo, decidere di comprare una copia del *Corriere della Sera*, abbonarsi a un periodico Mondadori e ancora acquistare due copie della *Stampa* di Torino o del *Messaggero* di Roma. Il sistema di pagamento parte attraverso carta di credito, per poi essere successivamente perfezionato e implementato.

Come politica di prezzi a ogni editore è lasciata piena libertà di fare o meno sconti. In Francia, per esempio, costanti e importanti campagne promozionali (senza dimenticare quelle pubblicitarie classiche) sono sempre online per incentivare il passaggio alla lettura digitale

e, soprattutto, per recuperare lettori disaffezionati alla carta stampata. Le riduzioni oscillano, in media, tra il 20 e il 30% rispetto al prezzo di copertina della versione cartacea e non fanno attendere i risultati, fuggendo i timori di svilire marchi o azzerare margini. A conferma, approfittando delle ferie estive, i chioschi digitali francesi hanno registrato una crescita degli abbonamenti fino al 30%.

In Italia, però, la politica dei prezzi dovrà comunque rispettare i parametri fissati da Ads che prevede diverse fasce di sconti con un limite massimo che non può superare il 50% sul prezzo di copertina

(perlopiù nel caso delle vendite abbinate carta+web).

Quali sono quindi tutti i vantaggi per gli editori, al di là di provare ad aggirare la fuga dei lettori dalle edicole canoniche? Sicuramente, gli editori che si sono costruiti la propria Edicola Ita-

liana potranno sostenere costi di vendita più bassi rispetto a un modello come quello fornito per esempio da Apple. In seconda battuta, avranno a disposizione tutti i dati sugli acquisti, da quelli macro (validi soprattutto per impostare campagne pubblicitarie) ai risultati di vendita di una singola testata, passando per la più importante profilazione di chi ha acquistato quella testata (informazioni che tra l'altro Apple non fornisce ai suoi partner). Un database finale che i sei editori di Edicola Italiana potranno giocare, ognuno per conto proprio, per stabilire le loro successive strategie di marketing.

Nata nel dicembre 2012, sotto la presidenza di **Fabrizio Carotti** (direttore generale della Federazione italiana editori giornali, Fieg), Edicola Italiana sarà raggiungibile da qualsiasi tablet, personal computer o dispositivo mobile. E prossimamente dovrebbe aprirsi anche a nuovi editori-soci.

—© Riproduzione riservata—

