



PROTOCOLLO DI INTESA

TRA

ANCI Associazione Nazionale Comuni Italiani, di seguito denominata “ANCI”, con sede a Roma, Via dei Prefetti, 46 C.F. 80118510587, rappresentata dal Presidente, Antonio Decaro

E

FIEG, Federazione Italiana Editori Giornali, di seguito denominata FIEG, con sede in Roma, Via Piemonte 64, rappresentata dal Presidente Andrea Riffeser Monti

E

OOSS Nazionali - SNAG Confcommercio - SINAGI - UILTUCS - FENAGI - USIAGI - CISL Giornalai

ANCI FIEG e OOSS di seguito congiuntamente denominate le “Parti”;

Premesso che

- l’ANCI, come definito nello Statuto dell’Associazione, costituisce il sistema della rappresentanza di Comuni, Città Metropolitane ed Enti di derivazione comunale; rappresenta i Comuni, le città metropolitane e gli Enti di derivazione comunale dinanzi agli Organi della Pubblica Amministrazione; ne promuove lo sviluppo e la crescita; direttamente, o mediante proprie tecnostrutture, svolge attività di sostegno, assistenza tecnica ed erogazione di servizi nell’interesse e nei confronti dei Comuni italiani singoli o associati e delle Città metropolitane e degli Enti soci, anche su incarico della Pubblica Amministrazione, ai suoi diversi livelli e articolazioni;
- l’ANCI, nell’ambito della sua azione di supporto agli associati, promuove lo studio e l’approfondimento dei temi che interessano i Comuni e orienta la proprio sensibilità a cogliere tendenze, mutamenti e nuove criticità su ogni aspetto riguardante la Pubblica Amministrazione e svolge una funzione di informazione diretta alle realtà locali da essa rappresentate al fine di migliorare la qualità amministrativa, la trasparenza, l’utilizzo delle infrastrutture e delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione nei processi amministrativi, ed è il soggetto più adatto ad attivare politiche di sensibilizzazione, coinvolgimento e divulgazione di informazioni nei Comuni da essa rappresentati;
- La FIEG rappresenta le aziende editrici di giornali quotidiani e periodici e le agenzie nazionali di stampa. Alla FIEG aderiscono l’Associazione Stampatori Italiana Giornali e la Federazione delle Concessionarie di Pubblicità; Tra i suoi scopi, previsti dallo

Statuto, rientrano la tutela della libertà di informazione; la tutela dell'economicità delle aziende editrici quale condizione essenziale per l'esercizio della libertà di informazione; lo sviluppo della diffusione dei mezzi di comunicazione come strumenti di informazione e veicoli di pubblicità; la difesa dei diritti e degli interessi morali e materiali delle imprese associate; La Federazione rappresenta le imprese del settore dell'editoria giornalistica presso le istituzioni politiche ed amministrative, le Commissioni preposte all'applicazione delle leggi di settore, i consigli di amministrazione degli enti assistenziali e previdenziali del settore (INPGI, Fondo Casella, Fondo Dirigenti) ed in tutti gli organismi il cui fine è connesso all'attività editoriale. Partecipa in qualità di socio alle attività di ADS, Audipress, IAP. Aderisce alla Fondazione Pubblicità Progresso; In ambito internazionale, la FIEG aderisce alla European Newspaper Publishers' Association (ENPA); La Fieg stipula i contratti di lavoro del settore (giornalisti, poligrafici e dirigenti di aziende editrici e stampatrici di giornali); stipula e gestisce l'accordo nazionale per la rivendita della stampa quotidiana e periodica; presta consulenza legale per l'interpretazione e l'applicazione della normativa di interesse per il settore; elabora studi ed analisi sulle principali tendenze del mercato dell'editoria; assiste le associate in materia di vendita, distribuzione, trasporti e pubblicità;

- le OO.SS. rappresentano i rivenditori di giornali, punti vendita di quotidiani e periodici distribuiti sull'intero territorio nazionale, presso le istituzioni politiche ed amministrative, le Commissioni preposte all'applicazione delle Leggi di settore, oltre che presso le Associazioni Nazionali degli Editori e dei Distributori Locali, anche attraverso la stipula e la gestione dell'Accordo Nazionale per la vendita della stampa quotidiana e periodica;
- i recenti dati sul settore dell'editoria indicano, il perdurare di una profonda crisi che sta attraversando l'editoria quotidiana e periodica e una riduzione progressiva di vendite che ha portato alla chiusura di migliaia di rivendite negli ultimi anni;
- il ridimensionamento numerico della rete di vendita tradizionale e la criticità economica delle edicole ancora attive è un dato evidente a tutti;
- l'esperienza maturata nel corso dell'emergenza pandemica COVID 19 ha tuttavia dimostrato l'essenzialità di una rete di vendita capillarmente diffusa sul territorio per garantire il diritto di informare ed essere informati di cui all'art. 21 Cost.;
- il ruolo fondamentale delle edicole nella vendita dei quotidiani e periodici richiede di salvaguardare la rete esistente per numerosità e copertura, ammodernandola e potenziandola. Un impegno comune di grande valenza politica e sociale a difesa del pluralismo dell'informazione su carta e del diritto, costituzionalmente garantito, dei cittadini di ricevere informazioni su tutto il territorio nazionale, anche nelle zone periferiche, remote o svantaggiate;
- per garantire nuove fonti di reddito alle rivendite di giornali appare opportuno, pur assicurando che la parte maggioritaria degli spazi del punto vendita sia comunque destinata all'esposizione e alla vendita della stampa, ampliare le categorie di beni e i servizi offerti al pubblico e la possibilità di svolgere l'intermediazione di servizi a valore aggiunto a favore delle Amministrazioni territoriali e di altri soggetti interessati, e superare nel contempo i vincoli amministrativi che limitano eventuali possibilità di sviluppo delle attività che si svolgono anche su suolo pubblico, consentendo un utilizzo

multifunzionale del punto vendita, valorizzando e sfruttando le potenzialità connesse alla prossimità della rete di vendita al cittadino, anche a tutela delle fasce deboli della popolazione, per ridurre gli spostamenti con mezzi privati e per una migliore vivibilità dei centri urbani.

Tutto ciò premesso, le Parti convengono e stipulano quanto segue:

Articolo 1 (Valore delle premesse)

Le premesse formano parte integrante, essenziale e sostanziale della presente intesa.

Articolo 2 (Obiettivi)

Le Parti condividono la necessità di salvaguardare la rete delle edicole e di trasformarla in una rete di servizi al cittadino e ritengono indispensabile a tal fine:

- applicare con efficacia il principio di cooperazione;
- incentivare la riduzione dei canoni delle edicole per le occupazioni permanenti e temporanee di suolo pubblico, promuovere l’esonero dall’imposta l’occupazione del soprasuolo determinato da tende, tettoie, strutture mobili *et similia* e le locandine editoriali dei quotidiani e dei periodici esposte;
- dare agli edicolanti, pur assicurando che la parte maggioritaria degli spazi del punto vendita sia comunque destinata all’esposizione e alla vendita della stampa, la possibilità di ampliare le categorie di beni e i servizi offerti a cittadini e turisti;
- promuovere iniziative volte ad assicurare e preservare una presenza capillare dei punti vendita della stampa, anche nelle aree periferiche (con particolare attenzione alle edicole poste su suolo pubblico, sul demanio marittimo e nei piccoli comuni);
- auspicare l’individuazione di incentivi e forme di sostegno economico volti ad assicurare e ad accrescere l’agibilità della rete di vendita della stampa in termini di orari e giorni di apertura;
- prevedere iniziative volte a riqualificare e ridefinire il ruolo e la funzione dei tradizionali punti vendita della stampa con politiche di sostegno per la ristrutturazione/sostituzione dei manufatti utilizzati per la vendita;
- incentivare la rete di vendita sensibilizzando tutte le amministrazioni comunali all’utilizzo di forme di agevolazioni fiscali, finanziamenti agevolati e contributi a fondo perduto al fine di:
 - contrastare la “desertificazione” dei punti vendita in difficoltà (con un fatturato inferiore ad una determinata soglia), favorire il ricambio generazionale, sostenere le imprese giovanili e femminili del settore;
 - promuovere una rete capillare su tutto il territorio attraverso accordi, nel rispetto della disciplina vigente, che offrano ai punti vendita esclusivi nuove opportunità commerciali e imprenditoriali, anche attraverso la fornitura di pubblicazioni ad esercizi commerciali limitrofi, per agevolare la migliore diffusione dei quotidiani e dei periodici;
 - sostenere e promuovere il processo di digitalizzazione e di adeguamento tecnologico volto al miglioramento dell’efficienza e dell’organizzazione aziendale delle edicole 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, Lockers, distributori automatici, impianti di videosorveglianza interni ed esterni ecc.);

- promuovere lo sviluppo commerciale dei punti vendita come Hub di servizi al cittadino.
 - promuovere e sostenere la creazione di una rete telematica integrata edicole/PA 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.
 - sostenere la ristrutturazione dei chioschi e delle strutture di vendita attraverso incentivi volti alla riconversione dei punti vendita in una versione più moderna, "green", 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.
- semplificare 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 possibilità di ampliare le categorie merceologiche e i servizi offerti al pubblico, nonché la possibilità di svolgere l'intermediazione di servizi a valore aggiunto a favore delle amministrazioni territoriali, delle aziende sanitarie locali, delle aziende di trasporto pubblico e delle aziende di promozione turistica;
 - analizzare con attenzione l'impatto della vigente normativa di settore e garantirne l'applicazione anche attraverso gli strumenti sanzionatori previsti dall'ordinamento vigente;
 - promuovere la propensione alla lettura e l'acquisto di quotidiani e periodici in edicola.

Articolo 3 (Attività)

Le Parti si impegnano congiuntamente a:

- sensibilizzare tutte le Amministrazioni Comunali, a partire dai Comuni capoluogo di regione/provincia, per l'incentivazione all'utilizzo di forme di sostegno diretto o indiretto, agevolazioni e contributi, specificatamente diretti alla rete di vendita, per realizzare gli obiettivi di cui all'art. 2;
- sensibilizzare tutte le Amministrazioni Comunali, a partire dai Comuni capoluogo di regione/provincia, affinché, tenuto conto dell'interesse pubblico connesso alla vendita della stampa nonché della crisi economica finanziaria che interessa la rete di vendita, si individuino possibili riduzioni dei canoni dei punti vendita di quotidiani e periodici per le occupazioni permanenti e temporanee realizzate su strade, piazze ed aree appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile dei Comuni, comprese le aree destinate a mercati anche attrezzati, e prevedano eventualmente l'esonero dall'imposta l'occupazione del soprasuolo determinato da tende, tettoie, strutture mobili *et similia* nonché agevolazioni e misure di identico impatto economico per i punti vendita collocati in locali commerciali;

- sensibilizzare tutte le Amministrazioni Comunali, a partire dai Comuni capoluogo di regione/provincia, affinché, tenuto conto dell’interesse pubblico connesso alla vendita della stampa nonché della crisi economica finanziaria che interessa la rete di vendita, siano introdotte eventuali agevolazioni per la riduzione dell’onere da imposte immobiliari, delle imposte sui rifiuti (tenuto conto della modalità di vendita della stampa che prevede la resa del prodotto invenduto e fa sì che i punti vendita siano improduttivi di rifiuti) e sulla pubblicità, agevolando, attraverso altrettanto eventuali esenzioni e/o agevolazioni, l’utilizzo degli spazi del punto vendita per finalità pubblicitarie anche con l’ausilio di strumenti tecnologici, e consentendo al punto vendita di vendere gli spazi pubblicitari o per l’installazione di vetrine intelligenti, totem, display interattivi o display per la pubblicità editoriale o commerciale o per veicolare informazioni di pubblica utilità, Parcel Lockers, distributori automatici, ATM, impianti di videosorveglianza interni ed esterni ecc.;
- sensibilizzare tutte le Amministrazioni Comunali, a partire dai Comuni capoluogo di regione/provincia, affinché promuovano sul loro territorio iniziative che ripensino la funzione dei punti vendita di quotidiani e periodici rendendoli un “centro servizi al cittadino”, consentendone la funzione di servizi anagrafici decentrati per il rilascio di certificati comunali, e diano agli edicolanti la possibilità di ampliare le categorie di beni e servizi offerti ai cittadini e turisti (pagamento ticket, prestazioni visite mediche, spedizioni e recapiti corrispondenza, vendita spazi pubblicitari, eccetera);
- sensibilizzare tutte le Amministrazioni Comunali a consentire, garantendo che la parte maggioritaria degli spazi del punto vendita sia comunque destinata all’esposizione e alla vendita della stampa, l’ampliamento dei beni e dei servizi in edicola, ivi compresi i prodotti confezionati e le bevande preimbottigliate che non necessitano particolari modalità di conservazione, i prodotti tipici del territorio, i prodotti turistici, i souvenir eccetera, assicurando potenziali ricavi al punto vendita anche su suolo pubblico, semplificando i requisiti, le procedure e gli adempimenti burocratici eventualmente richiesti;
- sensibilizzare tutte le Amministrazioni Comunali a vigilare sulla corretta applicazione della normativa vigente al fine di mantenere una rete capillarmente diffusa sul territorio, ad assicurare l’accesso alle forniture e il rispetto delle regole, anche nelle aree periferiche e nei piccoli Comuni;
- sensibilizzare tutte le Amministrazioni Comunali a promuovere qualsivoglia iniziativa volta a tutelare la presenza capillare dei punti vendita della stampa, anche nelle aree periferiche e a promuovere lo sviluppo in senso qualitativo della rete di vendita anche attraverso l’individuazione di criteri e parametri qualitativi per l’esercizio dell’attività;
- sensibilizzare tutte le Amministrazioni Comunali, a partire dai Comuni capoluogo di regione/provincia, a prevedere iniziative volte a riqualificare e ridefinire il ruolo e la funzione dei tradizionali punti vendita della stampa con politiche di sostegno per la ristrutturazione/sostituzione dei manufatti utilizzati per la vendita e per lo sviluppo tecnologico dei punti vendita (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, ecc...) anche attraverso fondi pubblici e/o segnalando eventuali fondi regionali o europei in materia.

- sensibilizzare tutte le Amministrazioni Comunali, a partire dai Comuni capoluogo di regione/provincia, a prevedere iniziative finalizzate a promuovere l'acquisto di quotidiani e periodici in edicola in particolare con riferimento a giovani, famiglie a basso reddito e over 60, per sostenere la propensione alla lettura e garantire l'accesso ad una informazione affidabile e di qualità.
- sensibilizzare tutte le Amministrazioni Comunali, a partire dai Comuni capoluogo di regione/provincia, ad intraprendere azioni divulgative ed informative del protocollo sottoscritto dalle parti, anche attraverso webinar dedicati, per la massima condivisione dell'accordo.

Articolo 4 (Implementazione e obiettivi ulteriori)

Oltre a quanto indicato all'art. 3, le Parti potranno promuovere e realizzare iniziative congiunte per il raggiungimento degli scopi della presente intesa, di cui al precedente art. 2, nei tempi e nei modi di volta in volta stabiliti tra le Parti.

Le parti considerano importante implementare questi contenuti con i seguenti ulteriori obiettivi.

Obiettivo 1 - Fieg e le OO.SS. degli edicolanti, si impegnano, anche attraverso il coinvolgimento dei propri associati, a supportare le campagne intraprese da ANCI in materia di educazione al civismo indirizzati a comunità, cittadini, categorie e amministratori locali;

Obiettivo 2 ANCI si impegna a sostenere e promuovere presso i Comuni associati e i loro cittadini, attraverso eventi pubblici e campagne di comunicazione sui propri media, sia a livello nazionale che locale, le iniziative realizzate da Fieg (con la collaborazione delle OO.SS. degli edicolanti) e dai loro associati finalizzate all'educazione alla lettura di quotidiani, periodici e libri, e all'allargamento della platea dei lettori, soprattutto giovani, strumento indispensabile di crescita culturale, civile e democratica;

Obiettivo 3 Le Parti si impegnano ad approfondire la possibilità di convenzioni da parte dei Comuni e degli editori associati per la pubblicazione di informazioni istituzionali sui servizi offerti dai Comuni e dagli enti pubblici locali, anche tramite la rete delle edicole;

Obiettivo 4 Le Parti concordano di sviluppare congiuntamente, anche con il coinvolgimento di altri soggetti interessati, un evento annuale nazionale sulla situazione dell'editoria, con focalizzazione su quella di livello regionale e locale, e sull'impatto della normativa di settore per i rispettivi ambiti di interesse.

Articolo 5 (Tavolo trilaterale ANCI, FIEG e OO.SS. edicolanti)

Le Parti costituiranno, entro 30 giorni dalla firma del presente Protocollo, un Tavolo trilaterale costituito da rappresentanti di ANCI, dai rappresentanti di FIEG e da rappresentanti delle OO.SS. che, con cadenza periodica da definire a cura del Tavolo stesso, valuterà le modalità delle iniziative di cui all'articolo 3 e ne verificherà l'andamento e potrà intervenire su tutte le materie di comune interesse poste all'ordine del giorno al fine di relazionarsi a enti, istituzioni, associazioni, imprese etc...

Articolo 6
(Finalità del Protocollo)

Il presente Protocollo d'intesa non ha alcuna finalità commerciale e non comporta alcuna forma di esclusiva, restando le Parti pienamente libere di stipulare analoghi accordi con soggetti terzi.

Articolo 7
(Durata)

Il presente Protocollo entrerà in vigore alla data della stipula ed avrà durata di anni tre (3).

Ciascuna parte contraente può chiederne il rinnovo, con lettera raccomandata da spedire 60 giorni prima della scadenza, specificando l'ulteriore periodo di validità.

Roma,

Per ANCI

Per FIEG

Per OO.SS. degli edicolanti
