



Roma, 20 ottobre 2020

*On. Andrea Martella
Sottosegretario di Stato
alla Presidenza del Consiglio dei Ministri*

Signor Sottosegretario,

l'emergenza da Covid-19 ha determinato un ulteriore aggravamento della crisi dell'editoria giornalistica, con pesanti effetti anche sulla rete di vendita della stampa.

In tale quadro e pur tra innumerevoli difficoltà, la rete delle edicole è stata in grado di assicurare un servizio informativo professionale che – come è stato unanimemente riconosciuto – oltre a concorrere all'efficacia delle misure di contenimento e contrasto del contagio, ha garantito l'esercizio del diritto di informazione dei cittadini, assicurando la disponibilità di quotidiani e periodici, e con essi di una informazione di qualità, anche nel periodo di blocco della generalità delle attività economiche del Paese.

La Fieg e le associazioni sindacali degli edicolanti condividono la necessità di preservare e modernizzare una rete che, con i suoi presidi sul territorio, svolge un servizio di interesse generale a favore della collettività.

Con tale finalità, gli editori della Fieg e i rivenditori delle associazioni sindacali sotto indicate sottopongono alla Sua attenzione le allegate proposte in cui sono indicati alcuni interventi per favorire la resilienza e la ripartenza della rete di vendita della stampa.

Nel restare a disposizione per ogni approfondimento degli interventi prospettati, Le inviamo i nostri più cordiali saluti.

FIEG

Andrea Riffeser Monti

SNAG-Confcommercio

Andrea Innocenti

SINAGI aff. SLC-CGIL

Giuseppe Marchica

UILTuCS- Giornalai

Enzo Bardi

CISL GIORNALAI

Roberto Ricciotti



INTERVENTI URGENTI PER FAVORIRE LA RESILIENZA E LA RIPARTENZA DELLA RETE DI VENDITA DELLA STAMPA

OTTOBRE 2020

INTERVENTI URGENTI PER FAVORIRE LA RESILIENZA E LA RIPARTENZA DELLA RETE DI VENDITA DELLA STAMPA

Premessa

In considerazione del Piano Nazionale per la Ripresa e Resilienza (P.N.R.R.) e delle dichiarazioni Programmatiche rese dal Governo in materia nonché delle comunicazioni del Sottosegretario Andrea Martella in Commissione Cultura il 24 settembre 2020, gli editori e i rivenditori convengono sulla necessità di interventi per mettere la rete di vendita della stampa nelle condizioni di accrescere il livello di “resilienza” e di rendere possibile una significativa “ripartenza”.

A tal fine formulano una serie di proposte volte a:

- ❖ assicurare ai cittadini il diritto di ricevere informazioni di qualità in tutto il territorio nazionale con la garanzia di una copertura universale del servizio
- ❖ promuovere la digitalizzazione della filiera, con incrementi di efficienza, riduzione dei costi e delle rese e con lo sviluppo di un canale digitale di comunicazione e di servizi tra le P.A. e i cittadini
- ❖ favorire l’innovazione tecnologica dei punti vendita
- ❖ generare un impatto rilevante sul livello occupazionale del settore e sulla solidità economica e finanziaria delle micro-imprese familiari che lo compongono
- ❖ originare un incremento dei fatturati con l’ampliamento dell’offerta di servizi e beni
- ❖ riqualificare i centri urbani attraverso rinnovate strutture di vendita (ivi compresi i “chioschi”) moderne, ecocompatibili, tecnologicamente avanzate.

Gli editori e i rivenditori ribadiscono, inoltre, la richiesta di riconoscere espressamente e normativamente le edicole come **servizio di interesse generale** essenziale per il Paese in quanto assicurano ai cittadini – come si legge in una recente Risoluzione Unitaria della Commissione VII della Camera – *“un servizio informativo professionale che, oltre a concorrere all’efficacia delle misure di contenimento del contagio, ha concretamente garantito l’esercizio dei diritti di libertà di cui all’articolo 21 della Costituzione”*.

Le proposte di sostegno alla rete di vendita

1. CREDITO DI IMPOSTA EDICOLE: STRUTTURALE, ESTESO E CON MECCANISMI PREMIALI

Rendere strutturale il credito d'imposta agli esercenti i punti vendita esclusivi (ivi compresi i cd. punti vendita promiscui) e, in via residuale, ai punti vendita non esclusivi, nella misura già prevista per il 2020 di 4000 euro annui ed **estenderlo**, con massimali di costo per ciascuna voce ai fini della opportuna parametrizzazione, anche alle spese per:

- ❖ acquisto e/o canoni per dispositivi POS e registratori corrispettivi
- ❖ commissioni per operazioni pos elettronici
- ❖ acquisto beni strumentali per l'informatizzazione e lo sviluppo tecnologico del punto vendita
- ❖ mutui o garanzie fideiussorie
- ❖ contributi previdenziali riferiti anche ai collaboratori familiari.

Prevedere meccanismi premiali con un aumento del tetto massimo erogabile al verificarsi di particolari condizioni (unico punto vendita nel territorio, offerta di servizi aggiuntivi/innovativi ai lettori e ai cittadini, ecc).

2. CONFERMA DELL'INCREMENTO DELLA FORFETTIZZAZIONE DELLE RESE AL 95 PER CENTO

Conservare, per almeno tre anni, il regime di forfettizzazione della resa del 95 per cento per i giornali quotidiani e periodici.

3. SOSTEGNO STRAORDINARIO ALLE EDICOLE IN DIFFICOLTÀ CON UN CONTRIBUTO A FONDO PERDUTO

Finanziare con contributi a fondo perduto la rete delle edicole per **un piano straordinario di sostegno**, con capienza adeguata (almeno 50 milioni di euro nel triennio), incrementando parallelamente le risorse del fondo per il pluralismo e l'informazione.

Particolare attenzione e sostegno deve essere riservato:

- in favore del ricambio generazionale
- al contrasto alla "desertificazione" dei punti vendita con contributi alle edicole esclusive in difficoltà (con un fatturato inferiore ad una determinata soglia)
- alle edicole di primo insediamento per gli under 30
- alle imprese "femminili"
- alle edicole che costituiscono l'unico punto vendita in una frazione o circoscrizione.

4. VOUCHER DIGITALIZZAZIONE EDICOLE

Istituire un “**voucher per la digitalizzazione**” destinato alle edicole (anche organizzate in forma associata o in reti di imprese) per l’acquisizione dei cd. fattori abilitanti.

Sostenere le edicole nel processo di digitalizzazione e di adeguamento tecnologico finalizzato al miglioramento dell’efficienza e dell’organizzazione aziendale in termini di infrastrutturazione (accesso alla banda larga, acquisto apparecchiature tecnologiche hardware, lettore POS, registratore corrispettivi elettronico, lettore ottico, software gestionali, Cyber Security, display interattivi o display per la pubblicità editoriale o commerciale o per veicolare informazioni di pubblica utilità, impianti di videosorveglianza interni ed esterni ecc....).

5. SOSTEGNO ALL’INFORMATIZZAZIONE DELLA RETE

Promuovere la digitalizzazione nelle fasi del processo di vendita di quotidiani e periodici, attraverso l’informatizzazione della rete di vendita che colleghi editori, distributori ed edicole, al fine di adeguare le forniture, diminuire le rese, sviluppare servizi a valore aggiunto e *marketing* strutturato sul cliente fidelizzato (ad esempio tramite una *card*).

La creazione di un network nazionale integrato rappresenta per l’intera filiera (punti vendita, distributori locali e editori) una soluzione digitale per rivedere l’organizzazione dell’attività di vendita e ottimizzare le relazioni con i distributori, con clienti e con i singoli editori, stimolando l’attività di Big Data e Data analytics.

Istituire/ripristinare il credito di imposta in favore degli edicolanti per sostenere i costi per l’adeguamento tecnologico (costi per acquisto degli strumenti tecnologici e costi per la gestione degli strumenti e dei servizi necessari al funzionamento della rete informatizzata etc..., come già previsto dal D.L. 18 maggio 2012 n.63, convertito in legge 16 luglio 2012, n. 103).

Fermi restando gli obblighi di legge, è fondamentale che l’adesione del punto vendita all’informatizzazione sia gratuita e comunque senza costi aggiuntivi a carico degli editori e garantisca “interoperabilità” e cioè la possibilità per il punto vendita di acquisire, disporre e gestire liberamente i dati di vendita (per poterli analizzare ed effettuare statistiche di vendita), “dialogando” con l’Agenzia di distribuzione e garantendo ai singoli editori il libero accesso ai propri dati.

L’informatizzazione dell’intera filiera (non a macchia di leopardo e senza “colli di bottiglia”) su base nazionale permetterebbe di digitalizzare l’intero processo diffusionale, con un incremento di efficienza e riduzione delle rese, con un impatto positivo sia in termini di produttività che ambientale.

6. SISTEMA DI COLLEGAMENTO SU BASE NAZIONALE TRA LA RETE DELLE EDICOLE E LA P.A.

Prevedere forme di finanziamento per la **creazione di una rete telematica** specifica per consentire ai rivenditori di quotidiani e periodici di svolgere attività connesse all’erogazione di servizi delle Pubbliche Amministrazioni o di altri soggetti pubblici e privati. La rete dovrà essere operativa su tutto il territorio nazionale ed in grado di assicurare il collegamento in tempo reale con gli archivi delle Pubbliche Amministrazioni o di altri soggetti pubblici e privati

Mediante questo sistema di collegamento le edicole potranno offrire una molteplicità di servizi resi dalla P.A. o da altri enti pubblici e privati, sviluppando la digitalizzazione e la modernizzazione e facilitando l'accesso del cittadino a tali servizi, sfruttando la prossimità delle edicole.

La rete telematica avvicinerà la P.A. ai cittadini anche nelle zone remote o svantaggiate, a beneficio delle fasce della popolazione più deboli che potranno – per il tramite degli edicolanti – accedere a certificati, dati, informazioni, servizi ecc...

7. SOSTEGNO ALLA DOMANDA DI QUOTIDIANI E PERIODICI IN EDICOLA

Per contrastare il calo della diffusione della stampa e sostenere la propensione alla lettura e l'accesso ad una informazione di qualità, si propongono **forme di sostegno della domanda**:

A. Detrazione fiscale del costo di acquisto di quotidiani e periodici

Utilizzare la leva fiscale (detrazione fiscale del costo sostenuto per l'acquisto di giornali quotidiani e di periodici in edicola) quale forma di incentivazione per l'acquisto di prodotti editoriali (questa misura è peraltro contenuta nella Risoluzione Unitaria della Commissione cultura della Camera del 27 maggio 2020).

B. "Voucher lettura" da spendere in edicola

Sul modello della "carta del libro", creare una "carta per la lettura della stampa" da utilizzare in edicola a favore dei giovani, delle famiglie a basso reddito e degli over 60 per sostenere la propensione alla lettura e garantire l'accesso ad una informazione affidabile e di qualità.

C. Estensione del "bonus cultura" App18

Estendere il "bonus cultura" in favore dei diciottenni anche alla spesa per l'acquisto di giornali quotidiani e periodici in edicola. È peraltro singolare che una misura, come il bonus cultura per i diciottenni, volta a promuovere il consumo culturale, abbia finora escluso gli acquisti in edicola. In edicola i giovani possono trovare un'offerta informativa estremamente variegata e variare le pubblicazioni acquistate in funzione delle proprie necessità o curiosità culturali, in un contesto informativo veramente plurale.

D. Estensione del contributo a favore delle scuole pubbliche di ogni ordine e grado e per gli studenti per l'acquisto di quotidiani e periodici

Confermare ed estendere il contributo a favore delle scuole pubbliche di ogni ordine e grado e per gli studenti per l'acquisto di quotidiani e periodici ricomprendendo anche gli acquisti effettuati presso le edicole (con voucher virtuali o utilizzando la Carta dello studente "IoStudio"). Anche in questo caso l'acquisto in edicola potrebbe permettere di variare la fonte di informazione in un contesto veramente plurale.

E. Sostegno agli abbonamenti a quotidiani e periodici in edicola

Prevedere forme di sostegno agli abbonamenti a quotidiani e periodici in edicola. La copertura delle misure sarebbe assicurata dal corrispondente risparmio delle compensazioni statali sulle spedizioni postali di prodotti editoriali.

8. SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA – FACILITARE LO SVOLGIMENTO DI ATTIVITÀ ULTERIORI DI VENDITA DI BENI E SERVIZI NELLE EDICOLE ANCHE SU SUOLO PUBBLICO

Sburocratizzare le procedure amministrative per l'esercizio di attività ulteriori di vendita di servizi e beni che gli edicolanti possono svolgere anche su suolo pubblico, eliminando gli ostacoli amministrativi che limitano tali possibilità, fermo restando l'obbligo di prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita. I risultati delle sperimentazioni effettuate in Francia hanno dimostrato che l'ampliamento dei beni non editoriali offerti nel punto vendita determina un incremento dei clienti (+5%), un incremento dei ricavi complessivi (+10%) e contrasta la diminuzione della vendita della stampa (-1,5% contro il -7% dei punti vendita tradizionali).

La proposta risponde all'obiettivo dichiarato di ridurre gli oneri burocratici ed eliminare i vincoli che rallentano la realizzazione degli investimenti o riducono la loro produttività.

9. RIQUALIFICAZIONE DEI CENTRI URBANI ATTRAVERSO LA RISTRUTTURAZIONE DEI CHIOSCHI

Sostenere la ristrutturazione dei chioschi attraverso Incentivi a fondo perduto e credito di imposta cedibile (simile ai bonus edilizi) volti alla riconversione dei chioschi in una versione più tecnologica, più "green" (che comprenda display informativi, display per la pubblicità editoriale o commerciale, lockers, distributori automatici di grocery, centraline per rilevamento inquinamento, hot spot, ATM, sistemi di illuminazione notturna o vigilanza, utilizzo di materiali ecocompatibili etc...) a beneficio della collettività e della riqualificazione urbana, incentivando l'efficientamento energetico, il livello dei servizi al cittadino, la sostenibilità ambientale e la sicurezza urbana.