



FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI GIORNALI



Gennaio 2011

FIEG NOTIZIE FIEG NOTIZIE FIEG

FIEG NOTIZIE
gennaio 2011

Editoria

- Quel che la legge di stabilità dà il “Milleproroghe” toglie. Per la Fieg scelta al di fuori di ogni logica di politica industriale
- Il regolamento sui contributi è un passo avanti, ma occorre fare di più. Le dichiarazioni di Malinconico e Bonaiuti
- Incontro Fieg – International Press Institute. Malinconico: “libertà di stampa vero rating di ogni democrazia”
- Intervista di Malinconico a “What’s up”

Pubblicità

- Osservatorio FCP-FIEG: la pubblicità sulla stampa ancora in calo a ottobre
- Evoluzione investimenti pubblicitari (Nielsen): il mercato sale, ma la stampa arretra

Processi e problemi

- L’Agcom chiede al Governo di prorogare il divieto di incroci stampa-tv
- Assetti societari nei media. La segnalazione dell’AGCOM al Governo
- Google dominante sul mercato della pubblicità online. Lo afferma l’antitrust francese
- Gli editori europei: no a concorrenza sleale delle emittenti televisive pubbliche sul mercato dell’online
- Commercio elettronico: la risposta dell’ENPA alla consultazione pubblica avviata dalla Commissione Ue
- Risoluzione degli editori europei sulla libertà di stampa
- Verso una disciplina contrattuale europea. Le osservazioni dell’Enpa
- Revisione dell’Iva nella Ue: la posizione degli editori europei
- Le osservazioni degli editori europei sull’iniziativa della Commissione Ue riguardante la creazione di biblioteche digitali
- Contratti di solidarietà. Esteso ai giornalisti l’incremento del 20% del trattamento di integrazione salariale

Miscellanea

- Indagine della Commissione Ue sull’uso di internet nelle famiglie
- Carta da giornale: i consumi crescono ancora, nonostante le diffusioni in calo

- La lettura su iPad è più superficiale della lettura su un giornale cartaceo
- La scomparsa di Maurizio Marchesi, direttore del “Velino”

Nomine

- Brunetto Tini nuovo presidente della categoria delle Agenzie nazionali di stampa
- Ivar Rusdal nuovo presidente degli editori europei

Circolari Fieg

Rassegna stampa

EDITORIA

Quel che la legge di stabilità dà, il “Milleproroghe” toglie. Per la Fieg scelta al di fuori di ogni logica di politica industriale

Come è stato osservato da molti commentatori, con il decreto “mille proroghe” del 29 dicembre, il governo ha contraddetto quanto aveva stabilito qualche giorno prima con la legge di stabilità 2011 che reca la data del 13 dicembre ma che è stata pubblicata in Gazzetta ufficiale il successivo 21 dicembre.

La contraddizione riguarda gli interventi di sostegno all’editoria. Dopo aver aumentato di 100 milioni di euro lo stanziamento previsto con la legge di stabilità, il governo si è rimangiato la decisione e con il decreto mille proroghe ha dimezzato l’impegno di spesa precedentemente previsto.

Una simile operazione non poteva non suscitare vivaci reazioni negli ambienti editoriali ma anche nel mondo politico e negli stessi partiti di governo.

Il presidente della Fieg, Carlo Malinconico, si è detto attonito, aggiungendo “non posso non sottolineare che un tale modo di procedere evidenzia l’arbitrarietà di scelte politiche non coerenti e il totale disinteresse per chi amministra aziende in gravi situazioni finanziarie, che vede, nel giro di pochi giorni, mutato il quadro di riferimento finanziario e la stessa bancabilità dei propri bilanci”.

Malinconico ha ricordato che la Fieg “non si è mai arroccata su posizioni d’indiscriminata difesa dei contribuiti” però “con 50 milioni, anche a volerli sottrarre alla contribuzione diretta, ben si sarebbe potuto avviare un processo riformatore dell’editoria a vantaggio di tutte le aziende, in un’ottica d’incentivazione della produzione e di ripresa dell’occupazione nell’intera filiera. La verità è – e questo intervento ne sarebbe l’ennesima riprova – che non si vogliono affrontare i problemi del settore in un quadro di ripresa industriale dello stesso e di predisposizione di servizi pubblici efficienti alle imprese: in altri termini, è il vuoto politico, aggravato da repentini ripensamenti.” In un successivo comunicato, Malinconico ha poi precisato “che se le risorse fossero reperite con l’eliminazione del credito d’imposta sulla carta previsto dalla legge di stabilità, il danno sarebbe ancora più grave di quello paventato con la riduzione dei contributi diretti. Il danno infatti ricadrebbe su tutte le imprese editrici, di giornali di opinione e non, di giornali di partito e non, di periodici, di libri e così via. E sarebbe un danno gravissimo, che screditerebbe ancor più la linea del Governo agli occhi degli editori, perché sarebbe in aperta contraddizione col programma iniziale dello stesso Governo e perché opererebbe in modo ancor più discriminatorio a danno delle imprese che contributi non prendono, di nessun tipo, eppure sono in crisi strutturale, con massicci ricorsi ai prepensionamenti e alla cassa integrazione.”

“Mi auguro – ha concluso Malinconico – che il Governo non segua una strada che punisce tutte le imprese editoriali senza distinzioni”.

Prima del varo del decreto “milleproroghe”, i provvedimenti adottati dal governo sia con la legge di stabilità 2011 (n. 220 del 13/12/2010) sia con il regolamento di semplificazione e riordino dell'erogazione dei contributi all'editoria (DPR n. 223 del 25/11/2010) venivano incontro - in misura parziale ma significativa – ad esigenze manifestate a più riprese dalla Fieg.

In particolare con la legge di stabilità era stato previsto – come già accennato - l'incremento di 100 milioni di euro dell'autorizzazione di spesa per l'anno 2011 per interventi di sostegno all'editoria (articolo 1, comma 58). Inoltre tra le finalità del “fondo interventi urgenti ed indifferibili” gestito dalla Presidenza del Consiglio dei ministri (cd. “fondo Letta”), era stata inserita la voce riguardante “interventi straordinari a sostegno del settore editoria, nel quadro di compatibilità comunitaria, di cui all'articolo 4, commi da 181 a 186 della legge 24 dicembre 2003, n. 350”. La dotazione per tale intervento, individuata in 30 milioni di euro per il 2011 (articolo 1, comma 40), era stata destinata al riconoscimento di un credito d'imposta alle imprese editrici di quotidiani, di periodici e di libri pari al 10 per cento della spesa per l'acquisto della carta utilizzata per la stampa delle testate edite e dei libri sostenuta nel 2004. Nel complesso, considerata l'eliminazione della riduzione del 50%

dei contributi relativi all'anno 2009 alla stampa italiana distribuita e stampata all'estero, la voce “Comunicazioni – Sostegno all'editoria – Ministero dell'economia e delle finanze”, della Tabella C - che riporta le dotazioni da iscriverne nei singoli stati di previsione del bilancio del triennio 2011-2013 – prevedeva per il 2011 l'importo di circa 190 milioni di euro.

Con il successivo decreto “mille proroghe” è stato apportato un taglio di 50 milioni sugli interventi di sostegno all'editoria appena disposti dalla legge di stabilità 2011.

Per quanto riguarda il regolamento sulla semplificazione e riordino dell'erogazione dei contributi all'editoria, le innovazioni più significate concernono i criteri di calcolo del contributo e talune disposizioni relative alle cooperative. Si prevede, inoltre il riparto proporzionale dei fondi in caso di insufficienza degli stessi ed un controllo più stringente sulle condizioni di accesso alle agevolazioni.

Il regolamento sui contributi è un passo avanti, ma occorre fare di più. Le dichiarazioni di Malinconico e Bonaiuti

Il Consiglio dei Ministri ha approvato il 18 novembre scorso il regolamento di semplificazione e riordino della disciplina di erogazione dei contributi all'editoria. Secondo il Presidente della Fieg, Carlo Malinconico, il provvedimento “costituisce un primo importante passo

nella direzione, da un lato, di tutelare i giornali con autentica vocazione editoriale e, dall'altro, di evitare ogni utilizzo strumentale dei contributi da parte di soggetti privi di genuini intenti editoriali”.

Malinconico ha sottolineato alcuni aspetti di rilievo del provvedimento, predisposto dal sottosegretario Bonaiuti, che incontrano il favore degli editori italiani per una serie di ragioni. Tra questi, il fatto che il nuovo regolamento “pone a base della contribuzione diretta una serie di parametri che caratterizzano le iniziative assistite come realtà editoriali serie e concrete. Mi riferisco ai criteri del numero delle copie distribuite e non solo tirate e al numero dei giornalisti impiegati.”

“Ora che la strada corretta è stata imboccata, ha aggiunto Malinconico, deve essere perseguita ulteriormente dal Governo, seguendo con ancora maggior rigore i criteri che sono posti alla base del nuovo regolamento. Ciò potrà avvenire proprio perché si è ormai delegificata la materia del conferimento dei contributi diretti e quindi detti criteri sono ormai nella disponibilità del Governo. Potranno essere quindi ulteriormente innalzati i criteri che dimostrano la serietà dell'intervento editoriale e potranno essere presi in considerazione parametri che escludano forme di concorrenza sleale nell'ambito dello stesso settore editoriale da parte di chi percepisce i contributi. Al maggior rigore dovrebbe però anche corrispondere maggiore certezza sul diritto al contributo, con un ripensamento sul cosiddetto “diritto

soggettivo” la cui cancellazione crea non pochi problemi alla continuità operativa delle testate interessate”.

“La situazione prospettica di risorse pubbliche calanti impone – *ha concluso il Presidente della Federazione* – di utilizzare in modo sempre più virtuoso le risorse stesse in modo da premiare iniziative meritevoli e non destinate a fenomeni di cancellazione reciproca.”

In merito ai contenuti del regolamento, il sottosegretario Paolo Bonaiuti ne ha sintetizzato così i principi di fondo: “Snellire le procedure, cercare di avvicinare il più possibile le dichiarazioni di vendita alle copie effettivamente vendute, tutelare l'occupazione”. “Il testo”, ha sottolineato Bonaiuti, “è uscito al termine di un lungo e articolato dibattito con tutte le componenti del mondo dell'editoria”. All' inizio del prossimo anno, ha assicurato, il governo è pronto a “riaprire il discorso sulla riforma organica del settore”.

Bonaiuti ha poi osservato che il provvedimento “mette ordine in una materia molto complicata, nella quale si sono accumulate leggi successive. La difficoltà è stata cucire un abito che stesse addosso a tutti, consentendo risparmi e insieme contemperando le diverse esigenze, prendendo il buono delle proposte senza rischiare di favorire gli uni e scontentare gli altri”.

Tre sono gli aspetti attentamente considerati dagli estensori del testo: “snellire, sburocratizzare le procedure ma insieme aumentare di molto i controlli; cercare di avvicinare il più

possibile le dichiarazioni delle vendite alle copie realmente vendute in edicola, archiviando le vecchie pratiche delle vendite in blocco e dello strillonaggio; tutelare l'occupazione, dal momento che le aziende dovranno dimostrare di avere un numero minimo dipendenti con contratto di lavoro a tempo indeterminato per accedere ai contributi".

Quanto alla riforma complessiva del settore, "dovremo riaprire il discorso subito, all' inizio del nuovo anno", ha aggiunto Bonaiuti, ricordando però di aver dato la priorità alle emergenze: "Abbiamo avviato a soluzione la questione delle tariffe postali, abbiamo affrontato il problema delle onlus con i 30 milioni che dovrebbero sbloccarsi, abbiamo garantito l'esistente grazie al ripristino delle risorse per il settore nella Finanziaria", con un contributo che dovrebbe toccare i 100 milioni, "una boccata d'ossigeno notevole e robusta per il settore. Le nuove norme diventeranno operative dal 2011, "anche se proveremo ad anticipare qualche punto – ha concluso il sottosegretario – sentendo il parere delle categorie interessate".

Incontro Fieg – International Press Institute. Malinconico: "libertà di stampa vero rating di ogni democrazia"

Una delegazione dell'International Press Institute (IPI), organizzazione non governativa il cui quartiere generale è a Vienna, è stata in Italia, tra il 10 e il 12

novembre scorso, per uno scambio di vedute con esponenti politici e del mondo dell'informazione, sui principali problemi che incontra l'esercizio della libertà di stampa nel nostro paese. La promozione della libertà di stampa ovunque nel mondo ed il miglioramento delle condizioni per un esercizio dell'attività giornalistica veramente libera sono infatti gli obiettivi dell'Istituto che svolge un'intensa attività di monitoraggio sul piano internazionale.

La delegazione dell'IPI, guidata dal vicepresidente Simon Li, già vicedirettore del Los Angeles Times, da Alexandra Förderl-Schmid, membro del Comitato di presidenza e direttore responsabile del quotidiano austriaco Der Standard, da Anthony Mills responsabile per i problemi della libertà di stampa dell'Istituto e dalla sua assistente Barbara Trionfi, ha incontrato, tra gli altri, il Presidente della Fieg Carlo Malinconico il quale ha sottolineato la posizione in materia degli editori italiani per i quali "La libertà di stampa è da sempre la cartina di tornasole del carattere democratico di un ordinamento. Il grado di libertà di stampa è il vero rating di una democrazia. Esso è, non a caso, considerato come diritto essenziale in tutte le carte dei diritti fondamentali dell'uomo. Il rating democratico condiziona il benessere sociale ed economico di un popolo. Non solo la libertà individuale né è interessata ma anche la stessa affidabilità collettiva: l'investimento in un paese senza libertà di stampa è considerato oggettivamente più a rischio per assenza di trasparenza".

Malinconico si è detto convinto che “per essere cittadini partecipi delle scelte collettive occorre una informazione libera e pluralista. Non ci devono essere se o ma. Non si può essere liberi senza i giornali e questo gli oltre 24 milioni che ogni giorno leggono in media un quotidiano in Italia lo sanno bene. L’invito della FIEG è: leggete i giornali”.

Gli editori italiani – ha aggiunto il Presidente della Fieg - “non riscontrano in Italia un problema di limiti all’informazione, almeno non nella carta stampata. Il mercato editoriale italiano è caratterizzato da una pluralità di mezzi diffusivi, come testimoniato dalla esistenza di circa 3000-3500 testate diverse tra quotidiani e periodici”. Ma la FIEG ha ravvisato “un rischio di compromissione della libertà di stampa nei limiti alla libertà di cronaca contenuti nel recente disegno di legge in materia di intercettazioni ed a tale rischio si è opposta, insistendo – tra l’altro - perché non si introducesse la responsabilità diretta dell’editore”.

“L’Italia – ha ricordato Malinconico - è al quarantunesimo posto nella classifica della libertà di stampa 2010 pubblicata poche settimane fa da Reporters sans Frontières. “La ragione di una tale collocazione è da ravvisarsi oltre a casi, per fortuna isolati, di perquisizioni nelle redazioni e di suggerimenti a non comprare i giornali, in un’anomalia tutta italiana del mercato delle comunicazioni, e in particolare di quello televisivo, caratterizzato da una concentrazione di risorse economiche e pubblicitarie in capo ai due maggiori broadcaster, senza

eguali in Europa. Tale circostanza rafforza e cronicizza il sostanziale squilibrio che caratterizza il mercato pubblicitario. Mentre, infatti, nella generalità dei Paesi europei la stampa continua ad essere il principale mezzo di veicolazione dei messaggi pubblicitari - Gran Bretagna (39,4%), Francia (39,3%), Germania (42,6%) - in Italia è la televisione ad avere questo primato, con una quota di mercato che sfiora il 60%.”

“Su questo terreno – ha concluso il Presidente degli editori italiani - si impongono interventi volti a riequilibrare il mercato. In un settore nevralgico come quello dell’informazione, non c’è niente di più rilevante della pubblicità: essa è una risorsa fondamentale per tutti i mass media, tradizionali ed elettronici. Dalla sua equa distribuzione fra i vari mezzi, dunque, dipende direttamente il livello di pluralismo e di libera concorrenza nell’intero sistema.”

Intervista di Malinconico a “What’s up”

In un’intervista apparsa su “What’s up” di novembre 2010, il Presidente della Fieg Carlo Malinconico, ha affrontato una serie di temi riguardanti l’editoria che vanno dallo stato del settore, con particolare attenzione all’evoluzione della stampa periodica, alla lettura, sottolineando i dati confortanti relativi ai giovani che si accostano ai giornali, all’invadenza della televisione, soprattutto sul terreno pubblicitario. Fieg Notizie, riporta integralmente il testo dell’intervista.

Presidente, qual è lo stato di salute dell'editoria rivolta ai giovani, in Italia?

La risposta ha bisogno di qualche premessa. Forse, finora, da parte degli editori e dei loro giornali è mancata un'adeguata attenzione ai problemi, ai desideri, alle speranze, di una fascia di popolazione che, in prospettiva, è destinata ad alimentare il mercato della lettura. È innegabile, tuttavia, che notevoli sforzi in questa direzione siano stati fatti cambiando formati, design, impaginazione, contenuti per rendere più accattivanti anche per un pubblico giovanile testate che troppo spesso, in passato, hanno indugiato su temi destinati ad un pubblico adulto. Ne è prova la circostanza che il lettorato giovanile negli ultimi cinque anni non è diminuito, mantenendosi intorno al 13% del dato complessivo riguardante i lettori di un giorno medio. Però non è neanche aumentato e questo chiama in causa editori e redazioni perché compiano ulteriori passi nella direzione dei giovani.

Quali sono i mezzi effettivi forniti dalle Istituzioni per implementare un servizio così importante per la crescita, sia economica sia culturale, del nostro Paese?

È deludente doverlo dire, ma l'apporto delle Istituzioni è presso che nullo. Il pluralismo dei mezzi di informazione invocato e declinato in tutti gli ambienti politici come strumento al servizio della costruzione di una democrazia compiuta resta confinato nel limbo delle mere enunciazioni di principio.

Per tradurlo, in prassi?

Richiederebbe un'azione di politica industriale per dare vigore economico e prospettive alla stampa, in tutte le sue articolazioni operative. In realtà in questi ultimi anni, e non solo in concomitanza con la terribile crisi economica, l'intervento dello Stato si è più che dimezzato. All'inizio di quest'anno abbiamo assistito alla sparizione delle tariffe postali agevolate con conseguenze drammatiche per molte testate che diffondono gran parte delle copie prodotte in abbonamento. Gli abbonamenti, che rappresentano a mala pena il 9% del venduto, si ridurranno così ulteriormente, penalizzando la stampa italiana.

Avete avanzato delle proposte?

Appunto, abbiamo proposto al Governo forme di abbonamento gratuito per sei mesi ai diciottenni sostenute per metà dagli editori e per metà dallo Stato, ma non abbiamo avuto ancora una risposta positiva.

Nella realtà di oggi emergono – e talvolta con breve storia – iniziative editoriali di giovani imprenditori o appassionati. Talvolta periodici, free press o in edicola. Perché, malgrado una legge ad hoc, ancora non si riesce a distribuire equamente tra i vari media i budget degli inserzionisti, a privilegio della televisione?

La pubblicità è risorsa essenziale per tutti i mezzi di informazione. In Italia si assiste ad un'anomalia che ci accomuna ad alcuni altri Paesi, il cui numero è inferiore

alle dita di una mano. Circa il 60% degli investimenti pubblicitari va a finire nelle televisioni, mentre la quota della stampa si è ridotta al 28%. Una simile ripartizione non si riscontra in nessun altro Paese ad economia avanzata, dove la stampa mantiene ancora il primato sul mercato.

Perché?

Il nodo centrale che non è mai stato sciolto riguarda i limiti alla pubblicità televisiva privi di efficacia, anche perché non vengono considerati nel conteggio dei tetti orari forme di pubblicità come le telepromozioni o come, per le improvvise modifiche apportate alla direttiva europea, il product placement. Insomma tutto concorre a rafforzare la posizione del mezzo televisivo, a scapito degli altri mezzi, perché è bene intendersi su questo punto sovente negato per ragioni di convenienza: la pubblicità è un mercato unico governato dal principio dei vasi comunicanti; ciò che va ad uno, viene sottratto ad un altro.

“Chi legge, si vede” è stata la campagna FleG per la promozione della lettura dei giornali. Quali riscontri avete avuto? Quale reale grado di affezione alla carta stampa avete riscontrato tra i giovani?

La campagna è stata molto apprezzata da tutti i nostri interlocutori istituzionali. Abbiamo anche scelto, per raggiungere un pubblico più vasto, un linguaggio semplice ed efficace e delle immagini dirette, quasi provocatorie. Il senso della nostra iniziativa risiede nella necessità per un Paese democratico di poter

contare su cittadini informati e consapevoli dei fatti del loro tempo e, pertanto, liberi. Ciò detto, è difficile misurare l'efficacia diretta di questo tipo di campagne di comunicazione. Posso solo dire che i lettori di giornali quotidiani stanno costantemente aumentando da anni, nonostante la concorrenza dei nuovi media. Anche per i giornali periodici, che pure hanno sofferto maggiormente la crisi di questi anni, il dato sulla lettura è confortante. Semplicemente, tutti dovrebbero fare di più, non ultimo lo Stato. È necessario, infatti, che ci si avvicini alla lettura fin dall'età scolare, anche se, è inutile nasconderselo, l'atto di acquisto di un giornale è proprio di età più adulte.

Quant'è importante il mondo del web per le attività editoriali al giorno d'oggi? È sfruttato adeguatamente, come mezzo?

L'importanza del mondo del web per le attività editoriali è senza dubbio fondamentale e grande è l'attenzione delle imprese per le nuove piattaforme di distribuzione dei contenuti editoriali. Il problema è però rappresentato dal fatto che l'attuale sistema di accesso all'informazione sulle nuove piattaforme, essendo fondamentalmente gratuito, non genera adeguati ricavi per chi l'ha prodotta, perché l'utente paga essenzialmente il traffico dati ma non i contenuti fruiti. È vero che aumenta progressivamente il numero dei siti web di informazione che riescono a raggiungere un equilibrio tra costi e ricavi derivanti dalla pubblicità, ma la “volatilità” dei navigatori, a differenza della “concretezza” del

lettore/acquirente del giornale stampato, produce un valore ridotto per gli inserzionisti.

Quali sono le conseguenze?

Da un lato si assottigliano i ricavi dalla vendita di informazioni, fino a scomparire del tutto nel modello gratuito oggi dominante, dall'altro il basso valore del "contatto" del "lettore digitale" non è in grado di generare un flusso compensativo adeguato di ricavi pubblicitari. Con il passaggio dell'informazione di qualità dal giornale al web si realizza il paradosso di ampliare l'audience e di diminuire il fatturato. Uscire da questo paradosso è, per gli editori, la sfida dei prossimi anni.

Presidente, che consiglio concreto darebbe a un giovane che volesse cominciare una attività editoriale?

Nonostante le difficoltà dell'editoria di questi ultimi anni, ogni giorno vengono annunciate nuove iniziative editoriali. Sintomo che il mezzo, alludo a quello cartaceo, è ancora appetibile e anelato. Credo, però, che una iniziativa editoriale che voglia guardare al futuro debba necessariamente tenere conto delle abitudini dei lettori o dei potenziali lettori e della loro incessante trasformazione e fondarsi anche, in modo integrato, sulle tecnologie digitali. I costi crescono, ma le probabilità di successo sono maggiori, se il progetto editoriale è ben centrato.

PUBBLICITA'

Osservatorio FCP-FIEG: la pubblicità sulla stampa ancora in calo a ottobre

Per la stampa, i primi dieci mesi del 2010 hanno fatto registrare una diminuzione del fatturato pubblicitario del 2,6%. Prosegue dunque la tendenza alla contrazione dei ricavi pubblicitari per le aziende editrici, dopo che nel corso del primo semestre dell'anno sembravano manifestarsi timidi segnali di ripresa.

La flessione della pubblicità non ha risparmiato alcun segmento del mercato dell'informazione scritta. Anche i quotidiani a pagamento che, nei mesi precedenti, avevano dimostrato una certa capacità di tenuta, mettendo anzi a segno una leggera crescita, nel periodo gennaio-ottobre 2010, rispetto allo stesso periodo del 2009, hanno accusato un calo del 1,8%. Peraltro, mentre la pubblicità commerciale nazionale – la componente più ricca del mercato – ha mantenuto un segno positivo (+0,6%), le altre tipologie di inserzioni hanno subito i cali più significativi, con la pubblicità di servizio in testa (-6,2%). Su questo

risultato pesano anche la mancata o parziale osservanza da parte di amministrazioni ed enti pubblici delle disposizioni sulla pubblicità legale.

Particolarmente negativa l'evoluzione dei quotidiani gratuiti che, nel periodo considerato, hanno visto ampliarsi il calo degli introiti pubblicitari (-11,6%). Per tali testate, la cui esistenza dipende esclusivamente dalla pubblicità, se non dovesse intervenire una inversione di tendenza si preannunciano tempi assai duri.

Per i periodici, il calo pubblicitario si è attenuato, attestandosi sul -3,1%. Comunque, le previsioni per la fine dell'anno, non indicano un ritorno al segno positivo. Maggiore forza è stata dimostrata dai settimanali che hanno contenuto la flessione al -0,2%, mantenendo, grosso modo, i livelli di fatturato dello scorso anno.

Ancora ampio, invece, l'arretramento dei mensili (-7%), in passato il segmento che dimostrava una maggiore capacità di tenuta in presenza di fasi congiunturali difficili.

Quotidiani Evoluzione Investimenti Pubblicitari
(gennaio-ottobre 2009-2010)

	Spazi (n. pagine)			Fatturato netto (migliaia di euro) (5)		
	2009 (gen.-ott.)	2010 (gen.-ott.)	Var. %	2009 (gen.-ott.)	2010 (gen.-ott.)	Var. %
<i>Testate a pagamento</i>						
Commerciale Nazionale (1)	96.621	92.728	-4,0	480.431	483.228	0,6
Di servizio (2)	14.173	14.678	3,6	134.896	126.467	-6,2
Rubricata (3)	20.047	19.123	-4,6	93.917	90.243	-3,9
Commerciale locale (4)	316.093	324.479	2,7	338.486	328.612	-2,9
Totale a pagamento	446.934	451.008	0,9	1.047.730	1.028.550	-1,8
<i>testate free press</i>						
Commerciale Nazionale (1)	10.086	8.843	-12,3	30.915	27.492	-11,1
Di servizio (2)	272	301	10,7	583	524	-10,1
Rubricata (3)	38	0	-	20	40	100,0
Commerciale locale (4)	18.687	17.713	-5,2	15.813	13.761	-13,0
Totale free press	29.083	26.857	-7,7	47.331	41.817	-11,6
<i>Quotidiani</i>						
Commerciale Nazionale (1)	106.707	101.571	-4,8	511.346	510.720	-0,1
Di servizio (2)	14.445	14.979	3,7	135.479	126.991	-6,3
Rubricata (3)	20.085	19.123	-4,8	93.937	90.283	-3,9
Commerciale locale (4)	334.780	342.192	2,2	354.299	342.373	-3,4
Totale quotidiani	476.017	477.865	0,4	1.095.061	1.070.367	-2,3

1) Comprensiva di pubblicità commerciale nazionale, speciali nazionali, supplementi nazionali, elettorale nazionale, inserti e sponsorizzazioni

2) Comprensiva di finanziaria, legale, ricerche di personale, aste, bilanci, tribunali, assemblee

3) Comprensiva di piccola pubblicità, necrologi, cinema, immobiliare a parole

4) Comprensiva di commerciale, echi di cronaca, speciali locali, supplementi locali, elettorale locale, inserti e sponsorizzazioni

5) Ammontare di tutte le fatture emesse, incluso il valore stimato degli spazi in sospeso di fatturazione e di competenza del periodo. Al netto degli sconti commerciali e delle commissioni d'agenzia fatturate dalle agenzie stesse

Periodici Evoluzione Investimenti Pubblicitari
(gennaio-ottobre 2009-2010)

	Spazi (n. pag.)			Fatturato netto (migliaia di euro)		
	2009 (gen.-ott.)	2010 (gen.-ott.)	Var.%	2009 (gen.-ott.)	2010 (gen.-ott.)	Var.%
Settimanali						
Tabellare	63.019	5.017	3,2	308.463	305.038	- 1,1
speciale (1)	n.d.	n.d.	-	13.901	16.762	20,6
TOTALE SETTIMANALI	63.019	65.017	3,2	322.364	321.800	- 0,2
Mensili						
Tabellare	57.801	55.113	- 4,7	35.817	217.235	- 7,9
speciale (1)	n.d.	n.d.	-	16.723	17.620	5,4
TOTALE MENSILI	57.801	55.113	- 4,7	252.540	234.855	- 7,0
Altre periodicità						
Tabellare	6.963	7.000	0,5	19.747	19.441	- 1,5
speciale (1)	n.d.	n.d.	-	2.438	2.235	- 8,3
Totale altre periodicità	6.963	7.000	0,5	22.185	21.676	- 2,3
Periodici nel complesso						
Tabellare	127.783	127.130	- 0,5	564.027	541.714	- 4,0
speciale (1)	n.d.	n.d.	-	33.062	36.617	10,8
TOTALE PERIODICI	127.783	127.130	- 0,5	597.089	578.331	- 3,1
FATTURATO TOTALE						
QUOTIDIANI E PERIODICI				1.692.150	1.648.698	- 2,6

(1) Insetti, sponsorizzazioni, sampling; compresi costi tecnici

Fonte: Osservatorio FCP-FIEG

Evoluzione investimenti pubblicitari (Nielsen): il mercato sale, ma la stampa arretra

Anche se con qualche attenuazione rispetto alla prima parte dell'anno, il mercato pubblicitario mantiene una buona intonazione, spinto dalle emittenti televisive e da internet.

Nei primi dieci mesi del 2010, infatti, con un fatturato complessivo che ha sfiorato i 7 miliardi di euro, gli investimenti pubblicitari sono aumentati del 3,8% rispetto allo stesso periodo del 2009.

E' ancora una volta la televisione a mostrarsi come il mezzo che muove i volumi più considerevoli (circa 3,8 miliardi di euro), con un incremento del 6,3% ed una quota di mercato che sale di oltre un punto percentuale, attestandosi intorno al 54,3%. Se, peraltro, si limita l'analisi ai soli mezzi classici – anche per rendere possibile un confronto con le rilevazioni del passato – la quota televisiva sale a circa il 59%.

Tutte le emittenti hanno fatto registrare aumenti consistenti, ma quelle effettivamente trainanti sono state le satellitari (+33,4%) e Mediaset (+5%).

Eccellente il risultato della pubblicità sul web, con un incremento del 17,7%.

Oltretutto, va osservato che le rilevazioni Nielsen si limitano a considerare soltanto le modalità "display" e "affiliate" e non quelle "search", rendendo il dato parziale, soprattutto per quanto riguarda alla quota di mercato che dovrebbe essere assai prossima al 10%.

Tra gli altri mezzi, appaiono in forte crescita le radio (+10,2%) e il direct mail (+7%).

Rimane invece negativa l'evoluzione della stampa, in arretramento del 4,1%.

A determinare questo andamento sono stati i periodici (-6,7%), la cui discesa va comunque decelerando, e la free press (-18,8%). Una maggiore capacità di tenuta viene dimostrata dai quotidiani a pagamento che, nel periodo, hanno limitato la flessione al -1,5%.

Investimenti Pubblicitari Netti Stimati

(gennaio-ottobre 2009-2010)(migliaia di euro)

	2009 (gen.-ott.)	% su totale	2010 (gen.-ott.)	% su totale	Var. %
Quotidiani	1.135.055	16,9	1.118.576	16,1	- 1,5
Periodici	711.694	10,6	663.681	9,5	- 6,7
Tot. stampa a pagamento	1.846.749	27,5	1.782.257	25,6	- 3,5
Quotidiani free/pay	81.145	1,2	65.879	0,9	- 18,8
Totale stampa	1.927.894	28,7	1.848.136	26,5	- 4,1
Tv Rai	903.206	13,5	934.605	13,4	3,5
Tv Mediaset	2.269.350	33,8	2.381.980	34,2	5,0
La 7	101.970	1,5	108.180	1,6	6,1
MTV	73.335	1,1	76.858	1,1	4,8
Tv Deejay (ex All music)	5.748	0,1	9.709	0,1	68,9
Tv satellitari	202.545	3,0	270.157	3,9	33,4
Totale TV	3.556.154	53,0	3.781.489	54,3	6,3
Radio (Fonte: FCP- Assoradio)	346.738	5,2	382.167	5,5	10,2
Affissioni (Fonte: Audiposter)	110.746	1,6	114.180	1,6	3,1
Cinema	34.366	0,5	36.860	0,5	7,3
Internet (Fonte FCP- Assointernet)	235.538	3,5	277.256	4,0	17,7
Cards	5.828	0,1	5.632	0,1	3,4
Direct mail	399.244	5,9	427.074	6,1	7,0
Out of Home Tv	7.259	0,1	8.052	0,1	0,9
Transit	90.891	1,4	88.443	1,3	- 2,7
Totale pubblicità	6.714.658	100,0	6.969.289	100,0	3,8

Fonte: Nielsen Media Research

Investimenti Pubblicitari Netti Stimati (Mezzi classici)

(gennaio-ottobre 2009-2010)(migliaia di euro)

	2009 (gen.-ott.)	% su totale	2010 (gen.-ott.)	% su totale	Var. %
Quotidiani	1.135.055	18,3	1.118.576	17,4	- 1,5
Periodici	711.694	11,5	663.681	10,3	- 6,7
Tot. stampa a pagamento	1.846.749	29,7	1.782.257	27,7	- 3,5
Quotidiani free/pay	81.145	1,3	65.879	1,0	- 18,8
Totale stampa	.927.894	31,0	1.848.136	28,7	- 4,1
Tv Rai	903.206	14,5	934.605	14,5	3,5
Tv Mediaset	2.269.350	36,5	2.381.980	37,0	5,0
La 7	101.970	1,6	108.180	1,7	6,1
MTV	73.335	1,2	76.858	1,2	4,8
Tv DeeJay (ex All music)	5.748	0,1	9.709	0,2	68,9
Tv satellitari	202.545	3,3	270.157	4,2	33,4
Totale TV	3.556.154	57,3	3.781.489	58,7	6,3
Radio (Fonte: FCP-Assoradio)	346.738	5,6	382.167	5,9	10,2
Affissioni (Fonte: Audiposter)	110.746	1,8	114.180	1,8	3,1
Cinema	34.366	0,6	36.860	0,6	7,3
Internet (Fonte FCP-Assointernet)	235.538	3,8	277.256	4,3	17,7
Totale pubblicità	6.211.436	100,0	6.440.088	100,0	3,7

Fonte: Nielsen Media Research

PROCESSI E PROBLEMI

L'Agcom chiede al Governo di prorogare il divieto di incroci stampa-tv

Con una segnalazione inviata il 24 novembre scorso, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha invitato il Governo a mantenere in vigore, anche oltre la scadenza del 31 dicembre 2010, il divieto di incroci tra il settore della stampa quotidiana e quello della televisione. Il venir meno del divieto, ad avviso dell'Autorità, può avere effetti "di particolare rilevanza ai fini del pluralismo".

La legge n. 112/224, cosiddetta legge "Gasparri", prevede infatti che "i soggetti che esercitano l'attività televisiva in ambito nazionale attraverso più di una rete non possono, prima del 31 dicembre 2010, acquisire partecipazioni in imprese editrici di giornali quotidiani o partecipare alla costituzione di nuove imprese editrici di giornali quotidiani".

Per l'Autorità, la scadenza "lascerebbe l'Italia sprovvista di una norma tutt'ora utile al complessivo sistema dell'informazione", auspicando che "il governo, qualora convenga sull'opportunità della proposta avanzata, voglia porre mano ad un intervento legislativo finalizzato alla conservazione della norma che vieta gli incroci di proprietà tra il settore televisivo e quello editoriale".

Nella stessa segnalazione, l'Autorità si è anche soffermata sulla questione del conflitto di interessi, con particolare riguardo alla fattispecie del "sostegno privilegiato" da parte di imprese che

agiscono nel sistema integrato delle comunicazioni (Sic). E che fanno capo a titolari di cariche governative a persone con rapporti di parentela con tali titolari. Anche su questo piano, l'Autorità ha segnalato un vuoto normativo che non consente di configurare la sussistenza del "sostegno privilegiato" da parte delle imprese della carta stampata.

Fieg Notizie riporta integralmente il testo della segnalazione dell'AGCOM

1.Introduzione

Nell'esercizio dei poteri previsti dall'articolo 1, comma 6, lett. c), n. 1) della legge 31 luglio 1997, n. 249, il Consiglio di questa Autorità, nella seduta del 28 ottobre 2010, ha deliberato di rivolgere al Governo una segnalazione in merito ai limiti antitrust per stampa e tv e alla rilevanza della prima anche ai fini della legge n. 215 del 2004.

2. I limiti antitrust stampa-televisione e il quadro di riferimento per il pluralismo.

La prima questione attiene alla prossima scadenza -il 31 dicembre 2010- del divieto, per i soggetti che esercitano l'attività televisiva in ambito nazionale attraverso più di una rete, di acquisire partecipazioni in imprese editrici di giornali quotidiani o di partecipare alla costituzione di nuove imprese editrici di giornali quotidiani.

L'originaria disposizione sul divieto di incroci tra il settore della stampa e

quello della televisione era contenuta nell'articolo 15, comma 1, lett. a), b) e c) della legge 6 agosto 1990, n. 223, recante "Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato", comma ch'è stato abrogato dalla legge 3 maggio 2004, n. 112 e sostituito dall'articolo 15, comma 6, della legge medesima. La nuova formulazione del divieto, introdotto dalla legge 112 del 2004, prevede che i soggetti che esercitano l'attività televisiva in ambito nazionale attraverso più di una rete non possono, prima del 31 dicembre 2010, acquisire partecipazioni in imprese editrici di giornali quotidiani o partecipare alla costituzione di nuove imprese editrici di giornali quotidiani. Tale divieto si applica anche alle imprese controllate, controllanti o collegate ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile.

La norma, nell'attuale formulazione, è confluita, in sede di riordino e coordinamento della legislazione in materia radiotelevisiva, nell'articolo 43, comma 12, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 - Testo unico della radiotelevisione -, il quale è stato di recente modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, che lo ha ridenominato "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici" (di seguito, Testo unico), mantenendo però inalterata la disposizione recata dal citato articolo 43, comma 12.

La disposizione in materia di limiti antitrust all'incrocio tra stampa e giornali quotidiani è stata sin dall'inizio concepita dal legislatore a tutela del pluralismo dei mezzi di comunicazione e di informazione, sulla base delle indicazioni

date dalla Corte Costituzionale. Con la sentenza n. 826 del 1988, che ha preceduto la legge 223/90 (cosiddetta legge "Mammi"), la Corte Cost. aveva, infatti, sollecitato un intervento legislativo in materia di adeguati limiti antitrust, che si rivolgesse, in maniera conglomerata, al complesso del sistema dell'informazione.

La protezione del pluralismo informativo è uno dei principi fondamentali dell'Unione Europea (articolo 11, comma secondo, dalla Carta Europea dei diritti fondamentali) e, in forza di ciò, la giurisprudenza della Corte di Giustizia ha riconosciuto il diritto degli Stati membri a mantenere una legislazione speciale in materia, più restrittiva del diritto della concorrenza.

Si ritiene, pertanto, che il mantenimento della normativa sui limiti antitrust incrociati stampa-tv, possa a pieno titolo rientrare tra gli interventi consentiti al legislatore per il mantenimento della concorrenzialità e del pluralismo del sistema dell'informazione, anche alla luce del confronto con i principali Paesi europei.

Invero, negli ordinamenti dei principali Paesi europei le esigenze di tutela del pluralismo hanno trovato specifica considerazione nell'ambito di apposite normative sul controllo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva ed editoriali. Tali regole mirano a limitare l'influenza che uno stesso soggetto può avere nel sistema dell'informazione tramite il controllo di una pluralità di mezzi di comunicazione di massa (c.d.

cross-ownership media rules), ed i limiti così imposti al sistema delle partecipazioni incrociate in diversi media rispondono alla peculiare esigenza di garantire la partecipazione di più imprese di comunicazione appartenenti ad una pluralità di soggetti, prevenendo i rischi di un'eccessiva concentrazione e garantendo la diversità dell'informazione, ai fini ultimi di preservare il pluralismo dei mezzi di comunicazione.

La scadenza del divieto in questione alla data ormai prossima del 31 dicembre 2010 risulta di particolare rilevanza ai fini del pluralismo, in considerazione del fatto che la televisione risulta il mezzo principale di informazione, seguita dai quotidiani, che rappresentano la seconda fonte di informazione utilizzata in Italia.

Si segnala, pertanto, l'opportunità di un intervento legislativo al fine di mantenere in vigore tale divieto oltre la scadenza legislativamente prevista.

3. La cornice legislativa in materia di risoluzione dei conflitti di interessi.

L'altra segnalazione attiene alla discrasia, riscontrata nella pratica della attività istituzionale dell'Autorità, di alcuni aspetti della legge 20 luglio 2004, n. 215, recante "Norme in materia di risoluzione dei conflitti di interessi".

Al riguardo, per quanto concerne il regime delle incompatibilità (art. 2) e il divieto per il titolare di cariche di Governo di agire in situazioni di conflitti di interessi (art. 3), la vigilanza su eventuali violazioni è attribuita dalla

legge all'Autorità garante della concorrenza e del mercato (art. 6).

A questa Autorità è affidata, invece, la competenza per la fattispecie del cosiddetto "sostegno privilegiato" (art. 7).

Le funzioni attribuite all'AGCOM consistono nell'accertare che le imprese che agiscono nei settori del Sistema integrato delle comunicazioni (SIC) e che fanno capo al titolare di cariche di Governo, al coniuge o ai parenti entro il secondo grado, ovvero sottoposte al controllo dei medesimi soggetti ai sensi della legge 10 ottobre 1990, n. 287, non pongano in essere comportamenti che, in violazione delle disposizioni di cui alla legge 6 agosto 1990, n. 223, alla legge 31 luglio 1997, n. 249, alla legge 22 febbraio 2000, n. 28 e alla legge 3 maggio 2004, n. 112, forniscano un sostegno privilegiato al titolare di cariche di Governo. Le leggi appena citate sono denominate, nella prassi di settore, "leggi parametro".

4. Ambito soggettivo ed oggettivo di applicazione del "sostegno privilegiato".

Tale nuova figura di illecito, introdotta dalla legge nel disciplinare le funzioni attribuite all'AGCOM nella materia di cui trattasi, costituisce una fattispecie complessa ed "aperta" che si configura, vale ribadirlo, a seguito della violazione delle prescrizioni contenute nelle quattro "leggi parametro" (e cioè le leggi n. 223/90, n. 249/97, n. 28/00 e n. 112/04).

Poiché il legislatore ha costruito il nuovo illecito come fattispecie “aperta”, limitandosi ad indicarne i soli elementi costitutivi (la violazione di norme preesistenti e la condotta che integra un indebito vantaggio), l'AGCOM ne ha enucleato una definizione necessariamente ampia. Pertanto, in assenza di una casistica da assumere a riferimento, e secondo quanto esplicitato nell'art. 1, comma 2 del Regolamento dell'Autorità in materia di conflitto interessi di cui alla delibera n. 417/04/CONS (e successive modificazioni e integrazioni), ai fini istruttori “sostegno privilegiato” viene ad essere *“ogni condotta posta in essere dalle imprese di cui al comma 1, che, in violazione delle leggi 6 agosto 1990, n. 223, 31 luglio 1997, n. 249, 22 febbraio 2000, n. 28 e 3 maggio 2001, n. 112, specie avuto riguardo ai principi fondamentali del sistema radiotelevisivo, del pluralismo, dell'obiettività, della completezza, della lealtà e dell'imparzialità dell'informazione, fornisce un sostegno privilegiato, anche attraverso qualsiasi forma di vantaggio, diretto o indiretto, politico, economico, di immagine al titolare di cariche di Governo.*

Ai fini della verifica sulla sussistenza della fattispecie del “sostegno privilegiato” occorre, pertanto, esaminare la ricorrenza sia dell'ambito soggettivo - impresa operante nel SIC facente capo al titolare di cariche di Governo ovvero al coniuge o parenti entro il secondo grado -, sia dell'ambito oggettivo di applicazione - l'essere essa incorsa in una violazione delle leggi “parametro”.

Sotto il profilo dell'ambito soggettivo, rientrano nel campo di applicazione della norma le imprese, attive nei settori del SIC, che editano le testate ed i programmi radiotelevisivi, e che facciano capo ai titolari di cariche di Governo, coniugi e parenti entro il secondo grado, ovvero siano sottoposte al controllo dei medesimi soggetti.

Sotto il profilo dell'ambito oggettivo si osserva, peraltro, come la disciplina recata dalle anzidette “leggi parametro” non contenga, tra i comportamenti vietati che possono configurare il sostegno privilegiato, alcun riferimento alla stampa.

I principi del pluralismo, dell'obiettività, della completezza, della lealtà e dell'imparzialità dell'informazione, invero, si applicano esclusivamente alle emittenti radiofoniche e televisive, mentre la stampa, sotto il profilo contenutistico e comportamentale, gode di una disciplina autonoma, dettata *in primis* dalla legge 8 febbraio 1948, n. 47 e dalla legge 3 febbraio 1963, n. 69 istitutiva dell'Ordine del giornalista. Né le leggi da ultimo citate, né i numerosi codici deontologici che disciplinano l'attività giornalistica a mezzo stampa, sono compresi nell'ambito delle cosiddette “leggi parametro”, la cui violazione sola, secondo la legge, è suscettibile di integrare la ricorrenza del “sostegno privilegiato”.

Da tale vuoto normativo consegue che il “sostegno privilegiato” non può configurarsi nei confronti delle imprese della carta stampata, pur essendo esse

operanti nel sistema integrato delle comunicazioni di cui all'art. 2, comma 1, lettera g) della legge n. 112/04 e benché anche da parte loro possano essere materialmente violati i principi del pluralismo, dell'obiettività, della completezza, della lealtà e dell'imparzialità dell'informazione, in quanto le leggi parametro prese in esame dalla legge n. 215/2004 impongono il rispetto di tali principi solo da parte delle emittenti radiotelesive, e non anche da parte della stampa.

5. Conclusioni

Alla luce dell'analisi qui svolta si osserva quanto segue:

In ordine alle conseguenze dell'ormai prossima scadenza del divieto recato dall'articolo 43, comma 12, del Testo unico, che lascerebbe l'Italia sprovvista di una norma tutt'ora utile al complessivo sistema dell'informazione, l'Autorità auspica che il Governo, qualora convenga sull'opportunità della proposta avanzata, voglia porre mano ad un intervento legislativo finalizzato alla conservazione della norma che vieta gli incroci di proprietà tra il settore televisivo e quello editoriale.

Con l'occasione, tale disposizione, che nella formulazione attuale risulta limitata al possesso di reti nazionali televisive *analogiche*, andrebbe adeguata alla trasformazione del sistema radiotelesivo intervenuta dal 2004 a tutt'oggi, e, in particolare, all'evoluzione tecnologica digitale terrestre, satellitare e via cavo, nonché a quella di mercato del settore.

Quanto, invece, alla discrasia che si è riscontrata nel sistema della legge n. 215/2004 tra ambito soggettivo ed oggettivo di applicazione della normativa in materia di "sostegno privilegiato", l'Autorità rappresenta al Governo la problematicità della questione, segnalando che, in caso di rivisitazione della legge sulla risoluzione dei conflitti di interessi, andrebbe colmato il vuoto normativo che non consente, allo stato della legislazione vigente, di configurare la sussistenza del "sostegno privilegiato" da parte delle imprese della carta stampata".

Assetti societari nei media. La segnalazione dell'AGCOM al Governo

E' stata pubblicata sul sito web dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni la segnalazione che la stessa Autorità ha inviato al Governo sulla trasparenza degli assetti proprietari delle società editoriali.

La segnalazione risale al 2 aprile scorso ma è stata resa disponibile sul sito soltanto il successivo 19 novembre, vale a dire più a distanza di sette mesi.

Nel documento vengono messe in evidenza le conseguenze derivanti dalle modifiche apportate all'art. 1, commi 4 e 6, della legge 416/81, dal decreto legge n. 2007/2008, - cosiddetto decreto milleproroghe -, laddove è stato previsto che la titolarità della partecipazione di controllo su un'impresa editoriale possa far capo anche a società controllate indirettamente da persone fisiche. Inoltre

la nuova disposizione ha eliminato il divieto di intestazione a società fiduciarie di partecipazione di controllo, purché tali società comunichino all'Autorità i nominativi dei fiduciari.

Ad avviso dell'organismo di garanzia delle comunicazioni si tratta di norme che renderebbero difficoltoso, se non impossibile, il compito dell'accertamento

dell'effettiva titolarità delle società editoriali ed anche di quelle televisive, qualora sussistano partecipazioni di controllo indiretto.

Fieg Notizie riporta integralmente il testo della segnalazione al Governo da parte dell'Agcom.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Segnalazione al Governo ai sensi dell'art. 1, comma 6, lettera c), n. 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249

Premessa

Nell'esercizio dei poteri di segnalazione contemplati dall'art. 1, comma 6, lettera c) n. 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249¹, che conferisce al Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (di seguito, Autorità) il potere di segnalare al Governo l'opportunità di interventi, anche legislativi, che possano contribuire all'evoluzione, sul piano interno ed internazionale, del settore delle comunicazioni, l'Autorità intende formulare alcune osservazioni critiche, suggerite dalla pratica della propria attività istituzionale in materia di organizzazione e tenuta del Registro degli operatori di comunicazioni (ROC), in relazione ad alcuni profili del vigente regime delle partecipazioni nelle imprese editoriali, quale risultante dalla recente novella della legge 5 agosto 1981, n. 416, contenente la "*Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria*", ad opera dell'art. 41-bis del decreto-legge 30 dicembre 2008 n. 207, recante "*Proroga di termini previsti da disposizioni legislative e disposizioni finanziarie urgenti*", convertito, con modificazioni, dalla legge 27 febbraio 2009, n. 14.

Si anticipa che la problematicità dell'attuale sistema normativo è riconducibile al fatto che il nuovo regime degli assetti societari non consente a questo Garante, per quanto si esporrà in prosieguo, di esercitare fattivamente il compito di assicurare la trasparenza degli assetti societari nell'ambito della propria attività istituzionale di tenuta del Registro degli operatori di comunicazioni (di seguito anche solo ROC), nonché di controllo e sanzione delle posizioni dominanti nel sistema integrato delle comunicazioni (il cd. SIC), così attentando a quella esigenza di trasparenza che da

¹ Recante "*Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*", pubblicata in G.U. n. 177 del 31 luglio 1997.

il
4

sempre costituisce un valore primario di riferimento di tutta la legislazione vigente in materia di editoria.

L'Autorità ha difatti riscontrato che le recenti modifiche apportate all'art. 1, commi 4 e 6, della legge n. 416/1981 ad opera dell'art. 41 *bis*, comma 2, del d.l. n. 207/2008, in tema di partecipazioni di controllo, rendono di fatto oltre modo difficoltoso, quando non impossibile, il compito dell'accertamento della effettiva titolarità delle società editoriali qualora sussistano partecipazioni di controllo indiretto.

Si tratta di modifiche che rendono difficile all'Autorità, nel settore editoriale, come peraltro già in quello radiotelevisivo, l'esercizio del potere di vigilanza sulla trasparenza degli assetti societari.

La trasparenza degli assetti societari, è appena il caso di rammentarlo, è strumentale al fondamentale valore costituzionale e comunitario della libertà di manifestazione del pensiero, che può essere assicurata soltanto da un sistema giuridico che respinga sin dal livello normativo posizioni mono/oligopolistiche di alcune imprese a danno della concorrenza. Ciò che è possibile innanzi tutto se esiste un sistema normativo che consenta all'Autorità di settore, preposta alla salvaguardia della concorrenza e del valore costituzionale della libertà di manifestazione del pensiero, di avere agevole e piena contezza degli assetti societari.

1. La novella legislativa

Il citato art. 41-*bis*, comma 2, del d.l. n. 207/2008 ha modificato l'articolo 1, commi 4 e 6, della legge 5 agosto 1981, n. 416 nei termini di seguito esposti:

- a) al quarto comma dell'art. 1, il primo periodo è stato sostituito dal seguente:
“Le azioni aventi diritto di voto o le quote possono essere intestate a società per azioni, in accomandita per azioni o a responsabilità limitata, purché la partecipazione

di controllo di dette società sia intestata a persone fisiche o a società direttamente o indirettamente controllate da persone fisiche”.

b) il sesto comma dell'art. 1 è stato sostituito dal seguente: “Qualora la partecipazione di controllo di cui al quarto comma sia intestata a società fiduciarie, il requisito ivi previsto del controllo diretto o indiretto da parte di persone fisiche si intende riferito ai fiducianti, in quanto soggetti effettivamente titolari delle azioni o quote medesime. In tal caso la società fiduciaria è tenuta, ai fini del presente articolo, a comunicare i nominativi dei fiducianti all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ai fini e per gli effetti dell’articolo 1, comma 6, lettera a), numero 5, della legge 31 luglio 1997, n. 249”.

L’innovazione legislativa in esame ha introdotto quindi la possibilità che la titolarità della partecipazione di controllo su di una impresa editoriale possa fare capo anche a società controllate indirettamente – e senza che la nuova legge ponga limiti al riguardo - da persone fisiche; inoltre essa ha consentito, superando il divieto precedentemente vigente, che la partecipazione di controllo possa essere intestata anche a società fiduciarie, purché le stesse comunichino a questa Autorità i nominativi dei fiducianti.

2. Gli effetti della novella legislativa sull’attività istituzionale dell’Autorità

Orbene, gli elementi così introdotti minano alla radice la possibilità di fare trasparenza sull’ultimo “anello” della catena delle partecipazioni riflettenti l’assetto proprietario di una società editoriale.

Nella sua formulazione precedente, l’art. 1, comma 4 della legge n. 416/81 prevedeva con chiarezza che: “[...] la partecipazione di controllo di dette società sia intestata a persone fisiche o a società direttamente controllate da persone fisiche”. Così facendo, esso imponeva quindi un preciso limite alle partecipazioni di controllo indiretto,

2
3

stabilendo che quantomeno al terzo livello della catena partecipativa, e cioè dopo due passaggi proprietari al massimo, dovesse di necessità essere identificabile una persona fisica, o una società direttamente controllata da una persona fisica, o, infine, in applicazione dell'art. 3 della legge n. 416/1981, una società con azioni quotate in borsa.

La disposizione di cui all'art. 41-bis, comma 2, d.l. n. 207/2008, per converso, nel prevedere che "[...] *la partecipazione di controllo di dette società sia intestata a persone fisiche o a società direttamente o indirettamente controllate da persone fisiche*", consente invece partecipazioni di controllo indiretto mediate anche *ad libitum*, introducendo così un palese, serissimo ostacolo ai fini dell'individuazione della persona fisica che eserciti effettivamente il controllo sulle imprese editoriali. Ampliandosi indefinitamente gli anelli della catena societaria, infatti, si rende estremamente problematico, come si è accennato in premessa, risalire al controllante di ultimo grado, l'effettivo *dominus* dell'impresa editoriale.

In altri termini, la nuova norma ha a ben vedere eliminato ogni limite, in materia, in quanto non v'è dubbio (per quanti sforzi possano essere compiuti) che non c'è società il cui controllo almeno indiretto non sia alla fine dei conti riconducibile a persone fisiche.

Le difficoltà poste dalla novella risultano con particolare evidenza nei casi, già registrati nell'esperienza applicativa del ROC, in cui vengano in rilievo società estere o anche solo "esterovestite", le quali, ricadendo in un regime normativo diverso, potrebbero fungere da strumento per vanificare l'efficacia dell'attività di vigilanza, la quale non può utilmente dispiegarsi su ordinamenti giuridici cui afferiscano obblighi di trasparenza degli assetti societari meno stringenti.

La novella, dunque, incide notevolmente sulle attività istituzionali di questa Autorità, cui compete la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione, ai sensi dell'art. 1, comma 6, lett. a), n. 5 della legge n. 249/97, e così la vigilanza sugli assetti societari delle imprese editoriali.

W

Per quanto si avrà modo di evidenziare nel paragrafo seguente, infatti, l'attività di competenza di questa Autorità non può prescindere dalla valutazione della conformità degli assetti proprietari alla normativa vigente, sia in sede di iscrizione al R.O.C. che in occasione dell'aggiornamento annuale cui le imprese iscritte sono tenute ai sensi dell'art. 11 della delibera n. 662/08/CONS.

Analoghe considerazioni devono svolgersi pure per il settore radiotelevisivo, e ciò a far data da prima dell'abrogazione, ad opera dell'art. 54 del d.lgs. n. 177/05 (T.U. della radiotelevisione), dell'art. 17, comma 2, della legge n. 223/1990 (cd. legge Mammi). Se tale ultimo intervento normativo ha reso ammissibili partecipazioni di controllo indiretto, per così dire, "all'infinito", senza alcun vincolo a rendere conoscibile la persona fisica detentrica del controllo di ultima istanza, pure la disciplina abrogata consentiva che il controllo in capo a persone fisiche e soggetti assimilati si determinasse ad un livello della catena partecipativa ben successivo al terzo, con evidenti e gravi riflessi sull'effettività della vigilanza. La disposizione richiedeva, infatti, solamente che fossero "*comunque individuabili le persone fisiche che detengono o controllano le azioni aventi diritto di voto*".²

3. Le competenze dell'Autorità in materia di ROC

Al fine di comprendere appieno le ricadute pratiche negative sull'intero sistema giuridico della novella, vale ricordare qui brevemente la centralità che le situazioni di controllo nel settore delle comunicazioni elettroniche rivestono ai fini delle competenze del Garante.

² Non tragga invece in inganno il richiamo contenuto nel primo comma dell'art. 1 della legge n. 416/1981 alle società il cui oggetto comprenda l'attività radiotelevisiva: il richiamo è esclusivamente correlato all'individuazione dei soggetti abilitati ad esercitare l'attività di impresa editrice di giornali quotidiani.

3

All'Autorità compete la tenuta del Registro degli operatori della comunicazione, ai sensi dell'art. 1, comma 6 della legge n. 249/97³.

Il Regolamento per l'organizzazione e la tenuta del Registro, menzionato al numero 5 del comma 6 dell'art. 1 della legge 249/97, è stato adottato con delibera 236/01/CONS⁴, sostituita dalla delibera n. 666/08/CONS a decorrere dal 26 dicembre 2008.

Con la prima delibera menzionata l'Autorità ha istituito il Registro degli operatori della comunicazione, ha indicato i soggetti obbligati all'iscrizione al Registro, le modalità di organizzazione e tenuta del medesimo, le condizioni e le modalità di iscrizione ad esso, la disciplina delle comunicazioni rilevanti e delle cancellazioni dal Registro, e dettato altre disposizioni generali di tipo sanzionatorio.

Il Regolamento vigente, all'art. 8 (rubricato "*Dichiarazioni del controllante e di altri soggetti*"), prescrive l'obbligo, per i soggetti che al momento dell'iscrizione controllino- o acquisiscano successivamente il controllo di - uno o più soggetti obbligati all'iscrizione al Registro, di darne specifica comunicazione entro 30 giorni, mediante

³ L'art. 1 cit. prevede, infatti, tra le specifiche competenze della Commissione per le infrastrutture e le reti, le seguenti funzioni: "5) cura la tenuta del registro degli operatori di comunicazione al quale si devono iscrivere in virtù della presente legge i soggetti destinatari di concessione ovvero di autorizzazione in base alla vigente normativa da parte dell'Autorità o delle amministrazioni competenti, le imprese concessionarie di pubblicità da trasmettere mediante impianti radiofonici o televisivi o da diffondere su giornali quotidiani o periodici, le imprese di produzione e distribuzione dei programmi radiofonici e televisivi, nonché le imprese editrici di giornali quotidiani, di periodici o riviste e le agenzie di stampa di carattere nazionale, nonché le imprese fornitrici di servizi telematici e di telecomunicazioni ivi compresa l'editoria elettronica e digitale; nel registro sono altresì censite le infrastrutture di diffusione operanti nel territorio nazionale. L'Autorità adotta apposito regolamento per l'organizzazione e la tenuta del registro e per la definizione dei criteri di individuazione dei soggetti tenuti all'iscrizione diversi da quelli già iscritti al registro alla data di entrata in vigore della presente legge; 6) dalla data di entrata in vigore del regolamento di cui al numero 5) sono abrogate tutte le disposizioni concernenti la tenuta e l'organizzazione del Registro nazionale della stampa e del Registro nazionale delle imprese radiotelevisive contenute nella legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni, e nella legge 6 agosto 1990, n. 223, nonché nei regolamenti di cui al decreto del Presidente della Repubblica 27 aprile 1982, n. 268, al decreto del Presidente della Repubblica 15 febbraio 1983, n. 49, e al decreto del Presidente della Repubblica 27 marzo 1992, n. 255. Gli atti relativi ai registri di cui al presente numero esistenti presso l'ufficio del Garante per la radiodiffusione e l'editoria sono trasferiti all'Autorità ai fini di quanto previsto dal numero 5".

⁴Successivamente modificata con delibere nn. 403/01/CONS, 404/01/CONS, 25/02/CONS, 129/03/CONS, 130/03/CONS e 502/06/CONS.

una dichiarazione da redigersi secondo un apposito modulo (modello 12/ROC). La dichiarazione deve contenere l'indicazione del fatto o negozio che determina l'acquisizione del controllo, nonché l'elenco dei soci e la titolarità delle rispettive partecipazioni con diritto al voto. Tali obblighi di comunicazione si applicano, per espressa previsione normativa dell'art. 10 Regolamento ROC, anche ad ogni modificazione dei fatti, negozi e accordi oggetto di dichiarazione.

Le disposizioni, che impongono l'obbligo di rendere all'Autorità comunicazioni rispondenti al vero, sono presidiate a livello sanzionatorio dai commi da 29 a 32 dell'art. 1 della legge 249/97⁵, come dispone l'art. 24 del Regolamento.

4. Segue. Le forme di controllo e di collegamento societario previste dall'ordinamento giuridico delle comunicazioni e la loro rilevanza per la tenuta del ROC

Il Regolamento per l'organizzazione e la tenuta del Registro degli operatori della comunicazione impone, quindi, per quanto qui interessa, la tempestiva comunicazione delle situazioni di controllo "ai sensi della vigente normativa generale e speciale". La comunicazione di una situazione di controllo deve essere operata con le modalità e i contenuti indicati nel Regolamento medesimo; il relativo obbligo è presidiato da sanzioni amministrative in caso di inottemperanza.

Gli artt. 8 e 10 del Regolamento ROC, in precedenza richiamati, costituiscono fedele declinazione dell'art. 1 della legge n. 416/81⁶, che, al comma 8, prescrive l'obbligo,

⁵ Il comma 29 dell'art. 1 della legge n. 249/97 dispone, infatti, testualmente: "I soggetti che nelle comunicazioni richieste dall'Autorità espongono dati contabili o fatti concernenti l'esercizio della propria attività non rispondenti al vero, sono puniti con le pene previste dall'art. 2621 c.c.". L'art. 2621 c.c., a sua volta, elenca i comportamenti che integrano il reato di false comunicazioni ed illegale ripartizione di utili o di acconti sui dividendi, e commina per tali reati la pena della reclusione da 1 a 5 anni e della multa da 2 a 20 milioni di vecchie lire, salvo che il fatto costituisca più grave reato (il richiamo dell'art. 1 comma 29 della legge 249/97 all'art. 2621 c.c. è operato solo ai fini della determinazione della pena, e non anche ai fini della applicazione della disciplina ivi contenuta).

⁶ Ma analoghe considerazioni, pur in difetto di una previsione legislativa espressa, varrebbero per il settore radiotelevisivo.

in capo alle persone fisiche e alle società controllanti, di dare comunicazione scritta del controllo alla controllata e al ROC. La citata norma di legge infatti dispone:

“Le persone fisiche e le società che controllano una società editrice di giornali quotidiani, anche attraverso intestazione fiduciaria delle azioni o delle quote o per interposta persona, devono darne comunicazione scritta alla società controllata ed al servizio dell’editoria [sostituito ora dal ROC, n.d.r.] entro trenta giorni dal fatto o dal negozio che determina l’acquisizione del controllo. Costituisce controllo la sussistenza dei rapporti configurati come tali nell’articolo 2359 del codice civile. Si ritiene esistente, salvo prova contraria, l’influenza dominante prevista dal primo comma dell’articolo 2359 del codice civile quando ricorrano rapporti di carattere finanziario o organizzativo che consentono:

- a) la comunicazione degli utili o delle perdite; ovvero
- b) il coordinamento della gestione dell’impresa editrice con quella di altre imprese ai fini del perseguimento di uno scopo comune o ai fini di limitare la concorrenza tra le imprese stesse; ovvero
- c) una distribuzione degli utili o delle perdite diversa, quanto ai soggetti o alla misura, da quella che sarebbe avvenuta in assenza dei rapporti stessi; ovvero
- d) l’attribuzione di poteri maggiori rispetto a quelli derivanti dal numero delle azioni o delle quote possedute; ovvero
- e) l’attribuzione a soggetti diversi da quelli legittimati in base all’assetto proprietario di poteri nella scelta degli amministratori e dei dirigenti delle imprese editrici nonché dei direttori delle testate edite”.

Orbene, l’introduzione di situazioni di controllo indiretto con “catena” prolungabile *ad libitum*, com’è avvenuto con la recente novella legislativa, rende estremamente difficile all’Autorità vegliare sul rispetto di tale articolo, e assumere le appropriate

61

iniziative sanzionatorie in tutti quei casi in cui l'obbligo di comunicazione sia infranto ovvero le comunicazioni non rispondano al vero⁷.

La necessità che l'Autorità sia posta in condizione di conoscere con esattezza gli assetti societari rivela anche sotto l'ulteriore specifico profilo degli effetti che l'accertamento delle situazioni di controllo potrebbe avere. Tale accertamento, infatti, può condurre, sia pure quale conseguenza estrema, fino alla cancellazione della società editoriale dal ROC. L'art. 1, comma 4 della legge n. 416/81 sanziona infatti con la cancellazione d'ufficio dell'impresa dal registro degli operatori di comunicazione di cui all'articolo 1, comma 6, lettera a), n. 5, della legge n. 249/97 il caso in cui non siano individuabili le persone fisiche titolari della partecipazione di controllo delle società titolari delle azioni aventi diritto di voto o delle quote delle società editoriali, ovvero le persone fisiche che controllino le società titolari della partecipazione di controllo delle società per azioni, in accomandita per azioni o a responsabilità limitata cui sono intestate le azioni aventi diritto di voto o delle quote delle società editoriali. Di conseguenza, la novella, rendendo difficile risalire al *dominus* dell'impresa con la eccessiva gravosità dell'accertamento medesimo rende assai incerta e, in definitiva, poco "credibile" la comminatoria legale della eventuale cancellazione dal Registro.

Merita poi essere specificamente evidenziato che tra gli obblighi di comunicazione gravanti sulle società editoriali iscritte al ROC v'è l'obbligo di comunicare, tra i di-

⁷ In stretta connessione con il citato comma 8 dell'art. 1 legge n. 416/08 opera l'art. 3, comma 2, della legge 25 febbraio 1987, n. 67, il quale testualmente dispone: "2. Il controllo è definito ai sensi del primo comma dell'articolo 2359 del codice civile nonché ai sensi dell'ottavo comma dell'articolo 1 della legge 5 agosto 1981, n. 416, come modificato dalla presente legge. I rapporti di cui al richiamato ottavo comma dell'articolo 1 sono rilevanti ai fini della individuazione della posizione di controllo, anche quando sono posti in essere nei confronti della società editrice da parte di società direttamente o indirettamente controllate. Il collegamento è definito ai sensi del secondo comma dell'articolo 2359 del codice civile. Ai fini della individuazione della posizione di collegamento, è rapporto di collegamento anche quello che si realizza attraverso una società direttamente o indirettamente controllata" (enfasi aggiunta).

S

versi dati elencati nell'art. 1, comma 7, legge n. 416/81 cit., l'elenco dei soci delle società che comunque la controllano direttamente o indirettamente, nonché il numero delle azioni o l'entità delle quote da essi possedute⁸.

Orbene, anche per questo aspetto la novella è fonte di serie disfunzioni.

Le società controllate, tenute come sono alla comunicazione dell'elenco dei soci delle società che comunque le controllano (direttamente o indirettamente), sono poste in oggettiva difficoltà dal fatto che si è consentito che la partecipazione di controllo su di esse possa essere intestata a società *“direttamente o indirettamente controllate da persone fisiche”*.

Occorre invero avere riguardo al fatto che le informazioni relative al controllante potrebbero non essere nella disponibilità delle imprese controllate, che però, in quanto iscritte al ROC, sono pur sempre tenute alla comunicazione all'Autorità degli assetti societari cui appartengono mediante la comunicazione dell'elenco dei soci.

Le società editoriali, quindi, poiché non sono più necessariamente in grado di conoscere il nominativo della persona fisica che “a monte” le controlla, rischiano ora, in seguito alla riforma legislativa, di non poter conseguire -per causa a loro in realtà non imputabile- l'iscrizione al Registro, ovvero di poter decadere dalla iscrizione stessa; per non dire del rischio di perdere i benefici che la legge subordina all'iscrizione al ROC.

5. Segue. Le situazioni di controllo societario e la loro rilevanza ai fini dell'accertamento delle posizioni dominanti e dell'erogazione dei contributi per l'editoria

⁸ L'articolo 1, comma 7 della medesima legge prevede infatti:

“Le imprese di cui ai commi precedenti [imprese editrici di giornali, n.d.r.] sono tenute a comunicare, al servizio dell'editoria di cui all'articolo 10, per la iscrizione sul registro di cui all'articolo 11 [successivamente sostituito dal ROC di cui al n. 5) del comma 6, dell'art. 1, l. 31 luglio 1997, n. 249, n.d.r.]:

[...]

d) nei casi in cui l'impresa è costituita in forma di società per azioni o in accomandita per azioni o a responsabilità limitata, l'elenco dei soci delle società alle quali sono intestate le azioni o le quote della società che esercita l'impresa giornalistica o delle società che comunque la controllano direttamente o indirettamente, nonché il numero delle azioni o l'entità delle quote da essi possedute”.

Le situazioni di controllo e collegamento rilevano, oltre che ai fini della disciplina del ROC, anche rispetto all'esercizio di un'altra competenza, assai importante, dell'Autorità: l'accertamento circa l'esistenza di posizioni dominanti.

L'art. 3 della legge n. 67/87 individua analiticamente il contenuto delle situazioni di controllo e collegamento rilevanti per la verifica, da parte dell'Autorità, circa l'esistenza di posizioni dominanti nel settore dell'editoria. E un regime simile è dettato dall'art. 43 del TU sulla radiotelevisione.

Ebbene l'incertezza che la novella legislativa produce in ordine alle titolarità della partecipazione di controllo della società editoriale riverbera effetti pregiudizievoli anche sulla verifica, che fa carico all'Autorità, in ordine all'esistenza di posizioni dominanti nel predetto settore.

Come si è esposto in precedenza, i medesimi effetti pregiudizievoli fin qui rappresentati si pongono pure relativamente all'ambito radiotelevisivo, per la disciplina normativa vigente che a seguito dell'abrogazione, ad opera dell'art. 54 Testo unico della radiotelevisione, dell'art. 17 della cd. legge Mammi addirittura sottrae il settore radiotelevisivo di una qualsivoglia legislazione in materia di trasparenza degli assetti societari; ma la disciplina di settore, già prima dell'adozione del Testo Unico radiotelevisivo, ingiustificatamente condizionava la legittimità delle partecipazioni di controllo indiretto alla sola possibilità di individuare le persone fisiche titolari delle azioni aventi diritto di voto, a qualsiasi livello della catena partecipativa.

Infine, le situazioni di controllo o collegamento emergenti dal ROC possono avere rilievo anche ad altri fini, e specificamente per la concessione o negazione dei contributi per l'editoria. Tanto ai sensi dell'art. 3, comma 2, della legge 7 agosto 1990, n. 250⁹, il quale consente la corresponsione dei contributi economici nei limiti di una

⁹ Recante "Provvidenze per l'editoria e riapertura dei termini, a favore delle imprese radiofoniche, per la dichiarazione di rinuncia agli utili di cui all'articolo 9, comma 2, della legge 25 febbraio 1987, n. 67, per l'accesso ai benefici di cui all'articolo 11 della legge stessa".

42

testata per ciascuna società¹⁰; e soprattutto in forza del disposto del comma 11-ter del medesimo articolo 3, che prevede: “...i contributi previsti dal comma 2 sono concessi a condizione che non fruiscano dei contributi previsti dal predetto comma imprese collegate con l'impresa richiedente o controllate da essa o che la controllano o che siano controllate dalle stesse imprese o dagli stessi soggetti che la controllano”¹¹.

La delicatezza della problematica è acuita dalla previsione dell'art. 1, comma 574, della legge n. 266/2005, per cui “*Nei casi di cui all'articolo 3, comma 11-ter, della legge 7 agosto 1990, n. 250, qualora siano presentate più domande, tutte le imprese editrici interessate decadono dal diritto di accedere ai contributi*”.

I dati del ROC assumono perciò valenza anche sul piano della concessione dei contributi all'editoria, quanto meno come presupposti dell'istruttoria che deve essere svolta dal competente Dipartimento. Anche sotto questo profilo si comprende, pertanto, che la verifica relativa alla correttezza e veridicità dei dati comunicati debba essere effettivamente possibile, al fine di assicurare la trasparenza nel settore.

6. Conclusioni

Alla luce dell'analisi svolta nei precedenti paragrafi, l'Autorità auspica che il Governo valuti l'opportunità di promuovere un intervento normativo volto a circoscrivere la portata dell'art. 41-bis del d.l. n. 207/2008 con riferimento alla possibilità, oggi illimitatamente ammessa, di partecipazioni societarie di controllo indiretto nelle società editoriali, in modo tale da permettere alle competenti strutture di questa Autorità

¹⁰ L'art. 3 citato nel testo prevede più precisamente: “2. A decorrere dal 1° gennaio 2002, i contributi di cui al comma 8 e al comma 11 del presente articolo, il cui ammontare non può comunque superare il 50 per cento dei costi complessivi, compresi gli ammortamenti, risultanti dal bilancio dell'impresa stessa, sono concessi, limitatamente ad una sola testata, alle imprese editrici di giornali quotidiani che, con esclusione di quanto previsto dalle lettere a) e b) per le cooperative editrici costituite ai sensi e per gli effetti dell'articolo 153, comma 4, della legge 23 dicembre 2000, n. 388, possiedano i seguenti requisiti:
a) siano costituite come cooperative giornalistiche da almeno tre anni;
b) editino la testata stessa da almeno tre anni;
[...].”

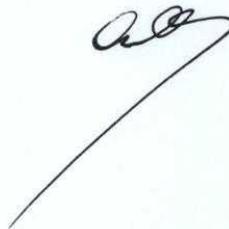
¹¹ I contributi sono erogati sempre che sussistano talune altre condizioni, desumibili anche dai dati del ROC, indicate dal cit. art. 3, comma 2, legge n. 250/1990: si pensi, a titolo esemplificativo, all'attività esercitata da imprese costituite come cooperativa giornalistica da almeno tre anni.

tà di acclarare in modo sufficientemente lineare ed inequivocabile l'effettiva titolarità delle società editoriali.

Analoghe considerazioni devono esprimersi per la disciplina del controllo societario nel settore radiotelevisivo.

Si auspica, pertanto un intervento legislativo organico ed omogeneo per i settori editoriale e radiotelevisivo. Tale intervento unitario ripristinerebbe efficacia ed efficienza all'azione di verifica della trasparenza e conoscibilità delle compagini societarie dell'Autorità e, allo stesso tempo, garantirebbe alle imprese di settore, indipendentemente dal mercato in cui esse operano, simmetria di requisiti e di parametri normativi in materia di titolarità dell'impresa (e uniformità dei connessi obblighi di comunicazione all'Autorità).

Il Presidente
Corrado Calabrò



h

Google dominante sul mercato della pubblicità online. Lo afferma l'antitrust francese

L'Autorité de la Concurrence, l'organismo antitrust francese, si è pronunciato, con un parere pubblicato il 14 dicembre scorso, sul funzionamento della concorrenza nel settore della pubblicità online, sulla base del vigente codice del commercio.

Il parere era stato richiesto lo scorso febbraio dal Ministro dell'Economia e delle Finanze in ragione del ruolo di grande e crescente importanza che Internet ricopre nella vita degli individui, delle famiglie e nella sfera del commercio.

I motori di ricerca – Google, in particolare – rappresentano la porta di accesso alla navigazione online. Una posizione centrale che ha sollevato critiche e preoccupazioni da parte di numerosi soggetti, alcuni dei quali ritengono di essere vittime di comportamenti di concorrenza sleale, se non addirittura illeciti, messi in atto dai motori di ricerca.

I rilievi contenuti nelle accuse rivolte a Google vengono così riassunti dall'Antitrust francese con riferimento ai soggetti proponenti:

- i motori di ricerca concorrenti ritengono che l'egemonia di Google sia il risultato di pratiche di chiusura del mercato, mentre altri operatori attivi su Internet temono che le condizioni attraverso le quali Google diversifica le sue attività online non siano conformi alle norme sulla concorrenza;
- gli inserzionisti clienti di Google o editori di siti Internet che fanno parte della rete di syndication di Google

denunciano, tenuto conto del loro ridotto potere contrattuale, comportamenti arbitrari e non trasparenti di Google;

i giornali – che sono a un tempo clienti, partners, competitori e potenzialmente fornitori di contenuti – sostengono anch'essi le accuse sopra citate ma, soprattutto, si ritengono vittime di pratiche parassitarie e di predatory prices che aggravano la già difficile situazione della stampa.

Muovendo da tali rilievi, l'Autorité de la Concurrence ritiene che Google occupi una posizione dominante sul mercato della pubblicità legata alle ricerche su Internet. Questo mercato ha una sua specificità e non è sostituibile da altre forme di comunicazione, soprattutto perché consente una definizione dei target di utenza molto sofisticata e agli occhi degli inserzionisti non esiste un'offerta alternativa equivalente. In effetti, si tratta di un mercato dove è possibile agganciare un possibile cliente tra coloro che svolgono attività di ricerca e, quindi, è una pratica assai prossima a un atto d'acquisto.

Sono numerosi gli elementi che inducono a ritenere che Google detenga una posizione dominante: quota di mercato, livello dei prezzi, natura delle relazioni con i clienti, livello dei margini e così via. Inoltre, sussistono barriere d'ingresso molto elevate per sviluppare attività di motori di ricerca competitive, tenuto conto degli investimenti necessari per realizzare algoritmi e sistemi di indicizzazione dei contenuti così come degli effetti di scala.

Per l'Autorità, comunque, la posizione dominante di Google non è certamente condannabile in sé in quanto risultato di un formidabile sforzo d'innovazione, sostenuto da investimenti massicci e continui. Soltanto l'abuso di una tale posizione sul mercato potrebbe innescare una procedura che giunga a sanzionare Google.

A tale proposito, l'Autorità ha esaminato il funzionamento della concorrenza sul mercato della pubblicità online ed ha individuato, per alcune tipologie di comportamento, una griglia d'analisi per consentire la valutazione della loro compatibilità con il diritto della concorrenza.

Essa ha così distinto i possibili comportamenti abusivi volti all'esclusione dei concorrenti attraverso procedure non derivanti da una competizione basata sui meriti (innalzamento artificioso di barriere d'ingresso, clausole vessatorie eccessive per durata e contenuti, ostacoli tecnici, ecc.) da eventuali abusi gestionali attraverso pratiche dirette ad imporre condizioni esorbitanti a partners e clienti ovvero a trattare in maniera discriminatoria o a rifiutare di garantire un minimo di trasparenza nei rapporti contrattuali.

L'Autorità, che si è espressa a titolo consultivo, non si è pronunciata sulla liceità di tali pratiche che richiederebbero comunque per essere perseguite indagini lunghe e complesse. Non di meno, l'attuale contesto legislativo è in grado di porre limiti ai comportamenti di Google e

riconduurre la sua attività entro i confini del diritto della concorrenza.

Recentemente, adita dalla società Navx, che commercializza soltanto attraverso internet database di localizzazione di radar fissi e mobili utilizzando i servizi di pubblicità online di Google, che ha lamentato pratiche discriminatorie ed opache di Google, l'Antitrust francese ha imposto al motore di ricerca di realizzare una serie di misure cautelari che sono state successivamente confermate e chiarite nel quadro di una procedura di impegno. A sua volta la

Commissione europea ha aperto una procedura formale che dovrà soprattutto accertare se le modalità di classificazione dei siti internet messe in pratica da Google rientrano nei risultati di ricerca naturale ovvero nel quadro di particolari rapporti commerciali.

Per quanto in particolare riguarda la stampa, l'Autorità antitrust ha osservato che essa è molto interessata alle questioni considerate nell'ambito del suo parere in quanto è allo stesso tempo cliente, partner, concorrente e fornitrice di Google.

Uno dei principali motivi di insoddisfazione degli editori risiede nella mancanza di qualsiasi procedura di auditing che certifichi i dati forniti da Google. Tale mancanza è particolarmente grave per la determinazione dei ricavi netti sulla base dei quali sono calcolate le quote spettanti ai partners nel quadro delle prestazioni fornite da AdSense. A tale riguardo, l'Autorità della concorrenza ha invitato il legislatore a

precisare e a completare il quadro giuridico attuale che scaturisce dalla legge Sapin estendendo gli obblighi di trasparenza contenuti in tale legge alla pubblicità online, proprio per tenere conto delle nuove condizioni di funzionamento del mercato pubblicitario. Potrebbero, ad esempio, essere imposti obblighi di informazione minimali così come, per reti più importanti, meccanismi di auditing, eventualmente controllati da soggetti certificatori terzi.

Gli editori di giornali possono domandare ed ottenere di essere esclusi da Google News senza essere necessariamente cancellati dal motore di ricerca di Google.

I giornali denunciano infatti una “forma di parassitismo economico” messa in atto da Google attraverso l’aggregatore di notizie “Google News”. Google, infatti, offrendo i contenuti migliori di ciascuna testata – evidentemente nessun editore è in grado di farlo individualmente - si posiziona come il sito di riferimento per accedere alle informazioni senza versare contropartite finanziarie ai giornali che sostengono i costi rilevanti per produrre un’informazione di qualità. É dunque molto importante che gli editori di giornali possano domandare ed ottenere di non essere inseriti in Google News senza che questa richiesta comporti un “delisting” automatico da Google in quanto motore di ricerca.

In tal senso, Google ha preso recentemente degli impegni davanti all’Autorità antitrust italiana: l’indicizzazione dei contenuti dei giornali da parte di Google News può essere

disattivata, sganciandola da quella dei contenuti accessibili attraverso il motore di ricerca generalista, a seguito di una semplice e preventiva richiesta da parte degli editori.

L’Autorité de la Concurrence si è impegnata a controllare che questi impegni, che Google ha detto di aver già messo in pratica, siano rispettati anche in Francia.

Infine, l’Autorità ha espresso il proprio plauso per le iniziative assunte da alcuni editori per mettere insieme le loro risorse e favorire la nascita di edicole digitali a pagamento. La stampa deve oggi fronteggiare la sfida digitale e non sarebbe serio affermare che le sue difficoltà siano da imputare, come causa principale, a Google.

É importante che alcune grandi testate quotidiane come Libération, Le Figaro, L’Equipe, Les Echos, Le Parisien si siano unite ad alcuni settimanali come L’Express, Le Point, Le Nouvel Observateur, annunciando la creazione di raggruppamento di interesse economico (GIE) per realizzare un portale comune di informazioni online.

Gli editori europei: no a concorrenza sleale delle emittenti televisive pubbliche sul mercato dell’online

A seguito dell’approvazione da parte della Commissione Cultura del Parlamento europeo della proposta di

risoluzione sul servizio pubblico di radiodiffusione nell'era digitale, presentata dal parlamentare belga Ivo Belet, l'Associazione europea degli editori di quotidiani (ENPA), con un comunicato emesso il 24 novembre 2010, ha richiamato l'attenzione delle istituzioni europee sull'esigenza che le attività online delle emittenti radiotelevisive pubbliche non competano slealmente con le attività online offerte dai quotidiani.

L'ENPA ha in particolare richiesto che i compiti delle emittenti pubbliche, in quanto beneficiarie di aiuti di Stato vengano definiti e applicati con rigore. E' vero che il rapporto dell'on. Belet votato dal Parlamento europeo riconosce che i quotidiani e i periodici sono elementi essenziali di un panorama mediatico europeo diversificato e pluralistico e che tali dovrebbero rimanere, ma è anche vero che per gli editori di giornali molto di più dovrebbe essere fatto per garantire che le ingenti risorse investite dagli stessi editori nello sviluppo di servizi online non vengano insidiate dalle attività digitali delle emittenti concessionarie di pubblici servizi.

In proposito, Ivar Rusdal, presidente dell'Associazione degli editori europei ha osservato: "Nel momento in cui gli editori di quotidiani stanno investendo massicciamente nei nuovi modelli di business online, l'offerta online delle emittenti radiotelevisive pubbliche si sta espandendo rapidamente. E le attività online di tali emittenti troppo spesso

vanno di gran lunga oltre i compiti di servizio pubblico ad esse affidate".

Nel comunicato l'Enpa dichiara inoltre che le emittenti televisive pubbliche e i giornali possono coesistere e contribuire allo sviluppo della democrazia e della diversificazione tra i media. Ma questo può avvenire a condizione che venga realizzato un contesto di corretta applicazione dei contributi pubblici e delle norme sulla concorrenza. "Le attività online delle radiotelevisioni pubbliche dovrebbero essere assoggettate ad un accurato controllo da parte di organismi indipendenti", ha aggiunto il presidente Rusdal.

Gli editori europei sono poi allarmati per i confini sempre più indistinti e meno netti tra le finalità di pubblico servizio e le attività commerciali delle emittenti radiotelevisive pubbliche. Queste ultime troppo spesso utilizzano le loro posizioni di privilegio per incrementare i loro fatturati pubblicitari online a spese dei quotidiani che operano in ambito privatistico. Al riguardo, l'ENPA ribadisce che i ricavi pubblicitari giocano un ruolo cruciale nell'assicurare ai giornali online fonti autonome di finanziamento, garantendo altresì la possibilità che essi possano continuare, anche nell'era digitale, ad alimentare la dialettica democratica e ad informare i cittadini europei.

Fieg Notizie riporta integralmente il testo della risoluzione approvata dalla Commissione Cultura del Parlamento europeo che ha spinto l'ENPA a intervenire sull'argomento.

Risoluzione del Parlamento europeo del 25 novembre 2010 sul servizio pubblico di radiodiffusione nell'era digitale: il futuro del sistema duale

Il Parlamento europeo,

- visti l'articolo 14, e l'articolo 106, paragrafo 2, del trattato sull'Unione europea,
- visto il protocollo n. 29 sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri allegato al trattato sull'Unione europea,
- visto l'articolo 11, paragrafo 2, della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea,
- vista la direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 10 marzo 2010, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati Membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi)¹,
- vista la sua risoluzione del 19 settembre 1996 sul ruolo del servizio pubblico televisivo in una società multimediale²,
- vista la sua risoluzione del 25 settembre 2008 sulla concentrazione e il pluralismo dei mezzi d'informazione nell'Unione europea,
- vista la sua risoluzione del 16 dicembre 2008 sull'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale,
- vista la comunicazione della Commissione del 2 luglio 2009 relativa all'applicazione delle norme sugli aiuti di Stato al servizio pubblico di emittenza radiotelevisiva³,
- visto il documento di lavoro dei servizi della Commissione sul pluralismo dei media negli Stati membri dell'Unione europea (SEC(2007)0032),
- vista la raccomandazione n. R (96) 10 del Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa agli Stati membri, dell'11 settembre 1996, sulla garanzia dell'indipendenza del servizio pubblico di radiodiffusione,
- vista la risoluzione del Consiglio e dei rappresentanti dei governi degli Stati membri, riuniti in sede di Consiglio, del 25 gennaio 1999, sulle emissioni di servizio pubblico,
- vista la raccomandazione n. CM/Rec(2007)2 del Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa agli Stati membri, del 31 gennaio 2007, sul pluralismo dei mezzi d'informazione e la diversità dei loro contenuti,
- vista la raccomandazione n. CM/Rec(2007)3 del Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa agli Stati membri, del 31 gennaio 2007, sulla missione dei media di servizio pubblico nella società dell'informazione,
- vista la raccomandazione n. 1878(2009) dell'Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa, del 25 giugno 2009, sul finanziamento del servizio pubblico di radiodiffusione,
- vista la dichiarazione del 27 settembre 2006 del Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa sulla garanzia dell'indipendenza del servizio pubblico di radiodiffusione negli Stati membri,
- visto l'articolo 48 del suo regolamento,
- vista la relazione della commissione per la cultura e l'istruzione

A. considerando che, in una società europea democratica, la partecipazione dei cittadini al dibattito pubblico e l'accesso alle informazioni nell'ambiente digitale presuppongono un settore audiovisivo e della stampa dinamico e competitivo,

B. considerando che i mezzi di radiodiffusione figurano tra le fonti di informazione più importanti di cui dispongono i cittadini negli Stati membri dell'UE e, in quanto tali, costituiscono un fattore importante nella formazione dei valori e delle opinioni delle persone,

C. considerando che sia il servizio pubblico di radiodiffusione che quello privato sono chiamati a svolgere un ruolo cruciale per quanto riguarda la produzione audiovisiva europea, la diversità e l'identità culturali, l'informazione, il pluralismo, la coesione sociale, la promozione delle libertà fondamentali e il funzionamento della democrazia,

D. considerando che le emittenti di servizio pubblico svolgono un ruolo pionieristico, incentivando e utilizzando l'evoluzione tecnologica in modo da offrire i loro contenuti al pubblico per mezzo di tecniche mediatiche e di distribuzione innovative,

E. considerando che il panorama audiovisivo dell'UE ha caratteristiche uniche ed è contraddistinto da quello che è stato definito il «sistema duale», che si basa su un autentico equilibrio tra emittenti di servizio pubblico e emittenti commerciali,

F. considerando che un sistema duale efficace con un autentico equilibrio tra emittenti di servizio pubblico e privato rappresenta l'interesse generale,

G. considerando che la coesistenza di emittenti di servizio pubblico ed emittenti commerciali ha garantito una programmazione diversificata e liberamente accessibile che torna a vantaggio di tutti i cittadini dell'UE e contribuisce al pluralismo dei media, alla diversità culturale e linguistica, alla concorrenza editoriale (in termini di qualità e diversità dei contenuti), nonché alla libertà di espressione,

H. considerando che l'Unione europea annette particolare importanza al ruolo del sistema duale nella produzione e nella diffusione di contenuti europei,

I. considerando che i cambiamenti intervenuti nel corso degli ultimi anni nel panorama audiovisivo, con lo sviluppo delle tecnologie digitali e delle piattaforme proprietarie a pagamento e la comparsa di nuovi soggetti mediatici online, hanno avuto ripercussioni sul tradizionale sistema duale di radiodiffusione e sulla concorrenza editoriale (in termini di qualità e diversità dei contenuti) e hanno reso necessarie una diversificazione delle attività e una presa in considerazione di nuove piattaforme di distribuzione da parte delle emittenti di servizio pubblico e privato,

J. considerando che la diffusione delle nuove tecnologie ha cambiato il modo in cui i cittadini europei accedono ai mezzi di comunicazione e all'informazione,

K. considerando che i consueti confini esistenti all'interno del settore dei media vengono a scomparire nel contesto online, dal momento che i media tradizionali non possono sopravvivere senza espandersi verso nuove piattaforme (quali servizi SMS, pagine web e applicazioni per smart phone), conformemente agli obiettivi dell'Agenda digitale dell'Unione europea,

L. considerando che quotidiani e riviste sono elementi essenziali di un panorama mediatico europeo diversificato e pluralistico e che tali dovrebbero rimanere,

M. considerando che i fornitori di servizi Internet e di telecomunicazione e i motori di ricerca svolgono un ruolo sempre più significativo nel nuovo contesto mediatico,

N. considerando che nell'era digitale, caratterizzata da una scelta più ampia per i consumatori ma anche da un rischio di frammentazione dell'audience, di crescente concentrazione dei media, di aumento del numero di imprese mediatiche integrate verticalmente nonché di un'evoluzione verso i servizi a pagamento e il criptaggio, il servizio pubblico di radiodiffusione dovrebbe contribuire, come già fa, a mantenere una sfera pubblica, fornendo una programmazione di elevata qualità con un valore sociale e informazioni oggettive,

O. considerando che in taluni Stati membri il servizio pubblico di radiodiffusione non è ancora sufficientemente radicato a livello sociale e non dispone di risorse adeguate,

P. considerando che le emittenti pubbliche in alcuni Stati membri sono confrontate a problemi fondamentali che ne pregiudicano l'indipendenza politica, la sopravvivenza e persino la base finanziaria, creando una minaccia diretta all'esistenza stessa del sistema duale,

Q. considerando che la televisione commerciale ha recentemente affrontato difficoltà economiche derivanti dalla contrazione della pubblicità,

R. considerando che la definizione del mandato del servizio pubblico e la garanzia di finanziamento alle emittenti di servizio pubblico spettano esclusivamente agli Stati membri, in conformità dei principi del protocollo

di Amsterdam,

S. considerando che i media di servizio pubblico necessitano di finanziamenti pubblici adeguati, di una partecipazione alle pertinenti nuove tecnologie e piattaforme nonché di un quadro normativo stabile e prevedibile, per poter assolvere alla propria missione in termini di offerta di contenuti culturali e informativi di alta qualità e, di conseguenza, per migliorare chiaramente l'alfabetizzazione mediatica, a beneficio del pubblico,

T. considerando che è possibile migliorare il servizio pubblico di radiodiffusione attraverso lo scambio di esperienze e migliori prassi tra gli Stati membri,

U. considerando che il rispetto delle norme europee in materia di libertà di espressione, pluralismo e indipendenza dei media, missione e finanziamento dei media di servizio pubblico dovrebbe essere una priorità in tutti gli Stati membri,

V. considerando che, attualmente, l'Unione europea non dispone degli strumenti adeguati per monitorare le minacce poste ai media di servizio pubblico e al sistema duale negli Stati membri, o in regioni specifiche dell'UE, e per reagirvi,

1. ribadisce l'impegno nei confronti del sistema duale di radiodiffusione in cui i media di servizio pubblico e privato svolgono ciascuno il proprio ruolo senza subire pressioni politiche ed economiche e chiede che l'accesso a una radiodiffusione del livello più elevato possibile sia garantito a prescindere dalla capacità di pagare dei consumatori e degli utenti;

2. sottolinea, in particolare, il ruolo fondamentale di un sistema duale europeo realmente equilibrato per la promozione della democrazia, della coesione sociale, dell'integrazione e della libertà di espressione, e in particolare per la salvaguardia e la promozione del pluralismo dei media, dell'alfabetizzazione mediatica, della diversità culturale e linguistica e della conformità alle norme europee in materia di libertà di stampa;

3. constata che la coesistenza dei media di servizio pubblico e privato ha considerevolmente contribuito a innovare e diversificare l'offerta in termini di contenuti e ha avuto un impatto positivo sulla qualità;

4. riafferma la necessità di mantenere un servizio pubblico di radiodiffusione indipendente, forte e vitale, adeguandolo al contempo alle condizioni poste dall'era digitale, e chiede che siano adottate misure concrete per realizzare questo obiettivo;

5. sottolinea, in questo contesto, che nell'era digitale il servizio pubblico di radiodiffusione ha la missione specifica di nutrire la sfera pubblica rendendo universalmente accessibili i contenuti mediatici di elevata qualità e di interesse pubblico su tutte le piattaforme pertinenti;

6. invita gli Stati membri a prevedere sufficienti risorse per permettere alle emittenti di servizio pubblico di sfruttare le nuove tecnologie digitali e di garantire al grande pubblico i benefici di servizi audiovisivi moderni;

7. invita, a tale riguardo, le emittenti di servizio pubblico a strutturarsi in modo tale da offrire contenuti online attrattivi e di qualità, al fine di rivolgersi giovani che accedono ai media quasi esclusivamente su Internet;

8. esorta gli Stati membri ad affrontare il problema della frattura digitale - ad esempio tra aree urbane e aree rurali - e a garantire che, grazie alla digitalizzazione, tutte le persone in tutte le regioni godano di pari accesso al servizio pubblico di radiodiffusione;

9. esorta gli Stati membri a prendere in considerazione la possibilità di facilitare il passaggio da televisione analogica a digitale per i consumatori;

10. sollecita gli Stati membri a definire la missione delle emittenti di servizio pubblico affinché possano conservare le loro peculiarità attraverso un impegno per le produzioni audiovisive originali e una programmazione e un giornalismo di alta qualità, a prescindere da considerazioni commerciali o influenze politiche, che sono esattamente il loro marchio distintivo; osserva che detta missione dovrebbe essere definita con la maggiore precisione possibile, tenendo, tuttavia, debito conto dell'autonomia di programmazione delle emittenti;

11. ricorda che, conformemente al principio della neutralità tecnologica, le emittenti di servizio pubblico devono avere la possibilità, nel quadro della missione loro affidata, di offrire i propri servizi, su tutte le

piattaforme, inclusi nuovi servizi;

12. insiste sul fatto che in alcuni Stati membri mancano disposizioni giuridiche concernenti le attività su Internet del servizio pubblico di radiodiffusione e che detta mancanza potrebbe influire sulla capacità del settore di ampliarsi a nuove piattaforme;

13. ricorda che le piattaforme terrestri di radiodiffusione fondate su norme aperte che permettono l'interoperabilità svolgono un ruolo centrale nel sistema duale di radiodiffusione e costituiscono lo strumento ideale per fornire agli utenti servizi mediatici audiovisivi gratuiti e facilmente accessibili che si prestano meglio alla frammentazione dei mercati locali e possono dunque rispondere meglio alle attese culturali e sociali locali;

14. prende atto della comunicazione della Commissione del luglio 2009 sulla radiodiffusione, in cui si riconosce il diritto delle emittenti di servizio pubblico di essere presenti su tutte le piattaforme di diffusione pertinenti e in cui si ribadisce che la definizione della missione, del finanziamento e dell'organizzazione del servizio pubblico di radiodiffusione rientra nelle competenze degli Stati membri, fatta salva la responsabilità della Commissione di verificare gli errori manifesti, e invita gli Stati membri a mantenere un equilibrio tra i servizi mediatici digitali offerti, a garantire una concorrenza equa tra emittenti di servizio pubblico e media privati e, quindi, a salvaguardare un panorama mediatico dinamico nel contesto online;

15. si compiace del riconoscimento del principio di neutralità tecnologica e della necessità di rispettare l'indipendenza editoriale delle emittenti di servizio pubblico, tenendo debitamente conto del loro bisogno di finanziamenti costanti e sicuri;

16. richiama tuttavia l'attenzione sui costi enormi dei test ex ante (esistenti) e sottolinea che è favorevole a valutazioni proporzionate;

17. ribadisce l'importanza delle raccomandazioni e dichiarazioni del Consiglio d'Europa, che sono state sottoscritte da tutti gli Stati membri dell'UE e che stabiliscono norme europee in materia di libertà di espressione, libertà di stampa, pluralismo e indipendenza dei media, organizzazione, missione e finanziamento dei media di servizio pubblico, in particolare nella società dell'informazione, tutelando in tal modo la credibilità del servizio pubblico di radiodiffusione;

18. ricorda agli Stati membri l'impegno che hanno assunto relativamente a dette norme europee e raccomanda loro di assicurare finanziamenti adeguati, proporzionati e costanti ai media di servizio pubblico affinché questi ultimi siano in grado di assolvere alla propria missione, di garantirne l'indipendenza politica ed economica e di contribuire a una società dell'informazione e della conoscenza inclusiva con mezzi d'informazione rappresentativi e di elevata qualità accessibili a tutti;

19. invita la Commissione a incoraggiare gli Stati membri a promuovere lo scambio di migliori prassi a differenti livelli (autorità nazionali dei mezzi d'informazione, parti interessate, gestori delle emittenti di servizio pubblico, autorità di regolamentazione indipendenti e rappresentanti dei telespettatori e dei consumatori);

20. invita gli Stati membri a intensificare la cooperazione tra le autorità nazionali di regolamentazione dei media in seno alla piattaforma europea delle autorità di regolamentazione (EPRA) e ad accrescere lo scambio di esperienze e migliori prassi in merito ai rispettivi sistemi nazionali di radiodiffusione;

21. ricorda agli Stati membri che i consigli di amministrazione delle emittenti di servizio pubblico dovrebbero essere composti da persone nominate in base alle loro competenze e all'esperienza maturata nel settore dei media;

22. invita la Commissione e gli Stati membri a conferire all'Osservatorio europeo dell'audiovisivo il mandato, affiancato dalle risorse necessarie, di raccogliere dati e realizzare ricerche sul modo in cui gli Stati membri hanno applicato le norme in questione al fine di valutare se dette norme hanno sortito l'effetto desiderato e insiste sul fatto che gli Stati membri dovrebbero essere chiamati a rispondere del mancato rispetto degli impegni;

23. invita la Commissione ad attribuire maggiore importanza al sistema duale quale parte dell'«acquis» dell'UE, nel quadro dei negoziati di adesione, e sollecita che i progressi compiuti al riguardo dai paesi candidati siano monitorati;

24. invita inoltre gli Stati membri ad affrontare adeguatamente la questione del sottofinanziamento delle emittenti di servizio pubblico, ricordando in particolare la missione specifica dei mezzi di informazione pubblici, ossia essere accessibili al maggior numero possibile di spettatori e di ascoltatori a livello di tutte le nuove

piattaforme mediatiche;

25. osserva che in tutti gli Stati membri deve essere garantita una proprietà trasparente delle emittenti private e invita la Commissione a monitorare e sostenere i progressi in tal senso;

26. invita gli Stati membri a porre fine alle interferenze politiche relative ai contenuti dei servizi offerti dalle emittenti di servizio pubblico;

27. si compiace delle conclusioni dello studio indipendente, realizzato su richiesta della Commissione, sulla definizione di indicatori per misurare il pluralismo dei media nell'UE;

28. sostiene l'attuazione dell'Osservatorio del pluralismo dei media, quale strumento efficace per la diagnosi delle minacce che gravano sul pluralismo dei media;

29. richiama l'attenzione sugli strumenti finanziari offerti dalla BEI e incoraggia le emittenti di servizio pubblico che hanno difficoltà finanziarie a chiedere alla BEI prestiti agevolati per il rinnovo delle proprie infrastrutture, in particolare in relazione al passaggio al digitale e all'innovazione;

30. incoraggia le varie parti interessate a intensificare la loro cooperazione per salvaguardare il sistema duale ed esorta in particolare le emittenti di servizio pubblico e privato a collaborare tra loro e con gli editori sulla condivisione di contenuti e a dar vita a meccanismi di collaborazione;

31. invita la Commissione a lanciare un'iniziativa volta a riunire i diversi attori del settore dei media per contribuire ad identificare possibili settori di cooperazione, agevolare lo scambio di migliori prassi e affrontare le questioni pertinenti;

32. ricorda in tale contesto che le emittenti comunali e cittadine, in particolare nei piccoli comuni, riscontrano difficoltà di finanziamento a lungo termine (ad esempio mediante la pubblicità); ritiene che in tale contesto possano essere utilizzate le nuove possibilità create dalla digitalizzazione per assicurare una radiodiffusione comunale o cittadina su scala regionale che copra un ampio territorio;

33. incoraggia la Commissione ad adattare i diritti d'autore alla nuova era digitale permettendo alle emittenti di mantenere una vasta offerta di contenuti europei di qualità e a studiare i modi specifici con cui facilitare il riutilizzo di contenuti d'archivio e la creazione di sistemi di canone collettivo estesi e di sistemi di sportello unico facilmente accessibili per il versamento dei diritti;

34. attende con interesse la relazione di attuazione sulle disposizioni della direttiva Servizi di media audiovisivi (SMA) concernenti il tempo di diffusione riservato a programmi europei, visto che taluni Stati membri non hanno adottato misure in tal senso;

35. sollecita la Commissione a garantire che gli aggregatori di contenuto rispettino il quadro giuridico esistente e la invita ad esaminare gli strumenti che consentirebbero ai motori di ricerca e ai fornitori di servizi online di contribuire al finanziamento della creazione di contenuto;

36. sottolinea l'importanza dell'educazione mediatica per un utilizzo responsabile dei servizi forniti dagli aggregatori di contenuto;

37. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio e alla Commissione nonché ai governi e ai parlamenti degli Stati

Commercio elettronico: la risposta dell'ENPA alla consultazione pubblica avviata dalla Commissione Ue

Lo scorso settembre la Commissione europea ha avviato una consultazione pubblica sul futuro del commercio elettronico nel mercato interno dell'Unione europea e sull'applicazione della direttiva emanata in materia nel 2000 (2000/31/EC). Secondo la Commissione, infatti, il commercio elettronico costituisce un importante strumento di promozione degli scambi commerciali, garantendo ai cittadini europei l'accesso ad una gamma di prodotti più ampia e qualitativamente migliore e favorendo una maggiore concorrenza con effetti positivi sui prezzi sia nella area dell'offline che in quella dell'online.

Dieci anni dopo l'adozione della direttiva, lo sviluppo del commercio elettronico è rimasto ad un livello ancora molto basso, rappresentando meno del 2% del totale del commercio al dettaglio in Europa. Capire le ragioni del mancato decollo di tali attività è l'obiettivo che si sono posti i commissari dell'Ue consultando direttamente le parti interessate e raccogliere indicazioni sulle eventuali restrizioni che hanno agito in funzione ostativa.

Un obiettivo mancato quello della direttiva, se è vero come è vero, che il legislatore europeo si proponeva, attraverso il commercio elettronico, di contribuire al buon funzionamento del mercato comune garantendo la libera circolazione dei servizi della società

dell'informazione tra gli Stati membri. Da sottolineare che il campo di applicazione della direttiva è molto vasto includendo non solo il commercio elettronico in senso stretto (business to business e business to consumer) ma anche giornali online, servizi finanziari online e così via, con la sola esclusione del gioco d'azzardo online.

Con una nota inviata alla Commissione il 10 novembre scorso, l'Associazione europea degli editori di giornali quotidiani (ENPA) ha rappresentato la posizione dell'editoria giornalistica quotidiana nella quale vengono messi in evidenza gli sviluppi del settore nell'area della distribuzione online di informazioni e servizi.

In premessa, l'ENPA sottolinea infatti che, negli ultimi dieci anni, l'industria dei giornali quotidiani in Europa ha aumentato e potenziato le sue attività in ambiente digitale. I quotidiani stanno ora investendo nell'offerta di un'ampia varietà di prodotti e di servizi, anche a pagamento. Questi nuovi modelli di business (abbonamenti, news alerts, micro pagamenti, archivi di notizie, ecc.) sono disponibili su molteplici piattaforme, fisse o mobili, e, in particolare, su strumenti innovativi come tablets e lettori elettronici.

Gli editori sono in prima linea nella rivoluzione digitale fornendo contenuti di valore riconosciuto su tutte le piattaforme digitali. Nello stesso tempo, gli editori devono consolidare la posizione dei loro prodotti stampati in quanto rappresentano tuttora la pietra

angolare che sostiene l'impalcatura delle loro aziende, continuando a generare fatturato che non è ancora possibile ricavare dalle attività svolte in ambiente digitale.

La pubblicità è una risorsa essenziale perché continui ad esistere una stampa vitale e indipendente in quanto incide in misura superiore al 50% sul fatturato dei giornali stampati e in misura assai prossima al 100% sul fatturato di quelli veicolati online. In un simile contesto, ogni restrizione sulla pubblicità che assuma la forma di divieti, di limitazioni o di particolari oneri (ad esempio, l'etichettatura) ha un diretto impatto negativo sui ricavi dei quotidiani in Europa.

Sul mercato pubblicitario, gli editori devono inoltre fronteggiare la forte concorrenza che proviene dall'espansione delle attività di altri competitori come i motori di ricerca. Questi nuovi "players" non solo utilizzano i contenuti dei quotidiani per i loro servizi commerciali ma su tali contenuti sviluppano anche i loro spazi pubblicitari e i loro strumenti di marketing in diretta concorrenza con gli editori.

A differenza dei "players" sopra menzionati, gli editori di quotidiani investono massicciamente nella produzione e nella diffusione dei contenuti editoriali. E' perciò essenziale che gli investimenti degli editori vengano remunerati. Se i contenuti dei quotidiani possono essere usati da soggetti terzi senza nessuna preventiva autorizzazione e senza corresponsione di un

corrispettivo, gli editori non avranno più alcuno stimolo a continuare ad investire nei contenuti. Una situazione questa che mette a forte rischio non solo lo sviluppo della stampa online ma che può avere un impatto molto negativo sulla dialettica democratica e sulla libertà di espressione.

Nel documento di osservazioni dell'ENPA viene anche fatto rilevare che gli editori devono negoziare con le maggiori società ICT (operatori di telecomunicazioni, fornitori di servizi internet, motori di ricerca) la pubblicazione dei loro contenuti sulle differenti piattaforme.

A tale proposito, è necessario assicurare agli editori margini di libertà per trattare con questi partners su basi eque e trasparenti. Pertanto, si devono evitare strozzature e garantire agli editori adeguati flussi di reddito nei loro rapporti con gli internet service providers e con gli operatori di telecomunicazioni e ICT quando si tratti di accordi per la diffusione dei contenuti dei quotidiani su nuove piattaforme o applicazioni.

Considerato che senza libertà di stampa gli editori di quotidiani non potrebbero pubblicare l'ampio spettro di contenuti che essi normalmente producono, l'ENPA mette in guardia i decision makers europei e nazionali, che stanno discutendo nuove regole per la "governance" di Internet e degli ambienti digitali, sull'esigenza di rispettare diritti fondamentali come la libertà di espressione e di stampa, per evitare ripercussioni negative su tali diritti.

Sulla questione delle norme e delle pratiche che ostacolano l'espansione di servizi online transfrontalieri e sulle possibili soluzioni, l'ENPA ha osservato che sebbene i quotidiani siano essenzialmente prodotti destinati ai mercati nazionali, gli editori devono conformarsi alla legislazione che si applica nei singoli paesi.

Vi sono alcuni temi che sono attualmente in discussione a livello europeo che hanno notevole rilevanza per la crescita e la competitività dell'editoria quotidiana nell'era digitale. Allo scopo di garantire condizioni che consentano l'avvio di nuovi modelli di business come servizi a pagamento, micro pagamenti, applicazioni sul mobile e sui lettori elettronici e, quindi, possa svilupparsi il commercio elettronico anche nel settore editoriale, è necessario che alcuni problemi vengano affrontati e risolti. Questo è l'elenco di problemi e soluzioni indicati dall'ENPA.

-Salvaguardare il principio del paese d'origine: gli editori operano principalmente sui mercati interni, nazionali e locali, ma sarebbe problematico per i loro siti web, che già osservano le norme nazionali, dover subire le conseguenze di legislazioni diverse che si applicano in altri Stati membri. Per questo motivo, è essenziale non modificare bensì ribadire il principio che la legislazione applicabile è quella del paese d'origine.

-Garantire il rispetto delle norme sul copyright su ogni piattaforma da parte di

quelle società che utilizzano i contenuti dei quotidiani per le loro attività commerciali online, senza preventiva autorizzazione e remunerazione.

-Estendere il regime Iva che si applica sulla carta stampata ai contenuti digitali dei quotidiani: l'aliquota Iva che attualmente viene applicata sulle vendite dei quotidiani stampati nei vari Stati membri dovrebbe essere applicata anche alle informazioni dei quotidiani veicolate online per assicurare la neutralità dell'imposta.

-Evitare le strozzature generate dai settori dell'ICT quando impongono termini e condizioni restrittive ai quotidiani per l'accesso in rete, nonché nella determinazione dei prezzi sulle offerte online e nella suddivisione dei ricavi da pubblicità e da vendite.

-Garantire condizioni non discriminatorie e trasparenti in materia di neutralità della rete tra fornitori di contenuti applicabili non solo alla rete in quanto tale ma anche alla ricerca di contenuti attraverso i motori di ricerca.

-Evitare restrizioni e divieti nei messaggi pubblicitari laddove tali misure abbiano un impatto negativo sui ricavi dei quotidiani, mettendone a rischio la gestione economica.

-Assicurare condizioni di concorrenza leale nel settore pubblicitario e prevenire abusi di posizioni dominanti da parte di pochi, ma potenti "players" come motori di ricerca, aggregatori di notizie, ecc.

-Garantire condizioni tali che impongano alle emittenti televisive pubbliche di rispettare le norme europee sulla concorrenza attenendosi alle loro finalità istituzionali evitando, altresì, di sviluppare servizi digitali che finiscano per pregiudicare le attività online dei quotidiani.

Per quanto in particolare riguarda le complesse questioni attinenti al diritto d'autore, l'ENPA osserva che l'utilizzazione dei contenuti dei quotidiani da parte di soggetti terzi è disciplinata dalla legislazione europea in materia di copyright. Con lo sviluppo dell'economia digitale, alcuni operatori economici hanno realizzato servizi utilizzando i contenuti redazionali prodotti dai quotidiani. Il più delle volte, tali operatori, che sono chiamati "aggregatori di notizie", non hanno investito alcunché nella produzione e nella distribuzione di contenuti redazionali ed hanno costruito il loro business con conseguenti profitti basandosi sui contenuti prodotti dagli editori.

Nei tribunali di vari paesi europei sono state pronunciate sentenze che hanno confermato che ogni soggetto che riproduce e diffonde contenuti prodotti dai quotidiani non può farlo senza chiedere preventivamente l'autorizzazione e pagare un corrispettivo. In caso contrario, violerebbe la legislazione europea sul copyright applicabile negli Stati membri.

Sull'interrogativo posto dagli estensori del questionario della Commissione

riguardante la necessità di una maggiore trasparenza dell'origine dei contenuti da parte degli aggregatori di notizie, l'ENPA sottolinea come il problema vero sia non tanto quello della trasparenza, comunque auspicabile, bensì quello del rispetto delle norme sul copyright. Garantire la trasparenza sull'origine dei contenuti non risolve il problema della preventiva autorizzazione e del pagamento di un corrispettivo per l'utilizzazione di materiale redazionale prodotto da altri.

In effetti, sarebbe opportuno avviare un dibattito con i "decision makers" europei e nazionali sulle modalità per verificare come la legislazione vigente in materia di copyright possa essere efficacemente applicata contro i soggetti dominanti sul mercato digitale. Gli editori ritengono che disposizioni attualmente in vigore siano idonee a garantire un sufficiente livello di protezione ai quotidiani, il vero problema è rappresentato dalla loro applicazione e dal loro mancato rispetto da parte di tutti i players.

Sul tema della responsabilità degli intermediari, l'ENPA sottolinea preliminarmente che i contenuti dei siti web dei quotidiani sono sotto il controllo e la responsabilità dell'editore e del direttore responsabile in sintonia con le norme nazionali, con i codici di condotta e di autoregolamentazione. Con lo sviluppo del digitale e l'evoluzione di Internet, i siti web dei quotidiani sono diventati interattivi ed ospitano contenuti generati dagli utenti, lettori e visitatori unici che esprimono le loro opinioni aggiungendo appunto i loro

contenuti o condividendo le notizie. In simili casi, è praticamente ed economicamente impossibile e non ragionevole imporre all'editore un controllo sistematico o preventivo sugli input provenienti dagli utenti. Responsabilità troppo estese non possono essere attribuite agli editori in particolare per quanto riguarda opinioni espresse da utenti in web forum. Si rischia di intaccare il grado di libertà necessario ai quotidiani online. E' perciò importante – ad avviso dell'ENPA – mantenere il dispositivo previsto dall'art. 14 della direttiva europea in materia di "hosting" che appunto prevede che il prestatore del servizio non sia responsabile delle informazioni memorizzate a richiesta di un destinatario del servizio.

Certamente, non appena al corrente di fatti illeciti, il prestatore di servizi deve agire immediatamente per rimuovere le relative informazioni e per disabilitare l'accesso. Tuttavia la disposizione non deve essere interpretata nel senso che il prestatore del servizio deve controllare costantemente blogs e forum di opinioni per rilevare ogni possibile informazione illecita o operare una censura preventiva.

Sul piano dell'abuso o del cattivo uso delle disposizioni che limitano la responsabilità dei prestatori dei servizi si discute se di tali limitazioni debbano beneficiare i motori di ricerca soprattutto quando essi se ne avvalgano per aggirare le norme sul copyright o sulla tutela dei marchi registrati per giustificare la mancanza di trasparenza nelle loro pratiche pubblicitarie. Il problema, in

simili casi, non è tanto quello di modificare il quadro legislativo quanto piuttosto quello di individuare le modalità per una più efficace applicazione delle norme vigenti e costringere i "market players" a rispettarle e ad agire in buona fede.

La sentenza recentemente emessa dalla Corte di Giustizia europea ha dato ragione a Google nel caso che l'ha vista contrapposta a LHMV, affermando che se un marchio viene utilizzato come parola chiave il suo titolare non può far valere nei confronti di Google il diritto esclusivo che egli trae dal suo marchio. La pronuncia della Corte consente ora a Google di lanciare una strategia commerciale sui marchi che potrebbe avere pesanti conseguenze anche per gli editori, costringendoli a comprare le parole-chiave dei loro stessi trademark, mentre gli inserzionisti potrebbero decidere di comprare parole-chiave di marchi invece di comprare spazi pubblicitari sui siti web dei quotidiani.

Inoltre, secondo la sentenza, Google agirebbe come un internet service provider di riferimento e ciò potrebbe portare al consolidamento dell'idea che il ruolo giocato in quanto tale è neutro, nel senso che il suo comportamento è meramente tecnico, automatico e passivo, evidenziando una mancanza di conoscenza o di controllo dei dati che immagazzina. E' un'ipotesi che solleva preoccupazioni in quanto non si capisce fino a che punto Google possa esercitare un certo livello di controllo nei suoi stessi servizi pubblicitari e se Google possa prevenire o meno alcuni abusi, come le

contraffazioni dei marchi. La sentenza della Corte deve comunque essere ancora recepita a livello nazionale.

Ad avviso dell'ENPA è necessario prevenire ogni abuso o uso distorto delle norme sulle limitazioni di responsabilità ed assumere criteri interpretativi che riconoscano che Google esercita un certo livello di controllo sulle sue attività, ad iniziare dalla pubblicità.

Risoluzione degli editori europei sulla libertà di stampa

In occasione dell'Assemblea generale dell'Associazione europea degli editori di quotidiani (ENPA), tenutasi a Budapest il 15 novembre scorso, è stata approvata una risoluzione nella quale viene ribadita l'importanza della libertà di stampa e della sua salvaguardia in Europa.

Nella risoluzione viene ricordato in premessa come l'Europa abbia una posizione consolidata come leader mondiale nel rispetto della libertà di stampa e dei diritti fondamentali. I quotidiani ovunque in Europa continuano a svolgere un ruolo essenziale per la democrazia nel riaffermare l'importanza di tali diritti nei confronti di ogni potere.

La capacità dei quotidiani di contribuire alla dialettica democratica ed alla formazione di cittadini impegnati aumenterà in futuro soltanto se ad essi sarà consentito di sviluppare la loro attività di informazione utilizzando tutte le piattaforme attraverso cui veicolare notizie.

Va sottolineato, comunque, che anche in Europa le riforme istituzionali ed economiche non sempre coincidono con l'esigenza di aumentare il rispetto dei diritti fondamentali. Recenti proposte legislative in alcuni Stati membri, così come l'interpretazione e l'applicazione delle esistenti leggi che disciplinano i media, hanno sollevato serie preoccupazioni in quanto i loro contenuti appaiono potenzialmente lesivi della libertà di stampa.

Ribadito che devono essere riconosciuti i principi e gli impegni in materia di libertà di espressione, di libera circolazione delle informazioni e di libertà di stampa, incluso l'art.10 della Convenzione europea sui diritti umani;

considerato che in alcuni Stati membri la libertà di stampa rischia di subire limitazioni e che non tutti i paesi europei agiscono uniformemente quando si tratta di proteggere i diritti fondamentali;

considerato che gli indici riguardanti il livello di libertà di stampa esistente nel mondo pubblicati nel 2010 da "Giornalisti senza frontiere" collocano 13 Stati membri dell'Unione europea ai vertici della classifica, ma collocano gli altri 14 in basso;

considerato che gli editori di quotidiani intendono vigilare e reagire rapidamente contro ogni attentato alla libertà di stampa in Europa:

- 1) l'Enpa chiede ai responsabili politici europei che agli editori di quotidiani venga garantito un quadro normativo al cui interno una stampa libera, indipendente ed economicamente sufficiente possa svilupparsi con nuovi servizi offline e online;
- 2) invita i governi a considerare attentamente se ogni iniziativa diretta ad introdurre ulteriori regole sia giustificata e necessaria

- al funzionamento dei media in un sistema democratico;
- 3) afferma che i responsabili politici a livello europeo e nazionale dovrebbero astenersi dall'imporre un eccesso di regole o creare ulteriori oneri che gravino sull'industria editoriale con ripercussioni negative sulla libertà e l'indipendenza dei media, incluso l'incoraggiamento all'autocensura;
 - 4) chiede ai governi nazionali di respingere o emendare ogni iniziativa che rappresenti una minaccia per la libertà di stampa, restringa l'autonomia redazionale o introduca ostacoli che impediscano ai quotidiani di svolgere le loro attività di indagine, di raccolta delle informazioni e di diffusione delle notizie ai loro lettori;
 - 5) mette in guardia i governi contro metodi applicativi delle leggi che possano pregiudicare la libertà di espressione o i principi democratici nella sfera dei media;
 - 6) chiede agli Stati membri di porsi come leader nel rispetto dei mezzi di informazione e nella difesa della loro libertà;
 - 7) invita il governo ungherese a garantire, nel contesto della nuova legislazione diretta a modernizzare il sistema dei media, che le nuove norme svolgano un'azione efficace di rilancio della democrazia ungherese;
 - 8) invita i legislatori europei a modificare le disposizioni che determinano il foro competente in caso di contenzioso transfrontaliero per evitare il fenomeno del cosiddetto "forum shopping". Secondo questa pratica, gli editori di quotidiani possono essere perseguiti in base a leggi emanate in paesi diversi da quelli dove è la sede del loro giornale: Per evitare eccessive spese legali in paesi stranieri può tradursi in un incoraggiamento dell'autocensura;
 - 9) afferma che l'exequatur costituisce un importante strumento legale che permette agli editori in quanto imputati di contrapporsi all'esecuzione di un provvedimento giudiziario emesso dall'autorità giudiziaria di un altro paese quando esso contenga statuizioni contrarie ai principi fondamentali del proprio paese;
 - 10) invita i responsabili politici a considerare che i ricavi pubblicitari rappresentano una risorsa essenziale per una stampa che voglia essere libera e indipendente; pertanto, ogni iniziativa diretta a introdurre o a estendere informazioni obbligatorie nei messaggi pubblicitari veicolati attraverso i mezzi stampati può risolversi in un'ulteriore perdita di risorse vitali per i giornali, mentre per i cittadini in perdita di contenuti redazionali di qualità.

Verso una disciplina contrattuale europea. Le osservazioni dell'Enpa

La Commissione europea ha lanciato una consultazione pubblica sulle possibili opzioni per mettere a punto un quadro giuridico armonizzato in materia contrattuale.

Già nel 2001, con la comunicazione sul diritto contrattuale europeo (COM/2201) 398 dell'11.7.2001), la Commissione aveva avviato un'ampia consultazione pubblica sui problemi derivanti dalle diverse discipline contrattuali vigenti negli Stati membri e sulle possibili azioni da intraprendere in questo campo.

Nel 2003 la Commissione pubblicò un piano d'azione (COM(2003) 68 del 12.2.2003) che si proponeva di migliorare la qualità e la coerenza del diritto europeo dei contratti istituendo un quadro comune di riferimento (CFR – Common Frame of Reference) contenente principi, terminologie e clausole omogenei ad uso del legislatore dell'Ue all'atto della produzione o della modifica di atti legislativi.

La Commissione ha successivamente proposto di rivedere il quadro ordinamentale dell'Unione nel settore del diritto contrattuale dei consumatori allo scopo di eliminare le incongruenze e colmare le lacune normative (COM (2004) 651 dell'11.10.2004). Il risultato della revisione si è tradotto nell'ottobre del 2008 nella proposta di direttiva sui diritti dei consumatori, un provvedimento diretto a rafforzare il

mercato interno al dettaglio (COM(2008) 614 dell'8.10.2008).

Muovendo dalla considerazione che strumenti contrattuali di diritto europeo potrebbero aiutare l'Ue a raggiungere i propri obiettivi economici e a risollevarsi dalla crisi, nel programma di Stoccolma per il 2010-2014 viene appunto affermato che uno spazio giuridico europeo dovrebbe contribuire a sostenere le attività economiche nell'ambito del mercato unico. Nel programma la Commissione è stata invitata a presentare una proposta su un quadro comune di contrattuale.

Nella comunicazione "Europa 2020" (COM(2010) 2020 del 3.3.2010), la Commissione ha ravvisato la necessità di agevolare e rendere meno onerosa per imprese e consumatori la conclusione di contratti con soggetti di altri paesi dell'Ue, offrendo, in particolare, soluzioni armonizzate per i contratti stipulati con i consumatori, introducendo clausole contrattuali tipo a livello di Unione europea e compiendo passi in avanti verso l'adozione di una legge europea facoltativa in materia di contratti. L'agenda digitale europea (Comunicazione COM(2010) 245 del 19.5.2010) è la prima iniziativa "faro" adottata nell'ambito della strategia Europa 2020. Obiettivo dell'agenda è quello di ottenere vantaggi socio-economici sostenibili grazie a un mercato digitale unico, eliminando le disomogeneità normative e introducendo uno strumento opzionale di diritto contrattuale per fare fronte alla frammentazione del diritto contrattuale,

in particolare per quanto riguarda le transazioni effettuate online.

La motivazione di fondo che ha spinto la Commissione a muoversi su un terreno così complesso è rappresentato dall'esigenza di colmare le lacune inerenti al diritto contrattuale adottando strumenti efficaci per rimuovere gli ostacoli al mercato risultanti da discipline nazionali divergenti. A fronte di questa esigenza è indubbio che una strumentazione giuridica di impronta europea potrebbe fungere anche da modello per le organizzazioni internazionali che guardano all'Ue come a un esempio di integrazione regionale. L'Unione europea potrebbe così assumere un ruolo guida nella definizione di norme internazionali uniformi e acquisire, di conseguenza, un vantaggio in termini di competitività.

Per assolvere a tale compito, la Commissione ha costituito un gruppo di esperti incaricati di studiare la fattibilità di un quadro giuridico europeo in materia contrattuale di facile impiego a vantaggio di consumatori e imprese che assicurano, nel contempo, la certezza del diritto.

Un primo risultato è rappresentato dal "Libro Verde" sulle opzioni possibili in vista di un diritto contrattuale europeo per consumatori e imprese, presentato dalla Commissione il 1° luglio 2010, (COM(2010) 348 def.) sul quale gli interessati dovranno esprimere il loro parere entro il 31 gennaio 2011.

Nel Libro Verde, la Commissione indica sette possibili alternative. Uno strumento di diritto europeo dei contratti potrebbe assumere forme diverse: da strumento non vincolante, che migliora la coerenza e la qualità della legislazione Ue, a strumento vincolante che si pone in alternativa alla molteplicità dei sistemi nazionali costituendo un corpus unico di norme contrattuali.

In linea generale, trattandosi di uno strumento dell'Unione, sarà disponibile in tutte le lingue ufficiali. Ciò andrà a beneficio di tutte le parti interessate, siano esse i legislatori alla ricerca di orientamenti, i giudici che applicano le norme e i contraenti che negoziano le clausole contrattuali.

Queste sono le opzioni proposte dall'Esecutivo europeo:

Opzione 1 – Pubblicazione dei risultati del gruppo di esperti

Gli esiti dei lavori del gruppo di esperti si possono divulgare facilmente con pubblicazione immediata sul sito della Commissione, senza approvazione a livello Ue. Se il gruppo di esperti produrrà un testo pratico e di facile impiego, ne potranno trarre ispirazione tanto il legislatore europeo e quelli nazionali per la creazione di norme, quanto i contraenti per le clausole e le condizioni tipo.

Potrà poi servire anche per l'istruzione secondaria o la formazione professionale quale compendio delle diverse tradizioni legislative nazionali in materia di contratti. L'ampio uso di questo testo potrà contribuire, nel lungo periodo, alla convergenza volontaria dei diritti nazionali dei contratti.

La stessa Commissione osserva, però, che in tal modo non si risolve il problema degli ostacoli al mercato interno. Un testo che non abbia autorità o status ufficiale agli occhi di giudici e legislatori non riuscirà a ridurre significativamente le divergenze esistenti.

Opzione 2 – Uno “strumentario” ufficiale per il legislatore

a) Atto della Commissione che predispose uno “strumentario” Partendo dagli esiti dei lavori del gruppo di esperti, la Commissione potrebbe adottare un atto (comunicazione o decisione) sul diritto europeo dei contratti da utilizzare come strumento di riferimento per garantire la coerenza e la qualità della legislazione. La Commissione ricorrerebbe a questo “strumentario” per redigere le nuove proposte legislative o rivedere le misure esistenti. Uno strumento così concepito diventerebbe efficace non appena adottato dalla Commissione e non avrebbe bisogno dell'approvazione del Parlamento e del Consiglio. In questo caso, però, né il Parlamento né il Consiglio sarebbero tenuti a prendere in considerazione le raccomandazioni della Commissione nel presentare emendamenti e modifiche.

b) Accordo interistituzionale relativo a uno “strumentario” Commissione, Parlamento e Consiglio potrebbero concludere un accordo interistituzionale su uno “strumentario” di diritto europeo dei contratti cui attenersi nel redigere o negoziare le proposte legislative nel settore. La proposta di accordo interistituzionale dovrà essere negoziata dai tre legislatori prima di diventare effettiva, ciò nondimeno avrà il valore specifico di coinvolgere le tre istituzioni che dovranno tenere conto delle raccomandazioni in esso contenute nel preparare e adottare i nuovi strumenti legislativi.

Lo svantaggio di uno “strumentario” è che non comporta benefici immediati e concreti per il mercato interno perché non elimina le divergenze normative. Inoltre, uno “strumentario” a uso del legislatore potrebbe non assicurare un'applicazione e un'interpretazione convergenti del diritto europeo dei contratti da parte dei giudici.

Opzione 3 – Raccomandazione della Commissione sul diritto europeo dei contratti

Uno strumento di diritto europeo dei contratti potrebbe costituire l'allegato di una raccomandazione della Commissione agli Stati membri che li sproni a integrare tale strumento nel diritto nazionale. Una raccomandazione consentirebbe agli Stati membri di adottare lo strumento gradatamente, recependolo nel diritto interno su base volontaria. La Corte di giustizia dell'UE sarebbe per giunta competente a interpretarne le disposizioni.

Vengono in proposito prospettate due alternative:

a) la raccomandazione potrebbe incoraggiare gli Stati membri a sostituire il diritto nazionale dei contratti con lo strumento europeo raccomandato. Un approccio simile è riuscito negli Stati Uniti, dove tutti e 50 gli Stati federati salvo uno hanno adottato un codice commerciale uniforme elaborato da esperti di diritto commerciale e approvato da organizzazioni neutrali quasi-pubbliche;

b) la raccomandazione potrebbe incoraggiare gli Stati membri a integrare lo strumento di diritto europeo dei contratti come regime opzionale, dando ai contraenti un'alternativa al diritto nazionale. Negli Stati membri che optano per questo metodo, lo strumento facoltativo europeo affiancherebbe altri strumenti alternativi che è possibile scegliere come legge applicabile ai contratti, ad esempio i principi UNIDROIT.

L'obiezione è che la raccomandazione non avrebbe effetto vincolante per gli Stati membri, cui conferirebbe per giunta discrezionalità quanto alle modalità e ai tempi di attuazione dello strumento negli ordinamenti nazionali. In questa soluzione è quindi implicito il rischio di un approccio incoerente e incompleto tra gli Stati membri, che potrebbero attuare la raccomandazione in maniera differenziata e in tempi diversi, o non attuarla affatto.

Opzione 4 – Regolamento istitutivo di uno strumento facoltativo di diritto europeo dei contratti

Si potrebbe istituire uno strumento facoltativo con regolamento, e sarebbe concepito come “secondo regime” in ciascuno Stato membro, offrendo così alle parti la scelta tra due regimi di diritto contrattuale interno.

Lo strumento integrerebbe nelle normative nazionali dei 27 Stati membri un corpus completo e per quanto possibile autonomo di norme di diritto contrattuale che le parti potrebbero scegliere come legge che disciplina il contratto; metterebbe a disposizione dei contraenti, in primis quelli che desiderano operare sul mercato interno, un complesso alternativo di norme; potrebbe applicarsi ai soli contratti transfrontalieri ovvero ai contratti transfrontalieri e a quelli nazionali.

Per sua stessa natura, uno strumento facoltativo può costituire una soluzione ragionevole dei problemi derivanti dalle divergenze normative solo se è sufficientemente chiaro per l'utente medio e se garantisce la certezza del diritto.

Sono questi i presupposti affinché i contraenti acquistino fiducia nello strumento e lo scelgano subito come base giuridica del contratto. In particolare, bisognerà che i consumatori abbiano la certezza che concludendo un contratto su questa base non perdono i loro diritti. Per essere operativo sul piano del mercato interno, lo strumento

facoltativo dovrà incidere sull'applicazione delle norme imperative, comprese quelle sulla protezione dei consumatori. Sarebbe per l'appunto questo il suo valore specifico rispetto ai regimi facoltativi esistenti, come la convenzione di Vienna, che non possono limitare l'applicazione di norme imperative nazionali.

Tale strumento dovrà offrire un livello manifestamente elevato di protezione dei consumatori.

Il riferimento costante a un corpus unico di norme risparmierebbe a giudici e operatori legali di dover approfondire e documentarsi in alcuni casi sulle legislazioni straniere, come accade attualmente quando vi siano discipline in conflitto. Ne conseguirebbe una riduzione non solo dei costi per le imprese, ma anche degli oneri amministrativi che gravano sul sistema giudiziario.

Uno siffatto strumento facoltativo potrebbe apportare grandi vantaggi al mercato interno senza esigere ulteriori incursioni negli ordinamenti nazionali.

Uno strumento facoltativo potrebbe quindi costituire, in linea con il principio di sussidiarietà, un'alternativa alla completa armonizzazione delle leggi nazionali, offrendo una soluzione proporzionata al problema degli ostacoli al mercato interno indotti dal divergere dei diritti nazionali dei contratti.

L'obiezione è che uno strumento facoltativo europeo rischia di complicare il contesto normativo. Aggiungendo un sistema parallelo, il contesto normativo non diventerà meno impegnativo e persisterà l'esigenza di informazioni chiare che permettano al consumatore di capire quali siano i suoi diritti per decidere con cognizione di causa se concludere un contratto su basi alternative.

Opzione 5 – Direttiva sul diritto europeo dei contratti

Una direttiva sul diritto europeo dei contratti potrebbe armonizzare i diritti nazionali sulla base di norme minime comuni. Gli Stati membri avrebbero la possibilità di mantenere norme che assicurano maggiore protezione, nel rispetto del trattato. Si potrebbe poi prevedere un obbligo di notifica alla Commissione delle differenze risultanti e la successiva pubblicazione, in modo da accrescere la trasparenza a beneficio dei consumatori e delle imprese che fanno commercio transfrontaliero.

Quanto ai contratti business to consumer, la direttiva sarebbe basata su un livello di protezione dei consumatori elevato, come vuole il trattato, e completerebbe l'acquis relativo ai consumatori inglobando anche le disposizioni della futura direttiva sui diritti dei consumatori.

La direttiva potrebbe appianare le divergenze normative raggiungendo un certo grado di convergenza tra i diritti nazionali, il che a sua volta trasmetterebbe

più fiducia ai consumatori e alle imprese piccole e medie per avventurarsi nel commercio transfrontaliero. Tuttavia l'armonizzazione mediante direttive secondo il principio di un'armonizzazione minima non porterebbe necessariamente a un'attuazione e un'interpretazione uniformi delle norme. Le imprese che offrono beni e servizi all'estero dovrebbero comunque conformarsi alle diverse disposizioni di diritto contrattuale dei consumatori vigenti negli altri paesi. L'attuale acquis sul diritto contrattuale dei consumatori mostra i limiti delle direttive di armonizzazione minima nel ridurre le divergenze normative. Nei contratti transfrontalieri business to business, il rischio è che la direttiva non riesca ad assicurare la certezza giuridica necessaria, con la conseguenza che le imprese continuerebbero a sostenere i costi di conformità.

Opzione 6 – Regolamento istitutivo di un diritto europeo dei contratti

Un regolamento istitutivo di un diritto europeo dei contratti potrebbe sostituire le molteplici leggi nazionali con un corpus omogeneo di norme europee, comprensivo di norme imperative che prevedano un livello elevato di protezione del contraente debole. Tali norme si applicherebbero ai contratti non già per scelta delle parti, ma in quanto diritto nazionale. Il regolamento andrebbe a sostituire le leggi nazionali solo ai fini delle transazioni transfrontaliere, ovvero ai fini dei contratti transfrontalieri e di quelli nazionali.

Questa soluzione eliminerebbe la disomogeneità normativa nel settore del diritto dei contratti e condurrebbe a un'applicazione e un'interpretazione uniforme delle disposizioni del regolamento. Norme uniformi di diritto dei contratti potrebbero agevolare la conclusione dei contratti transfrontalieri e costituire un meccanismo efficace di risoluzione delle controversie. Tuttavia, questa soluzione rischia di sollevare questioni sensibili in ordine alla sussidiarietà e alla proporzionalità. Introdurre un corpus normativo unico invece delle molteplici leggi nazionali, specie se disciplinano anche i contratti nazionali, potrebbe in effetti non costituire una misura proporzionata per superare gli ostacoli agli scambi nel mercato interno.

Opzione 7 – Regolamento istitutivo di un codice civile europeo

Questa soluzione si spinge oltre rispetto al regolamento istitutivo di un diritto europeo dei contratti in quanto non andrebbe a coprire soltanto il diritto dei contratti ma anche altri tipi di obbligazioni (ad esempio la responsabilità extracontrattuale e la gestione di affari). Uno strumento simile ridurrebbe ancora di più la necessità di richiamarsi alle disposizioni nazionali.

Se è pur vero che esistono ostacoli al corretto funzionamento del mercato interno anche in settori del diritto diversi dal diritto dei contratti, bisogna ancora stabilire in quale misura uno strumento così vasto come il codice civile europeo può giustificarsi in base alla sussidiarietà.

Sui contenuti del Libro Verde, l'Associazione europea degli editori di giornali quotidiani (ENPA) ha sottolineato in una nota interna che l'aspetto più problematico legato all'iniziativa della Commissione sia legato alla individuazione di strumenti legali efficaci in quanto tali strumenti dovrebbero contemperare gli interessi dei consumatori, del mondo delle imprese e, in particolare, di quelle medie e piccole e, in pari tempo, porsi come denominatore comune rispetto alle diverse tradizioni giuridiche esistenti all'interno dell'Unione europea.

Una disciplina legislativa europea in materia contrattuale redatta in 27 lingue potrebbe dare adito ad una massa di perplessità e dubbi interpretativi. Le magistrature nazionali continuerebbero ad essere giurisdizionalmente competenti come previsto nei contratti o nelle disposizioni relative ai casi di norme in conflitto (Norme previste in Bruxelles 1). Sia come tribunale di ultima istanza oppure come sede di composizione di questioni pregiudiziali, la Corte di Giustizia Europea dovrà espandere notevolmente la propria capacità di lavoro se la nuova disciplina europea sui contratti sarà applicata pienamente. Se ciò non accadrà, il rischio è che ogni certezza giuridica si deteriorerà con la conseguenza che le parti contraenti tenderanno a rifuggire da una disciplina contrattuale europea intesa come strumento opzionale.

Per gli editori di giornali quotidiani – osserva l'ENPA – l'iniziativa non ha

grande rilevanza, interessando prevalentemente il segmento di mercato Business to Business (B2B). Le più consistenti transazioni riguarderanno la pubblicità commerciale e la fornitura o l'acquisizione di alcuni beni e servizi.

In effetti, per quanto riguarda i contratti Business to Consumer (B2C), come abbonamenti a quotidiani e inserzioni pubblicitarie di carattere familiare, essi non avvengono frequentemente a livello transfrontaliero.

Quanto alle proposte della Commissione relative alla delimitazione della sfera applicativa della disciplina contrattuale europea, secondo l'ENPA principi interpretativi minimi dovrebbero riguardare la definizione di contratto, gli obblighi precontrattuali, la formazione, il diritto di recesso, la rappresentanza, i casi di nullità. Più ampi criteri interpretativi dovrebbero ricomprendere temi come la restituzione dei beni, la responsabilità non contrattuale, l'ingiusto arricchimento e la gestione d'affari.

Revisione dell'Iva nella Ue: la posizione degli editori europei

La Commissione europea ha lanciato il 1 dicembre scorso una consultazione pubblica sull'applicazione dell'imposta sul valore aggiunto in Europa e su come il sistema attuale possa essere migliorato a beneficio dei cittadini. La consultazione è

stata accompagnata da un “Libro Verde” sul futuro dell’Iva e sulla direzione da prendere per giungere ad una semplificazione del sistema, rendendolo più efficace e solido.

La consultazione consentirà a tutte le parti interessate di esprimere il loro punto di vista sui problemi esistenti e sulle possibili soluzioni.

In merito all’iniziativa dell’Esecutivo comunitario, l’Associazione europea degli editori di quotidiani (ENPA), al cui interno opera una commissione tecnica sulle questioni giuridiche e sociali che vengono esaminate in sede Ue, ha definito alcuni punti di interesse dell’editoria giornalistica che vanno sostenuti in sede europea.

Tra questi è fondamentale che non vengano introdotte modifiche ai regimi fiscali che prevedono l’applicazione di aliquote zero o ridotte sulle vendite di giornali (in Italia, l’aliquota Iva sulle vendite di quotidiani, periodici e libri è attualmente al 4%).

E’ inoltre necessario che i giornali non vengano inclusi nella cosiddetta “aliquota culturale” prevista per i prodotti offline che, pur ridotta, dovrebbe essere comunque più elevata delle aliquote attualmente praticate sulle vendite dei giornali. Semmai bisogna agire con forza, per ragioni di equità fiscale e per sostenere l’editoria giornalistica nelle iniziative dirette a diversificare le proprie attività in ambito multimediale, perché le aliquote agevolate in essere per le informazioni su carta vengano estese a quelle divulgate online.

Tutto questo è da ricondurre in un quadro di argomentazioni di carattere più generale che esaltino il ruolo vitale e insostituibile della stampa nella dialettica democratica di ogni Stato membro dell’Unione europea.

Secondo Algirdas Semeta, Commissario responsabile per la fiscalità, è avvertita l’esigenza di un sistema Iva semplice, moderno ed efficace.

L’Iva è pagata dai cittadini, riscossa dalle imprese ed è una delle principali fonti di entrata degli Stati membri, per cui interessa tutti. Semeta ha inoltre affermato che all’interno della Commissione è prevalente l’orientamento ad utilizzare la consultazione per eliminare alcune esenzioni, piuttosto che aggiungere altri prodotti o servizi a quelli che godono di aliquote zero o ridotte.

E’ una posizione che desta preoccupazioni e che potrebbe risolversi, soprattutto nell’attuale fase di ristagno della domanda, in un ulteriore disincentivo alla già scarsa propensione all’acquisto di giornali.

L’iniziativa della Commissione nasce dalla considerazione che l’Iva fu introdotta nell’UE più di 40 anni fa, in un momento in cui il mercato era molto diverso da oggi. Nonostante gli sforzi compiuti negli anni per modernizzare e semplificare poco per volta il sistema dell’IVA, il regime non sembra più rispondere – secondo la Commissione – alle esigenze di un’economia moderna, orientata al servizio e basata sulla tecnologia. La complessità dell’attuale sistema genera costi e oneri inutili per contribuenti e

amministrazioni e ostacola il mercato interno. Inoltre, alcune debolezze insite nel sistema lo rendono vulnerabile alla frode e all'evasione. Il sistema dell'IVA va, pertanto, fundamentalmente rivisto.

All'interrogativo perché fare ora questa operazione, in un comunicato della Commissione, viene sottolineato come l'attuale situazione economica abbia messo in luce l'importanza del ruolo svolto dall'IVA nel garantire la stabilità e la crescita economiche. Essa rappresenta un'importante fonte di entrate per gli Stati membri (fino al 20% del totale degli introiti fiscali) e potrebbe diventare ancora più importante, dal momento che la recessione e l'invecchiamento della popolazione incidono su altre fonti di reddito. Studi economici dimostrano inoltre che le imposte sui consumi sono tra quelle che maggiormente favoriscono la crescita, ed un sistema dell'IVA più solido potrebbe contribuire a rigenerare l'economia europea. È pertanto di grande importanza garantire che il sistema dell'IVA dell'Unione europea sia pienamente funzionante ed esprima tutto il suo potenziale.

Il Libro Verde pone interrogativi suddivisi per tematiche generali, mantenendo al tempo stesso la consultazione il più possibile aperta a tutte le idee e opinioni. Innanzitutto viene chiesto se i fondamenti dell'attuale sistema dell'IVA vadano rivisti e se i beni e i servizi vadano tassati nello Stato membro di origine o in quello in cui sono venduti o prestati. Successivamente, il Libro Verde si interessa a questioni specifiche che si sono poste negli anni, quali, ad esempio, se le aliquote IVA ridotte siano ancora

pertinenti, se le norme in materia di detrazione siano sufficientemente neutre, se e come il sistema possa essere reso più impermeabile alla frode, o ancora come si possa semplificare la burocrazia per le operazioni assoggettate all'IVA. Infine, viene chiesto ai partecipanti alla consultazione se e come sia possibile migliorare la riscossione dell'IVA al fine di ridurre l'attuale divario nell'UE, pari a 100 miliardi di euro. La consultazione non si limita alle domande poste: i partecipanti sono infatti incoraggiati a sollevare qualsiasi altra questione che essi ritengano potenzialmente rilevante per il futuro dell'IVA.

La consultazione pubblica è aperta fino al 31 marzo 2011. Sulla base delle risposte ricevute, la Commissione presenterà le priorità per il futuro sistema dell'IVA in una comunicazione che pubblicherà alla fine del 2011.

Le osservazioni degli editori europei sull'iniziativa della Commissione Ue riguardante la creazione di biblioteche digitali

Nel quadro della strategia 2010 della Commissione europea per lo sviluppo dell'economia digitale, lo stesso Esecutivo comunitario ha lanciato l'iniziativa biblioteche digitali nell'Ue per rendere accessibili a tutti e preservare per le generazioni future l'insieme delle risorse culturali e scientifiche europee:

libri, giornali, film, mappe, fotografie, musica, ecc.

L'iniziativa si muove su due versanti. Il primo riguarda il patrimonio culturale in senso lato e prevede la creazione di versioni elettroniche dei materiali presenti nelle biblioteche, negli archivi e nei musei d'Europa, al fine di renderli accessibili online per motivi di lavoro, studio o intrattenimento, nonché di conservarli per le generazioni future. Il secondo riguarda l'informazione più strettamente scientifica e consiste nel caricamento online dei risultati della ricerca scientifica, in modo che siano diffusamente accessibili nel corso del tempo.

Comune denominatore dell'iniziativa è la creazione e lo sviluppo di "Europeana", un punto unico di accesso per la consultazione di copie digitali dei materiali depositati in biblioteche, musei e archivi.

Ovviamente, si è posto il problema di come la digitalizzazione del materiale possa avvenire conformemente alla legislazione europea in materia di diritto d'autore. La Commissione ha lanciato un dialogo tra le parti interessate per trovare valide soluzioni affinché i diritti possano essere concessi in modo semplice e poco oneroso, consentendo una digitalizzazione su ampia scala e, quindi, la divulgazione online delle collezioni delle biblioteche ancora protette da copyright.

L'Associazione europea degli editori di quotidiani (ENPA), la Federazione

europea degli editori di periodici (FAEP) e lo European Press Council, che già si erano espresse in tal senso in occasione della consultazione pubblica tenutasi il 28 ottobre scorso, hanno successivamente indirizzato alla Commissione una lettera congiunta soffermandosi sulla questione del materiale esaurito o fuori commercio (*out-of-print works*).

Nella nota viene premesso che gli editori di quotidiani e di periodici offrono un insostituibile contributo alla Società dell'Informazione e all'Economia della Conoscenza. Gli editori hanno investito notevoli risorse nello sviluppo di modelli di impresa innovativi e nell'offerta di contenuti digitali resi disponibili su molteplici piattaforme ad un'ampia varietà di utenti.

Va peraltro considerato che gli editori di quotidiani e di periodici offrono i contenuti digitali prodotti non solo nelle versioni stampate e online, ma anche attraverso la creazione di archivi e di database il cui accesso viene commercializzato. In altri termini, gli editori di giornali desiderano sottolineare che nel loro settore gli archivi non possono rientrare nell'ambito del materiale "fuori commercio", che sia o meno coperto da copyright, che sia di natura redazionale o pubblicitaria. Seppure gli editori di giornali svolgono attività per molti versi simile a quelle degli altri settori interessati alla questione, i loro modelli di business sono diversi, in quanto i loro archivi hanno un elevato valore commerciale, in presenza di nuovi mercati che emergono

continuamente siano essi relativi a materiale storico o contemporaneo.

Attualmente, in Europa, i rapporti tra biblioteche ed editori di quotidiani e di periodici si svolgono in un contesto di cooperazione volontaria. Nei singoli Paesi membri, gli editori sono impegnati in accordi e partnership con le biblioteche per individuare soluzioni che consentano alle biblioteche di svolgere la loro attività e, in pari tempo, garantendo agli stessi editori i diritti sul materiale che essi producono, senza interferenze di sorta sulle attività commerciali.

É pertanto di fondamentale importanza che ogni accordo raggiunto in materia di digitalizzazione e sulla diffusione del relativo materiale avvenga su basi volontarie, con la possibilità di recedere. Spetta al detentore dei diritti d'autore la scelta se negoziare accordi con biblioteche o rinunciarvi.

Ed è altrettanto vitale che nessun materiale possa essere diffuso senza l'autorizzazione di chi detiene il copyright ed ogni ricerca che possa essere qualificata "diligente" dovrebbe essere preceduta da un controllo sulla titolarità del diritto d'autore.

Il corrispettivo per l'utilizzo di opere protette deve essere componente essenziale di ogni accordo, salvo che l'editore decida di comportarsi diversamente. É inoltre importante che ogni progetto di digitalizzazione dei contenuti a livello europeo o nazionale non contrasti o provochi effetti negativi sulle offerte commerciali degli editori e

non pregiudichi lo sviluppo di nuovi modelli di impresa.

Data la specificità dell'editoria giornalistica – conclude la lettera dei presidenti dell'ENPA, della FAEP e dell'EPC – è auspicabile che il settore venga considerato come un gruppo di interesse a se stante nel quadro delle future discussioni sulla digitalizzazione del materiale cosiddetto "out-of-commerce".

Contratti di solidarietà. Esteso ai giornalisti l'incremento del 20% del trattamento di integrazione salariale

Come noto, l'art. 1, comma 6, del decreto legge 1° luglio 2009 n. 78 (convertito con legge del 3 agosto 2009 n. 102) ha stabilito che, in via sperimentale per gli anni 2009/2010, l'ammontare del trattamento di integrazione salariale per i contratti di solidarietà è aumentato dal 60% all'80% della retribuzione persa a seguito della riduzione d'orario, utilizzando a tal fine le risorse del Fondo sociale e rinviando le modalità attuative ad un successivo decreto ministeriale.

Il provvedimento prevede che l'incremento dell'integrazione salariale del 20% trovi applicazione per i tutti i lavoratori interessati da contratti di solidarietà difensivi stipulati ai sensi dell'art. 1 della legge n. 863/1984 che, nel definire i soggetti beneficiari dei contratti di solidarietà, contempla

espressamente i dipendenti delle aziende del settore editoriale.

L'incremento dell'integrazione salariale, introdotto dal d.l. n. 78/2009, avrebbe dovuto pertanto trovare applicazione anche per i giornalisti coinvolti in stati di crisi e processi di contrazione del lavoro.

In contrasto con quanto contemplato dalle norme richiamate, il decreto del Ministero del Lavoro n. 48295 del 17 novembre 2009 - intervenuto per dare attuazione all'art. 1, comma 6, del decreto legge n. 78/2009 - ha attribuito esclusivamente all'Inps l'autorizzazione all'erogazione delle risorse destinate ad incrementare l'indennità salariale, senza prevedere forme di coordinamento con l'Inpgi presso cui sono assicurati i giornalisti che, pur avendone diritto, sono rimasti finora esclusi dall'applicazione dell'aumento dell'indennità salariale.

La Federazione editori e la Fnsi, già nel mese di marzo 2010, con una nota congiunta avevano sollecitato il Ministero del Lavoro a chiarire i termini del raccordo tra l'Inps e l'Inpgi, nonché le

modalità del conferimento allo stesso Inpgi di quota parte delle risorse destinate a finanziare gli oneri derivanti dall'incremento dell'integrazione salariale.

L'Inpgi, con una comunicazione pubblicata sul proprio sito il 6 ottobre scorso, ha reso noto di aver raggiunto un'intesa con il Ministero del Lavoro con la quale sono stati definiti gli aspetti di ordine operativo riguardanti la copertura finanziaria dei relativi oneri, che sono a totale carico dello Stato.

A seguito di contatti intercorsi con l'Inpgi si è avuta conferma che i giornalisti, interessati da contratti di solidarietà scaduti o ancora in corso, potranno beneficiare dell'aumento del 20% del trattamento di integrazione salariale che verrà riconosciuto per il periodo che decorre dal 1° luglio 2009 al 31 dicembre 2010, secondo quanto precisato dall'art. 1 del citato d.m. n. 48295/2009.

Ulteriori chiarimenti, possono essere ottenuti contattando direttamente il Servizio Prestazioni dell'Inpgi.

MISCELLANEA

Indagine della Commissione Ue sull'uso di internet nelle famiglie

Secondo un'indagine condotta da Eurobarometro per la Commissione europea, pubblicata il 13 ottobre 2010, gli europei stanno diventando sempre più "digitali". Tra il 13 novembre e il 9 dicembre 2009, sono state intervistate 27 mila famiglie europee sull'uso di internet, telefono e tv. I risultati emersi indicano che un numero sempre maggiore di cittadini si abbona a internet a banda larga e alla tv digitale mediante pacchetti a costo fisso. Una più ampia diffusione della banda larga implica che sono ancor più numerosi gli europei che usano servizi online, e già tocca il 35% la percentuale di coloro che si connettono a siti di socializzazione. Manifestano tuttavia preoccupazione per i costi, la qualità del servizio, la sicurezza e la libertà nella rete. Un quinto degli utenti con accesso internet fisso e mobile afferma di essersi trovato di fronte ad applicazioni e contenuti bloccati.

Dall'indagine si ricava in particolare che il 43% delle famiglie dell'UE non ha ancora accesso a internet. Questo dato fa capire il calibro dell'obiettivo che la Commissione ha indicato nell'Agenda digitale, ovvero fare entrare il digitale nelle case di tutti gli europei. Quasi una famiglia su cinque tra quelle intervistate indica nei costi elevati la ragione per cui non ha una connessione internet in casa. Stimolando la concorrenza per far abbassare i prezzi, uno dei maggiori obiettivi dell'Agenda digitale, si potrebbe

quindi indurre più persone a collegarsi a internet.

Molti degli intervistati che non hanno una connessione internet nel proprio domicilio dichiarano di non essere interessati ad averla. La Commissione è del parere che tutti i cittadini dell'UE dovrebbero avere la possibilità di abbonarsi a internet a banda larga e che in tanti farebbero questa scelta se ne conoscessero meglio i vantaggi (ad esempio, accesso a servizi innovativi, telelavoro).

Il 38% delle famiglie intervistate è abbonata a un pacchetto che offre due o più servizi. Quasi un quarto delle famiglie intervistate riceve la tv digitale terrestre e una percentuale analoga riceve la tv via satellite.

In base all'indagine, il 61% degli utenti di telefonia mobile dell'UE e il 49% degli abbonati a una linea fissa limitano le loro chiamate a causa dei costi.

Tra le famiglie dotate di connessione a banda larga, il 30% afferma che la velocità di download non rimane costante, il 36% subisce interruzioni durante la connessione e il 24% dichiara che la connessione non funziona come previsto nelle condizioni contrattuali.

L'Agenda digitale si prefigge che tutti gli europei possano avere accesso a internet ad una velocità di 30 Mbps entro il 2020 e che entro la stessa data almeno la metà delle famiglie europee disponga di una connessione a internet ad una velocità superiore a 100Mbps. La Commissione ha adottato di recente tre misure relative

alla banda larga, volte a realizzare tali obiettivi.

L'84% delle famiglie intervistate vorrebbe essere informato se i propri dati personali vengono persi, rubati o modificati, mentre il 45% teme che i propri dati personali possano essere utilizzati indebitamente nei siti di socializzazione. Sono aspetti che preoccupano meno gli internauti al di sotto di 24 anni rispetto agli ultraquarantenni. Il pacchetto legislativo sulle telecomunicazioni del 2009, che deve entrare in vigore entro il 26 maggio 2011, contiene varie disposizioni che obbligano i fornitori di servizi di comunicazioni elettroniche accessibili al pubblico a informare le autorità nazionali di regolamentazione o gli abbonati in caso di violazione dei dati personali.

La Commissione ha presentato di recente alcune misure volte a rafforzare l'Agenzia europea per la sicurezza delle reti e dell'informazione e contrastare gli attacchi informatici.

Il 21% delle famiglie europee intervistate connesse a internet ritiene che il loro accesso ad alcuni contenuti e applicazioni online sia stato bloccato dal -fornitore. Lo stesso dichiara una percentuale analoga di utenti internet con accesso mobile, ma circa un terzo di questi attribuisce tale fatto alla capacità limitata del proprio

telefono o del proprio abbonamento telefonico. La Commissione ha avviato di recente una consultazione sull'apertura e la neutralità di internet, per preparare la prossima relazione sulla portata di tali problemi e sull'eventuale necessità di adottare altre misure in questo campo.

Tra gli altri risultati, viene segnalato che oltre un terzo dei cittadini europei frequenta un sito di socializzazione online, sia nei paesi in cui internet è molto diffuso (ad esempio i Paesi Bassi), sia in quelli in cui lo è di meno (Lettonia). Il 22% delle famiglie con accesso a internet utilizza il computer per fare chiamate vocali. Le famiglie dei 12 nuovi Stati membri apparentemente ricorrono a questa pratica con una frequenza due volte maggiore rispetto agli altri 15 Stati membri.

Il 98% delle famiglie ha accesso a un telefono e una percentuale in crescita (87%) ha accesso a un telefono mobile. Solo l'11% possiede unicamente il telefono fisso, mentre il 25% usa soltanto il mobile e non dispone di una linea fissa.

Se il 98% delle famiglie ha la televisione, solo il 30% riceve le trasmissioni via cavo, mentre il 23% è abbonato alla tv digitale, il che rappresenta un aumento dell'11% rispetto al 2007.

Diffusione dei principali servizi di telecomunicazioni

	Media famiglie UE-27 nov-dic 2009	Media famiglie UE-27 nov-dic 2007	Var. %
Accesso al telefono in generale (fisso e/o mobile)	98%	95%	+3
Accesso al telefono mobile	87%	83%	+4
Accesso al telefono fisso	73%	70%	+3
Accesso al telefono fisso e mobile	62%	57%	+5
Accesso al telefono mobile ma non al fisso	25%	25%	=
Accesso al telefono fisso ma non al mobile	11%	14%	-3
Televisione	98%	96%	+2
Via antenna	34%	41%	-7
Via cavo	30%	34%	-4
Via satellite	24%	22%	+2
TV digitale terrestre	22%	12%	+10
Pacchetti di servizi	38%	29%	+9

Carta da giornale: i consumi crescono ancora, nonostante le diffusioni in calo

Nei primi nove mesi del 2010 il consumo apparente di carta da giornali ha mantenuto livelli di crescita notevoli, nonostante i livelli diffusionali continuino a flettere. Rispetto allo stesso periodo del 2009, l'aumento è stato infatti del 18% per la carta da quotidiani e dell'8,8% per le altre carte per usi grafici, di impiego prevalente nell'area dei periodici.

Uno dei motivi più plausibili potrebbe essere individuato nella circostanza che i prezzi di approvvigionamento della carta - e soprattutto di quella estera - sono in fase di ridimensionamento come dimostra il valore unitario di un Kg. di

carta da quotidiani importata che, nel periodo considerato, è sceso del 18,2%. Proprio il differenziale dei prezzi, spiega il forte calo dei consumi di carta da quotidiani di produzione nazionale (-17,6%), mentre quelli di carta importata hanno compiuto un cospicuo balzo (+30,9%). L'incidenza delle importazioni sul consumo apparente che nel 2009 era intorno al 70% è così salita al 78% nel 2010, tornando sui livelli di due anni fa. Per quanto riguarda le altre carte per usi grafici, la crescita del consumo è stata, come accennato, più ridotta e, soprattutto, più equilibrata. Gli aumenti sono stati di dimensioni simili sia per la produzione interna (+11,2%) che per le importazioni (+12,2%). Peraltro, in

questo segmento di mercato, caratterizzato da una produzione a più elevato valore aggiunto, le esportazioni

hanno avuto una progressione notevole (+18,2%), favorita da prezzi unitari in discesa (-1,8%).

Carta da giornale (Produzione e consumo apparente)

(gennaio-settembre 2009-2010)

	Carta da giornale (tonn.)			Altre carte per usi grafici (tonn.)		
	2009	2010	var. %	2009	2010	var. %
	(gen.-set.)	(gen.-set.)		(gen.-set.)	(gen.-set.)	
a) produzione	160.197	132.067	-17,6	1.940.575	2.158.055	11,2
b) import	351.020	459.607	30,9	1.293.730	1.451.241	12,2
c) export	13.469	4.522	-66,4	973.993	1.150.785	18,2
d) consumo apparente (d= a+b-c)	497.748	587.152	18,0	2.260.312	2.458.511	8,8

Fonte : Assocarta

Carta da giornale (Commercio estero)

(gennaio-settembre 2009-2010)

Carta da giornale

	tonnellate			Valori (000/euro)			Valore per kg (euro)		
	2009	2010	var. %	2009	2010	var. %	2009	2010	var. %
	(gen.- set.)	(gen.- set.)		(gen.- set.)	(gen.- set.)		(gen.- set.)	(gen.- set.)	
Importazioni	351.020	459.607	30,9	190.552	204.291	7,2	0,543	0,444	-18,2
esportazioni	13.469	4.522	-66,4	4.330	2.391	-44,8	0,321	0,529	64,8

Altre carte per usi grafici

Importazioni	1.293.730	1.451.241	12,2	936.162	1.041.981	11,3	0,724	0,718	-0,8
esportazioni	973.993	1.150.785	18,2	804.614	933.627	16,0	0,826	0,811	-1,8

Fonte: elaborazione su dati Assocarta

La lettura su iPad è più superficiale della lettura su un giornale cartaceo

Secondo i risultati di un'indagine condotta dalla società di ricerca francese Micratech e pubblicata il 16 novembre scorso, la lettura su iPad è più superficiale della lettura di un giornale stampato sul tradizionale supporto cartaceo.

L'indagine di Micratech si è rivolta ad un campione rappresentativo di persone, già abituate ad usare l'iPad, invitate a leggere notizie simili sulle versioni di un giornale su carta e sulla tavoletta elettronica.

I tempi medi di lettura di un articolo sui due mezzi grosso modo coincidono, però la lettura si protrae più a lungo sulla carta che richiede una maggiore concentrazione alle persone e, quindi, favorisce una migliore memorizzazione delle informazioni. Dopo la lettura soltanto il 70% degli intervistati ha

ricordato i contenuti dell'articolo letto su iPad, mentre la percentuale sale al 90% per le informazioni lette su carta. In altri termini, il 20% del campione ha ricordato meglio l'articolo cartaceo.

Maurizio Marchesi, direttore dell'agenzia di stampa "Il Velino", è morto a Roma, all'età di sessantatre anni. Già capo della redazione romana di "Bresciaoggi" e collaboratore a "L'Espresso", Marchesi è stato redattore parlamentare e capo del servizio politico del settimanale "Epoca" sino all'inizio del 1997.

Fieg Notizie si unisce all'unanime cordoglio per la scomparsa di un personaggio del mondo dell'informazione, conosciuto per le sue grandi doti umane e professionali.

NOMINE

Brunetto Tini nuovo presidente delle agenzie nazionali di stampa

L'Assemblea delle aziende editrici associate alla Fieg si è riunita nella sede di Roma della Federazione. Nell'occasione, Brunetto Tini è stato eletto, all'unanimità, Presidente della categoria delle agenzie nazionali di stampa. Tini, che subentra a Daniela Viglione, è Presidente e Amministratore Delegato di TM News-Apcom.

L'Assemblea ha inoltre nominato vicepresidente della Categoria Luca Simoni, Presidente e Amministratore Delegato de Il Velino. Il Presidente ed il Vicepresidente entrano a far parte del Consiglio Federale della Fieg.

Agli eletti, le congratulazioni e gli auguri di buon lavoro da parte del Presidente della Fieg, *Carlo Malinconico*, che ha ricordato il difficile momento attraversato dalle agenzie di stampa e la necessità di un energico impegno della Fieg e, in particolare, di chi ne rappresenterà gli interessi, per migliorare le condizioni e le possibilità di sviluppo del settore.

Il Presidente *Malinconico* ha, infine, voluto ringraziare a nome degli editori *Daniela Viglione*, per il lavoro e l'impegno profuso durante gli anni in cui è stata alla guida delle agenzie di stampa.

Ivar Rusdal subentra a Valdo Lehari alla presidenza dell'Associazione europea degli editori di quotidiani.

Ivar Rusdal, editore e amministratore delegato del gruppo Jaeren Avis AS, che

edita sei quotidiani regionali norvegesi, nonché direttore responsabile di Jaerbladet la testata più diffusa del gruppo, è stato nominato presidente della European Newspaper Publishers' Association (ENPA). Rusdal, che subentra all'editore tedesco Valdo Lehari, a sua volta nominato alla vicepresidenza dell'Associazione degli editori europei di quotidiani, è stato eletto dall'Assemblea generale dell'ENPA riunitasi a Budapest il 15 novembre scorso. Al momento della sua elezione, Rusdal si è detto onorato di essere stato chiamato a guidare l'Associazione che rappresenta l'industria editoriale presso le istituzioni europee e in molte sedi internazionali in una fase tra le più delicate nella storia del settore, alle prese con sfide di mercato che l'evoluzione tecnologica ha reso particolarmente impegnative.

Roberto Iadicco è il nuovo direttore dell'Agì (Agenzia Giornalistica Italia), in sostituzione di Giuliano De Risi.

Paolo Catella è il nuovo direttore responsabile de "La Nuova Sardegna". Catella subentra a Stefano Del Re.

Pino Cavuoti è subentrato a Lucia Sammartino alla direzione de "Il Nuovo Molise". Cavuoti è stato condirettore di Nuovo Molise Oggi e direttore di Nuovo Abruzzo oggi.

Alessandro Araimo è il nuovo vicepresidente business development di edizioni Condè Nast.

Giorgio Assumma si è dimesso da presidente della Siae, in largo anticipo

sulla scadenza del mandato fissata al settembre 2013.

Maurizio Scanavino è stato nominato consigliere di amministrazione e

direttore generale della concessionaria di pubblicità PubliKompass. Scanavino sostituisce Giorgio Carlo Ferrari, che ha rassegnato le dimissioni.

CIRCOLARI FIEG

CONTRATTI DI SOLIDARIETÀ - 15 novembre 2010 n. 50 (RM) - Estensione ai giornalisti dell'incremento del 20% del trattamento di integrazione salariale

ACCORDO COLLETTIVO NAZIONALE SUL LAVORO AUTONOMO - 19 novembre 2010 n. 51 (RM) - Richiamo alla corretta applicazione

TARIFE POSTALI PER L'EDITORIA - 24 novembre 2010 n. 52 (RM) - Decreto del Ministero dello sviluppo economico del 21 ottobre 2010 (Gazzetta Ufficiale n. 274 del 23 novembre 2010)

PENSIONAMENTO ANTICIPATO - 25 novembre 2010 n. 53 (RM) - Ricorso aziende editrici al pensionamento anticipato per il personale giornalistico ai sensi delle leggi n. 2 del 28 gennaio 2009 e n. 14 del 27 febbraio 2009

PREVIDENZA - 29 novembre 2010 n. 54 (RM) - Accordi 24 novembre 2010. Fondo integrativo di previdenza gestito dall'Inpgi (ex fissa). Sgravi contributivi e aliquota IVS

DISCIPLINA COLLETTIVA GIORNALISTICA - 29 novembre 2010 n. 55 (RM) - Risoluzione

del rapporto con i direttori, condirettori e vicedirettori. Imponibilità contributiva dell'indennizzo ex art. 27, paragrafo 1, comma 4, della disciplina collettiva giornalistica. Nota del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

DISTRIBUZIONE - 3 dicembre 2010 n. 56 (MI) - Progetto resa certificata: attività di raccolta dati dalle singole Amministrazioni Editoriali

TASSAZIONE AGEVOLATA - 15 dicembre 2010 n. 57 (RM) - Tassazione agevolata per il lavoro straordinario, notturno e organizzato su turni - Risposta dell'Agazia delle Entrate al quesito Fieg

LEGGE DI STABILITÀ 2011 - 24 dicembre 2010 n. 58 - (RM) Legge di stabilità 2011 e Regolamento recante semplificazione e riordino dell'erogazione dei contributi all'editoria

LEGGE DI PROROGA DI TERMINI PREVISTI DA DISPOSIZIONI LEGISLATIVE E DI INTERVENTI URGENTI IN MATERIA TRIBUTARIA E DI SOSTEGNO ALLE IMPRESE E ALLE FAMIGLIE - 30 dicembre 2010 n. 59 - (RM)

RASSEGNA STAMPA

Fieg, allarme agenzie di Pier De Nolac.

Italia Oggi, 9 novembre 2010

Per le agenzie di stampa è emergenza in tema di convenzioni con il dipartimento per l'informazione e l'editoria della presidenza del consiglio: i fondi per il 2011 si assottiglieranno a 16,231 milioni di euro contro i 40 milioni dell'anno scorso. Numeri che fanno tremare i responsabili amministrativi delle agenzie di stampa. La Fieg però si farà sentire nelle stanze di Palazzo Chigi. Il presidente Carlo Malinconico dice, infatti, che "ci sono state date ampie, anche se informali, rassicurazioni in merito alla riconferma sostanziale per il 2011, nel numero e nei relativi importi, delle convenzioni in essere tra la presidenza del Consiglio e le agenzie nazionali di stampa".

Sauver la liberté d'informer. La protection des sources est essentielle pour la presse. Le Monde, 9 novembre

Il segreto delle fonti di informazione è consacrato dalla Corte europea dei diritti dell'uomo ed è di tutta evidenza come una stampa indipendente, curiosa – ma in pari tempo rigorosa – costituisca un pilastro della democrazia.

"Il rilancio dei giornali? L'asso nella manica è l'iPad" di Elena Comelli. La Nazione, 10 novembre 2010

Sul tablet la pubblicità ha un impatto maggiore. Lo afferma una ricerca dell'Upa, il cui presidente, Sassoli De

Bianchi, ritiene che l'avvento delle tavolette elettroniche sia paragonabile a quello della tv negli anni '50. Per servono più banda larga e WiFi.

Tentazione iPad per i pubblicitari di D. Le. Il Sole 24 Ore, 10 novembre 2010

Secondo il presidente dell'Upa Sassoli De Bianchi su questi mezzi l'impatto emotivo dell'advertising è amplificato e internet potenzia la carta.

L'iPad è una lampada di Aladino di Claudio Plazzotta. Italia Oggi, 10 novembre 2010

La pubblicità vista su un tablet tipo iPad ha una maggiore memorabilità rispetto a quella su carta stampata. E ciò dovrà determinare delle conseguenze pure sui listini prezzi delle pubblicità pianificate su questi nuovi mezzi, visto che attualmente gli editori tendono, sostanzialmente, a regalarle in un pacchetto unico "carta+iPad".

Amazon lancia l'edicola elettronica di Luca Dello Iacovo. Il Sole 24 Ore, 10 novembre 2010

Quotidiani e settimanali diventano applicazioni software da leggere sugli schermi di cellulari e tablet. Amazon punta sulla sua edicola digitale: dal primo dicembre aumenterà le royalties per gli editori al 70% sul prezzo di ogni singola copia elettronica venduta. Finora la quota ceduta a terzi era in media attorno al 30%, a seconda degli accordi con i giornali.

Fieg: in Italia la stampa è libera, ma c'è anomalia nel mercato tv. Italia Oggi, 11 novembre 2010

In occasione di un incontro con i rappresentanti dell'International Press Institute, Carlo Malinconico ha dichiarato che gli editori italiani "non riscontrano un problema di limiti all'informazione, almeno non nella carta stampata, ma denunciano un'anomalia tutta italiana del mercato televisivo, caratterizzato da una concentrazione di risorse economiche e pubblicitarie in capo ai due maggiori broadcaster, senza eguali in Europa.

Nel fienile dell'editoria 60 milioni di Franco Adriano. Italia Oggi, 12 novembre 2010

Il comma 64 del maxi-emendamento alla legge di stabilità vale 60 milioni di sostegni all'editoria per l'anno 2011.

Si deve finalmente distinguere fra "giornalismo" e "mercato" di Beppe Lopez. Liberazione, 13 novembre 2010

I tagli ai contributi pubblici di questi mesi mettono tutti nello stesso sacco: prodotti commerciali e giornali di opinione. Invece l'intervento statale dovrebbe riguardare solo l'informazione di qualità.

Editoria: trovati 100 milioni. Sidi, Fnsi: finalmente arriva una buona notizia di Roberto Monteforte. L'Unità, 13 novembre 2010

Aumenta il fondo per l'editoria. La Commissione Bilancio della Camera ha

approvato un emendamento che porta da 60 a 100 milioni lo stanziamento per finanziare il fondo per l'editoria.

Testate no profit, l'allarme della Fnsi: situazione al collasso. Aumentate ieri le risorse per l'editoria a 100 milioni. Avvenire, 13 novembre 2010

Finanziaria a colpi di fioretto. Più soldi a editoria e scuole private di Nuccio Natoli. Il Resto del Carlino, 13 novembre 2010

Editoria, ripristinati 100 milioni di finanziamenti di Carla Cotti. Liberazione, 13 novembre 2010

La finanziaria "grazia" i giornali. Ma solo per un anno di Matteo Bartocci. Il Manifesto, 13 novembre 2010

Il sito web che si compra Newsweek di Vittorio Saba. La Stampa, 13 novembre 2010

C'è un'altra data da ricordare, nella tormentata storia dell'evoluzione dei media: per la prima volta una vecchia, gloriosa testata è stata assorbita da un sito web con appena due anni di vita. Ma le nozze fra "Newsweek" e "The Daily Beast", secondo molti critici, potrebbero anche far male a entrambi.

La scommessa di Tina "superstar" di Alessandra Farkas. Corriere della Sera, 13 novembre 2010

Fusione tra il sito "Daily Beast" di Tina Brown e il settimanale "Newsweek". L'operazione giornalistica punta ad usare

l'energia creativa del web per portare lettori alla carta stampata.

Miracoli di carta di Stefano Feltri. Il Fatto Quotidiano, 14 novembre 2010

Resiste il finanziamento pubblico all'editoria: nessun taglio nel 2011. Nel maxi-emendamento alla Finanziaria i soldi per l'editoria passano da 60 a 100 milioni che si aggiungono agli 80 già previsti. L'emendamento ha trovato consensi trasversali.

"Informazione, facciamo noi gli stati generali e la riforma" di Carla Cotti. Liberazione, 14 novembre 2010

Secondo Giuseppe Giulietti, portavoce di Articolo 21, non si deve aspettare la proposta del governo, ma prendere l'iniziativa. E non bisogna abbassare la guardia sui tagli. Gli stanziamenti vanno verificati e il diritto soggettivo ripristinato subito.

Vita dura per tv e radio sul web. L'Autorità applica il decreto Romani di Claudia Fusani. L'Unità, 14 novembre 2010

L'Agcom approva la prima parte del discusso decreto Romani, radio e tv online dovranno pagare per andare in onda. Pronta anche la bozza di norme contro la pirateria in nome della difesa del diritto d'autore. Secondo indiscrezioni contiene norme severissime contro lo scambio di file.

Per Feltri serviva ben altra pena di Pino Corrias. Il Fatto Quotidiano, 14 novembre 2010

Che Feltri abbia scritto una porcata contro Dino Boffo, è accertato, sanzionato e non si discute. Che si possa lontanamente risarcire quella porcata con l'imposizione del silenzio può venire in mente solo a un tribunale di blanda inquisizione. La libertà di stampa e di parola è un bene non negoziabile, a tutela (specialmente) delle parole che non si condividono.

Cellulari, asta delle frequenze ecco perché quei 2,4 miliardi possono restare un miraggio di Stefano Carli. La Repubblica, 15 novembre 2010

Asta sul digitale si rischia il flop. Ci sono incognite che rendono difficile l'incasso dei 2,4 miliardi voluti dal Tesoro. Se tutto l'iter venisse avviato adesso non si finirebbe prima di settembre 2011.

Una piattaforma per i libri l'editoria ha le sue strade di I.d.o. La Repubblica, 15 novembre 2010

Cambiano le logiche distributive in un settore rivoluzionato dalla crescita delle vendite online e dalla necessità di recuperare margini dopo lo stop alle agevolazioni postali.

Informazione l'arma in più della politica di Mimmo Cándito. La Stampa, 15 novembre 2010

La libertà di stampa diventa il campo reale di scontro tra le forze della politica,

perché quella libertà non soltanto consente la produzione di flussi di notizie ma anche costruisce strutture cognitive. Nelle democrazie mediatizzate, comunicare è più importante che governare; e dunque il controllo della stampa – o comunque la capacità di influenzarne il lavoro – vale più di qualsiasi atto di governo.

La doppia misura della libertà di stampa di Pierluigi Battista. Corriere della Sera, 15 novembre 2010

Se Feltri ha violato la legge, che paghi. Ma non mettiamogli il bavaglio.

Contributi alla stampa in base alle copie diffuse di Marco Mele. Il Sole 24 Ore, 16 novembre 2010

La crisi minaccia la sopravvivenza di decine di testate, anche se dalla Finanziaria arriva una boccata d'ossigeno di circa 100 milioni, per i giornali in cooperativa e quelli di partito. Si sostituisce come requisito per accedere ai contributi l'attuale rapporto tra tiratura e diffusione con quello tra copie vendute e numero di copie distribuite. Escluse dal totale delle copie distribuite quelle vendute in blocco, con lo strillonaggio e quelle inviate in cambio di quote associative non destinate alla sottoscrizione di abbonamenti ai prodotti editoriali. Ammissibili solo i costi direttamente connessi all'attività editoriale.

Editori alla riscossa Murdoch lancia il primo quotidiano per solo iPad di Enrico

Beltramini. Il Riformista, 16 novembre 2010

Rupert Murdoch ha annunciato la nascita del primo quotidiano soltanto per iPad. Si chiamerà The Daily, e sarà un vero giornale diretto dall'attuale vicedirettore del New York Post, Jesse Angelo. L'abbonamento costerà un dollaro alla settimana. Murdoch sostiene che l'iniziativa dovrebbe raccogliere almeno 800 mila abbonati. Una scommessa che segnala sconvolgimenti ben più profondi nel mercato, nati dal fallimento del modello "for free" di Internet. Era un sogno per gli utenti e gli inserzionisti. Non per chi produce informazione. Storia di una restaurazione rivoluzionaria resa possibile dalla Apple.

Ushering readers to their favorite news sites di Claire Cain Miller. International Herald Tribune, 16 novembre 2010

Le sedi degli editori di quotidiani e periodici sono attraversate da forti tensioni in questi giorni assistendo alla corsa dei lettori e degli inserzionisti verso il web e gli schermi dei cellulari. L'atmosfera contrasta con quella calma e assoluta dove risiedono alcuni ingegneri che stanno lavorando al Pulse News Reader, un'applicazione mobile che consentirà alla gente di costruirsi una personale centrale di informazioni con i quotidiani, i periodici e i blog preferiti. E' un'iniziativa che sembra avere grandi potenzialità ed essere in grado di generare un traffico significativo per gli editori.

Un marchio di qualità per le nuove librerie di Giuseppe Culicchia. La Stampa, 17 novembre 2010

Ultimo provocatorio saggio dell'editore Schiffrin in difesa della carta stampata. Il futuro porta mezzi come l'e-book ma per quelli tradizionali non è la fine. Le buone idee vincono.

"Niente monopoli sui libri elettronici" di Daniele Lepido. Il Sole 24 Ore, 17 novembre 2010

La carica dei piccoli e medi editori sulla piattaforma di Bookrepublic. In tre anni un business di 150 milioni di euro.

Fieg e Fnsi: "la diffamazione costa. Necessario un nuovo corso" di CM. Liberazione, 18 novembre 2010

"Libertà d'informazione. Quanto costa e a chi?". Un tema caldo, caldissimo è stato al centro del convegno promosso dalla Federazione nazionale della stampa. La conclusione? E' presto detta. Una causa di diffamazione costa e tanto sia agli editori sia ai giornalisti sia, ancor di più, alla vituperata libertà di stampa. E' proprio la minaccia di risarcimenti molto salati come mezzo per influenzare indebitamente l'informazione a non piacere affatto e non soltanto ai giornalisti. "La libertà di stampa – secondo il presidente della Fieg Carlo Malinconico – è un valore essenziale che qualifica la democrazia" Quindi per evitare "gli eccessi che ci sono e ci saranno sempre" si deve guardare a strumenti nuovi, allo studio, "comunque dobbiamo evitare che contro gli eccessi si

arrivi all'estensione dei divieti e all'aggravamento delle sanzioni che riguardano anche gli editori".

Costi diffamazione Fnsi e Fieg: "Cambiare corso". IL Messaggero, 18 novembre 2010

Anche Il Messaggero riporta le osservazioni di Carlo Malinconico sulla libertà di stampa come valore essenziale per la democrazia e sull'esigenza di individuare strumenti nuovi.

Per l'Inghilterra è inspiegabile l'Ordine tutto cavilli e burocrazia di Antonio Signorini. Il Giornale, 18 novembre 2010

Il quotidiano progressista Guardian sentenza: in Italia la stampa è libera, peccato per quelle procedure che obbligano i giornalisti a iscriversi all'albo. Tra i difetti, è preoccupante il coinvolgimento dei magistrati negli esami d'abilitazione professionale.

Il dittatore editoriale di Mattia Ferraresi. Il Foglio, 18 novembre 2010

La dittatura editoriale di Tina Brown, "Stalin sui tacchi", ha portato al successo planetario giornali che erano sull'orlo del fallimento. Grandi scrittori a corte, alta qualità, nuove idee in circolazione, vendite in ascesa costante. Quello che è successo, in formato digitale, al Daily Beast. Quello che lei spera succeda anche a Newsweek-Daily Beast, primo ibrido della storia editoriale, ultima campagna per un dittatore che ancora non ha conosciuto la sconfitta.

Tablet delle mie brame di Stefano Vergine. L'Espresso, 18 novembre 2010

Raddoppia il tempo di lettura dei giornali e la pubblicità si ricorda di più. E' l'effetto dell'iPad che piace alle aziende. Ma a prevedere un boom dei tablet non ci sono solo gli inserzionisti italiani. Lo dice anche l'internazionale Gartner, società di ricerca specializzata nel settore tecnologico, stimando che entro la fine del 2010 le tavolette digitali nel mondo saranno 19 milioni, arrivando a 208 milioni entro il 2015.

Per i contributi entrano in gioco le copie vendute di Marco Mele. Il Sole 24 Ore, 19 novembre 2010

I contributi all'editoria saranno assegnati in base al rapporto tra copie vendute e distribuite. E' la maggiore novità contenuta nel testo del nuovo regolamento sui contributi diretti all'editoria, approvato in via definitiva dal Consiglio dei ministri. Le norme entreranno in vigore a partire dalla finanziaria per l'anno 2011. "Si tratta di un primo importante passo – commenta Carlo Malinconico, presidente della Fieg – per tutelare i giornali con autentica vocazione editoriale ed evitare ogni utilizzo strumentale dei contributi da parte di soggetti privi di intenti editoriali. Al maggiore rigore dovrebbe corrispondere maggiore certezza sul diritto al contributo, con un ripensamento sul diritto soggettivo". Tra le finalità del provvedimento, messe in evidenza dal sottosegretario Paolo

Bonaiuti, procedure snelle ma controlli più stringenti.

Altri commenti sull'approvazione del regolamento sull'erogazione dei contributi all'editoria, con le dichiarazioni del presidente Malinconico e del sottosegretario Bonaiuti sono contenuti nei seguenti articoli:

Fondi editoria, faranno fede le copie realmente vendute di R.M. L'Unità, 19 novembre 2010;

Editoria, sì al regolamento Fieg-Fnsi:andiamo oltre di Giovanni Galeone. Italia Oggi, 19 novembre 2010;

Editoria, nuove norme:fondi in base alle copie. Il Mattino, 19 novembre 2010;

Fondi: c'è il sì del governo. Avvenire, 19 novembre 2010;

Norme più stringenti, escluso però il ripristino del diritto soggettivo di f.pat. Il Manifesto, 19 novembre 2010;

Editoria. Via libera al riordino. La Nazione, 19 novembre 2010;

Editoria, via libera alle nuove regole di Castalda Musacchio. Liberazione, 19 novembre 2010;

Paolo Bonaiuti nella rubrica VIP di fab bag. Europa, 19 novembre 2010

A commento delle dichiarazioni di Bonaiuti sull'approvazione del nuovo regolamento sui contributi: "vogliamo dare un colpo di acceleratore per risolvere la crisi del settore", nell'articolo

viene osservato come risolvere sia una parola grossa., perché la riforma dell'editoria è ancora ben di là da venire. Ma il regolamento sui contributi pubblici varato dal consiglio dei ministri aiuta non poco le tante testate giornalistiche messe in difficoltà dai tagli e dal crollo della pubblicità dovuti a una congiuntura economica impietosa che sta mettendo a rischio migliaia di posti di lavoro in tutta Italia.

La Stampa a rimorchio della tv di Sergio Luciano. Italia Oggi, 19 novembre 2010

Il caso Fazio – Saviano dimostra che gli scoop si fanno davanti alla telecamera. I giornali arrivano dopo. Da D'Alema a Berlusconi la politica ha capito il potere del video.

Dalla Camera il via libera alla Finanziaria di Alessandro Barbera. La Stampa, 20 novembre 2010

Conferma dei fondi per la cassa integrazione in deroga, degli sgravi sul salario di produttività, ripristino dell'intero sostegno statale alle scuole paritarie, sostegno ai giornali di partito, conferma in extremis del bonus del 55% per le ristrutturazioni edilizie ecocompatibili. Doveva essere la legge di stabilità, è stata una mini Finanziaria da 5,7 miliardi.

“Qualità e integrazione col web così ho vinto la sfida del Figaro” di Eugenio Occorsio. La Repubblica, 22 novembre 2010

“Diciamo la verità: l'insieme di strumenti attraverso i quali veicoliamo le notizie, la

carta, Internet, gli smartphone, l'iPad e quant'altro verrà, è molto giovane come settore: mancano ancora tranne forse che per il “vecchio” web. Meccanismi certi di valutazione dell'audience medium per medium. Per cui l'unica cosa da fare è andare avanti a testa bassa su tutti i fronti, stando attenti a non perdere neanche una battaglia perché i nuovi competitor come Facebook o Google stanno lì, all'agguato, e colpiscono con una rapidità inusitata”. Pier Conte, capo della divisione multimediale de Le Figaro, è insieme elettrizzato e spaventato. L'iPad è la vera rivoluzione.

“The Daily”, il quotidiano per l'iPad. Al via l'ultima avventura di Murdoch di Arturo Zampaglione. La Repubblica, 22 novembre 2010

La redazione coordinata dal critico musicale del “New Yorker”, uno staff ridotto all'osso, nessuna versione cartacea: a 79 anni il tycoon australiano si lancia nella tecnologia. L'uscita prevista a Natale. Si calcola che entro il 2011 saranno in circolazione 30-40 milioni di “tavolette”. L'edizione sarà visibile anche su altri lettori come quelli di Samsung e BlackBerry.

In Italia il re dei libri online. Sarà la fine delle librerie? di Giuseppe Marino. Il Giornale, 22 novembre 2011

La voce che circola da tempo sta per tramutarsi in ufficialità: Amazon, il libraio elettronico più grande del mondo sbarcherà in Italia. La campagna pubblicitaria è pronta. Il mercato editoriale è in fibrillazione, anche se le

conseguenze sono tutte da valutare. Per ora gli e-book valgono solo lo 0,1 per cento del mercato.

Internet tv alla prova divano di Andrea Lawendel. Corriere della Sera, 22 novembre 2010

A fine anno saranno venduti un milione di apparecchi connessi online. Ma gli acquirenti non li sanno usare. La "Sofà tivù", passiva e su grande schermo, copre il 98% dei ricavi del digitale. Quella su pc il 2%.

L'efficacia dei messaggi sulla "tavoletta" apre un nuovo mercato alla pubblicità di Giorgio Lonardi. La Repubblica, 22 novembre 2010

Uno studio dell'Upa attribuisce un'inaspettata valenza di suggestione alle immagini digitali veicolate non solo attraverso l'iPad ma anche tutti i prodotti concorrenti. E' un "totem" di comunicazione la cui portata innovativa è pari alla tv negli anni '50.

Allarme Calabrò sulle scatole cinesi di Andrea Bassi. Milano Finanza, 23 novembre 2010

Il garante segnala il rischio di posizioni dominanti. Anche in tv. E scrive al governo chiedendo di rivedere le norme. Calabrò ha lamentato alcune recenti modifiche normative che potrebbero rendere impossibile risalire ai reali proprietari di giornali e televisioni italiane.

MP Italia rilancia di Marco A. Capisani. Italia Oggi, 23 novembre 2010

I piani del nuovo distributore indipendente di giornali. Focus su contenuti digitali e quotidiani.

La posta è libera. I concorrenti affilano le armi di Luigi Grassia. La Stampa, 23 novembre 2010.

Dal 1° gennaio scatta un'altra liberalizzazione, quella delle poste. Per decisione concordata a Bruxelles, il mercato deve entrare anche negli ultimi settori riservati all'azienda Poste Italiane: cioè, le lettere sotto i 50 grammi e fino a 1,50 euro di affrancatura, le raccomandate riguardanti gli atti amministrativi e le procedure giudiziarie e la pubblicità sotto i 10 mila pezzi. Secondo Luca Palermo, responsabile di Tnt Post Italia, la concorrenza sarà a tutto campo, anche sul terreno della consegna delle riviste: "Nonostante la digitalizzazione, l'iPad eccetera, crediamo che valga la pena di investirci. In Italia c'è solo un 20% di abbonati a periodici contro il 60% in Europa, Con un servizio migliore la quota può crescere. C'è mercato".

Murdoch e Jobs alleati per il primo iNewspaper di Massimo Sideri. Corriere della Sera, 23 novembre 2010

Attesa per il format, ma la vera novità è che si pagherà su iTunes, come la musica: 99 cent a settimana.

Jobs e Murdoch alleati sul tablet di Gianni Rusconi. Il Sole 24 Ore, 23 novembre 2010

Entro Natale sarà online il quotidiano "The Daily" che punta a conquistare i possessori di iPad. Il progetto editoriale concepito in funzione del grande sviluppo dei nuovi strumenti: Previsti 40 milioni di pezzi nel 2011.

Murdoch stamperà Daily su iPad di Davide Fumagalli. Milano Finanza, 23 novembre 2010

Il magnate australiano sta lavorando con Steve Jobs al quotidiano solo digitale. Niente versione cartacea o sito web per il giornale atteso in uscita a inizio 2011. Il costo piuttosto basso (99 cent) punta a una rapida diffusione, sostenuta da notizie di qualità e approfondimenti multimediali.

Giornali a pixel? Sono il volto nuovo della pubblicità di Enrica Roddolo. Il Mondo, 26 novembre 2010

Robert Jolliffe, direttore vendite pubblicitarie del Financial Times per l'Europa, parla con il Mondo del fenomeno iPad nella media industry. Non nel breve periodo, perché l'iPad, come le altre tavolette, resta costoso, ma tra cinque anni o poco più, potrebbe contribuire a scacciare via la crisi dal mercato editoriale. Intanto, già oggi è una straordinaria risorsa pubblicitaria. E, come dicono i numeri, un'ottima fonte di revenue per Ft. Sono già oltre 400 mila i download, merito di un'app che è stata premiata da Steve Jobs con un Apple award.

Nel quotidiano del futuro il reportage sarà in 3D di Luca De Biase. Il Sole 24 Ore, 24 novembre 2010

Il Daily di Jobs e Murdoch apre nuovi scenari. Sono i primi passi di un cambiamento piuttosto profondo nelle tecniche di narrazione delle notizie, la cui forma finale non è nota. L'informazione cambia pelle sotto la spinta di applicazioni futuristiche.

La Francia fa guerra a Google. Arriva la tassa sulla pubblicità online. Milano Finanza, 24 novembre 2010

Il Senato transalpino ha approvato un emendamento presentato dal relatore della Commissione Finanze, Philippe Marini, dando di fatto il via libera a quella che è stata già ribattezzata la tassa Google, ovvero un'addizionale dell'1% sull'acquisto di pacchetti pubblicitari sul web che sarà applicata a decorrere dal 1° gennaio 2011.

La Ue lascia mano libera al governo sulle tv di Giovanni Pons e Aldo Fontanarosa. Il Sole 24 Ore, 24 novembre 2010

Nella lettera della Commissione Ue ai commissari dell'Agcom i criteri di valutazione per le assegnazioni delle frequenze sono tutti uguali senza vere distinzioni tra compratori forti e meno forti. In sostanza, si lascia mano libera all'Autorità e soprattutto al governo riservandosi semmai un intervento in fasi successive. I consiglieri dell'Autorità D'Angelo, Sortino e Lauria – quelli di minoranza – hanno manifestato perplessità su diversi punti. Nelle nuove regole a tutela del diritto d'autore in Internet (molto fiscali) è prevista una tassa d'ingresso alla nascita delle web tv e delle web radio. Per Paolo Gentiloni (Pd) e Vittorio Rao (Udc) è auspicabile che l'Autorità eviti di appesantire la Rete

con regole limitative e velleitarie sul diritto d'autore.

Tariffe postali, pubblicato il decreto.

Avvenire, 25 novembre 2010

In Gazzetta Ufficiale il testo che recepisce l'accordo tra Fieg e Poste Italiane sui costi di spedizione dei prodotti editoriali.

E' ancora il mestiere più bello del mondo? Di Gabriel Garcia Màrquez. Il Fatto Quotidiano, 25 novembre 2010

In libreria un volume con i discorsi di Garcia Màrquez: in America nel '96 parla di una professione che i questi anni è molto cambiata. Forse non in meglio. Il problema sembra essere che la professione non è riuscita a evolversi alla stessa velocità dei suoi strumenti, così i giornalisti si sono trovati a cercare la strada a tentoni nel labirinto di una tecnologia scagliata senza controllo verso il futuro. Bisogna ricordare che l'inchiesta non è una specialità: è tutto il giornalismo che, per definizione, deve essere investigativo.

La crisi entra nel bilancio Inpgi. Italia Oggi, 25 novembre 2010

Le prestazioni crescono più delle entrate, sia sotto il profilo del numero delle prestazioni pensionistiche sia sotto il profilo della relativa spesa.

Google a caccia d'internauti in tv di Irene Greguoli Venini. Italia Oggi, 25 novembre 2010

Il motore di ricerca cambia strategia di comunicazione. Arrivano i primi spot per avvicinare gli italiani all'uso del web.

Un portale per la scuola di domani di Franco Sarcina. Il Sole 24 Ore, 25 novembre 2010

Osservatorio giovani editori e Telecom insieme per gli insegnanti. Si tratta di fornire ai docenti italiani uno strumento informativo e didattico per condividere notizie e esperienze. E' questo l'obiettivo del progetto "Scuolachefare.it".

Delitto mediatico, otto mesi vissuti pericolosamente di Giulio Isola. Avvenire, 26 novembre 2010

Dall'inopinato rialzo delle tariffe postali, la cronaca di una vicenda che ha messo a rischio il sistema. Con il via libera alla mediazione targata Poste-Fieg il settore ha cominciato a respirare, ma le sfide per continuare a resistere dentro un mercato sempre più a corto di risorse, ovviamente, non sono finite.

Internet traina la corsa dei media di Daniele Lepido. Il Sole 24 Ore, 26 novembre 2010

Boom di lotterie e poker online. Carta stampata alla sfida delle nuove tecnologie. In un mercato che vale 2 miliardi di euro, nel 2009 la carta stampata è stata protagonista di una delle più forti contrazioni degli ultimi anni, sia in termini di investimenti pubblicitari, scesi del 16,4%, sia nella diffusione, calata del 4,8%. Il fenomeno non è nuovo, ma i giornali continuano a

soffrire la competizione di internet e nonostante parte degli investimenti pubblicitari migrerà sulla rete (+15%), questo trend non basterà a compensare le perdite dovute alle minori inserzioni su carta, che nel 2010 segneranno un calo del 2,6%.

Intercettazioni, quelle “ingiuste” saranno punite di Dino Martirano. Corriere della Sera, 26 novembre 2010

Il piano giustizia in Consiglio dei ministri con due Csm e separazione delle carriere. **Missione impossibile. L’Ue chiede più pluralismo nel servizio pubblico.** Il Fatto Quotidiano, 26 novembre 2010

Il Parlamento europeo ha approvato con una larga maggioranza una risoluzione sul servizio pubblico di radiodiffusione nell’era digitale. Il testo prescrive drastici cambiamenti per gli Stati membri.

Greenpeace agli editori: aiutateci a salvare le foreste. La Stampa, 26 novembre 2010

Greenpeace lancia una sfida alle aziende del settore cartario italiano e agli editori, con l’obiettivo di evitare la distruzione delle foreste. Presentate a Milano le linee guida per gli acquisti della carta a “deforestazione zero”. Alcuni grandi gruppi si sono già impegnati in questo senso. Tra i primi Mondadori.

Caso Tobagi, che brutto errore condannare chi cerca la verità di Guido Salvini. Il Riformista, 26 novembre 2010

Sentenza definitiva della Cassazione contro due giornalisti che hanno indagato sulle zone grigie del delitto. Si è fatta troppa dietrologia, ma questo è un arretramento della libertà di cronaca.

Crisi greca, chiudono due quotidiani. Italia Oggi, 27 novembre 2010

L’editoria greca risente della crisi finanziaria che ha di recente colpito il paese e si prepara a chiudere due dei suoi principali quotidiani, a una riduzione generalizzata dei salari e a un’ondata di scioperi indetti dai sindacati dei giornalisti.

La Gazzetta dello Sport lancia il progetto ET. Italia Oggi, 27 novembre 2010

La Gazzetta dello Sport parte il 18 gennaio 2011 con un nuovo progetto multimediale. Si chiama ET (Extra Time), ed è in realtà tante cose: trasmissione web, edizione cartacea e prodotto multimediale.

Giornali e web, il futuro è nell’integrazione di Mimmo Muolo. Avvenire, 28 novembre 2010

La carta stampata non sarà mai sostituita dal digitale, semmai il futuro è nell’integrazione della carta con internet. E per integrazione si deve intendere non un assorbimento del cartaceo da parte del digitale, né una semplice giustapposizione, tanto meno concorrenza, quanto piuttosto la tessitura di una rete.

M&J la strana coppia che cambierà i media di Maria Teresa Cometto. Corriere della Sera, 29 novembre 2010

Il fondatore di Fox News e quello di Apple alleati per "The Daily", quotidiano online, con un fatturato atteso di 42 milioni di dollari.

Francia, stretta sui big del web di Gabriele Frontoni. Italia Oggi, 29 novembre 2010

Con decorrenza dal 1° gennaio prossimo, è stata introdotta un'imposta sulle spese sostenute per la pubblicità online da parte delle imprese residenti nel paese. L'aliquota, per il momento, è quasi simbolica: l'1% degli introiti, capace di generare un extragettito per le casse dello stato compreso tra i 10 e i 20 milioni di euro l'anno.

Libero, Virgilio, Dada, Seat. Una vita da portali tra Google e il Web 2.0 di Stefano Carli. La Repubblica, 29 novembre 2010

C'è chi punta sulle mail, chi sulle piccole imprese, altri direttamente sull'e-commerce, ma c'è spazio per crescere solo per chi si specializza.

Giovani, il web sorpassa la tv: è la "generazione Facebook" di Carla Massi. Il Messaggero, 30 novembre 2010

I ragazzi che passano sul web più di tre ore al giorno superano quelli che passano più di tre ore al giorno davanti al piccolo schermo. Lo rileva un'indagine della Società di pediatria.

Una Rai pigliatutto sul digitale di Paolo Panerai. Italia Oggi, 30 novembre 2010

La Rai è riuscita a prendersi ben sette canali nei primi quindici facendo valere la sua forza. Anche sui multiplex i grandi operatori fanno man bassa.

Scrivere o non scrivere? Questo è il wikiproblema dei quotidiani del duemila di Maria Teresa Cometto. Il Riformista, 30 novembre 2010

Il Wall Street Journal ha rifiutato la pubblicazione dei cables per le condizioni imposte da Wikileaks. Ma non tutti sono d'accordo: dal País al Guardian, la rete dei giornali progressisti si allea col sito corsaro che non garantisce la trasparenza pretesa dai governi quando deve spiegare l'origine dei suoi finanziamenti.

La recomposition de la presse régionale va s'accélérer di Xavier Ternisien. Le Monde, 30 novembre 2010

L'abbassamento dei livelli di diffusione dei quotidiani regionali e il passaggio al digitale potrebbe sfociare nell'arrivo di nuovi attori sul mercato. I processi di concentrazione nell'area delle testate regionali ha segnato una nuova tappa con la presa di controllo del gruppo l'Est Républicain da parte del Credit mutuel, la banca che ha acquisito da Gérard Lignac il 43% delle azioni. Oltre all'Est Républicain, il gruppo editoriale oggetto dell'acquisizione comprende testate come Les Derniers Nouvelles d'Alsace, Vosges Matin e Le Journal de la Haute-Marne.

Il “Progetto” di Virgin Sfida a Murdoch sull’iPad di Massimo Gaggi. Corriere della Sera, 1 dicembre 2010

L’eccentrico miliardario inglese Richard Branson sbarca a New York per il lancio di “The Project”, il primo magazine concepito esclusivamente per l’iPad e altri tablet computer capaci di riprodurre abbastanza fedelmente l’esperienza della lettura cartacea su uno schermo digitale.

Bruxelles all’attacco di Google di Marco Valsania. Il Sole 24 Ore, 1 dicembre 2010

L’Antitrust Ue apre un’indagine per valutare i servizi della società sulle ricerche internet dopo la denuncia di tre concorrenti. Il gruppo statunitense sotto inchiesta con l’ipotesi di abuso di posizione dominante. L’indagine vuole verificare tre ipotesi di abuso di posizione dominante. 1) E’ vero che Google sta abbassando il ranking (e quindi la visibilità) dei servizi in competizione con Google stessa nei risultati delle ricerche effettuate dagli utenti? 2) E’ vero che Google chiede scorrettamente ai siti web di accettare pubblicità in esclusiva da parte di Google? 3) E’ vero che Google determina i prezzi della pubblicità nei risultati di ricerca in modo scorretto per i suoi clienti?

Google finisce nella rete dell’Antitrust europeo di Giuseppe Matarazzo. Avvenire, 1 dicembre 2010
Bruxelles indaga per abuso di posizione dominante.

Legardère esce dal mercato estero di Marco Moussanet. Il Sole 24 Ore, 2 dicembre 2010

Il leader mondiale dei periodici sceglie di concentrarsi sulla Francia. Secondo fonti non ufficiali dovrebbero partire trattative esclusive entro fine anno con gli americani di Hearst o i tedeschi di Bauer.

Gli Usa riscrivono le regole del web di Alessandro Longo. Il Sole 24 Ore, 2 dicembre 2010

Gli Stati Uniti stanno per disegnare le future regole di internet. Riforma a tutela delle neutralità della rete.

A ciascuno il suo (medium) di Luca Tremolada. Il Sole 24 Ore, 2 dicembre 2010

Disney inventa una strategia del digitale che forse ha qualche cosa da insegnare agli editori di news. Le storie nuove vanno in edicola, per creare il contesto invece è meglio l’online. Formati interattivi e videogame destinati ai contenuti speciali.

News online, gli aggregatori paghino i diritti d’autore. Italia Oggi, 2 dicembre 2010

In Gran Bretagna bisognerà probabilmente pagare i diritti d’autore prima di linkare una notizia pubblicata da terzi nel proprio sito o nella newsletter che si invia ai propri abbonati. Lo ha deciso l’Alta corte di giustizia di Sua maestà, specificando che l’operazione è possibile se chi utilizza il link lo fa per

vendere un prodotto a terzi e, quindi, ricavarne guadagni. Escluso chi lo fa gratuitamente come Google News.

Dalla carta all'iPad, ipotesi sul futuro dei quotidiani. Il Riformista, 2 dicembre 2010

Tre saggi a confronto. Un forum tra Luca De Biase, Luca Sofri e Vittorio Zambardino sulle nuove sfide dell'informazione, ancora tramortita dall'evoluzione di internet. Il caso Corriere.it. il salvagente delle "apps", l'inadeguatezza delle testate italiane: "Oggi i giornalisti ignorano la grande fascia di giovani lettori della Rete".

Why the iPad should rival the web di John Gapper. Financial Times, 2 dicembre 2010

Se Sir Richard Branson e Mr. Rupert Murdoch vogliono offrire prodotti utilizzando un nuovo mezzo, l'iPad, piuttosto che i vecchi, lasciamoglielo fare. Essi però non hanno un controllo di ferro sulla distribuzione digitale delle informazioni. Dovranno fronteggiare molte migliaia di altre applicazioni. Chi lo sa se avranno successo.

L'avviso del garante al governo "Niente quotidiani agli editori tv" di Aldo Fontanarosa. La Repubblica, 3 dicembre 2010

L'Agcom: prorogare il divieto antitrust ai grandi gruppi. Se vogliamo tutelare il "pluralismo dell'informazione", bisogna impedire alle grandi televisioni di comprare giornali quotidiani. Lo chiede

L'Autorità Garante delle Comunicazioni in una segnalazione al governo.

Agcom: prorogare le norme della Gasparri di Ma.M. Il Sole 24 Ore, 3 dicembre 2010

Chiesto al governo di evitare la scadenza del divieto di intreccio giornali-tv.

L'iPad-tartaruga e il web-Achille . Il Sole 24 Ore, 3 dicembre 2010

Sul Financial Times del 2 dicembre John Gapper ha analizzato i piani di Branson e Murdoch. Internet offre enormi vantaggi in termini di quantità d'informazione alla quale si ha accesso. L'iPad, con la possibilità di scaricare un'intera edizione, consente un'esperienza di qualità e più approfondita, simile a quella della carta stampata. Ma iPad e internet non saranno in concorrenza.

La manovra non ha messo a dieta i costi per la pubblicità legale. Italia Oggi, 3 dicembre 2010

Le spese per pubblicità, da tagliare dell'80% rispetto a quelle sostenute nel 2009, sono esclusivamente quelle riferite alla tipologia di comunicazione istituzionale prevista dalla legge 150/2009. Non sono da ricomprendere le spese per pubblicità obbligatoriamente previste dalla legge.

I nuovi dilemmi dei giornalisti e l'illusione della "casa di vetro" di Massimo Gaggi. Corriere della Sera, 3 dicembre 2010

Davanti a un oceano di materiale grezzo, qual'è il ruolo del reporter che riceve il materiale? Analista? Megafono? Filtro? In fondo è moltiplicato al quadrato, lo stesso dubbio che affligge tutto il mondo dell'informazione da quando l'irruzione di internet e dei "blog" ha diffuso la cultura (o l'illusione) della "casa di vetro": non sarà che nel passaggio dalla ricerca della trasparenza possibile alla pretesa della trasparenza assoluta si rischia di produrre l'effetto opposto?

Basta con la televisione che urla "Abbassate il volume degli spot" di Ernesto Assante. La Repubblica, 4 dicembre 2010

Negli Usa arriva una legge che vieterà alle televisioni di alzare il volume durante la pubblicità. I consumatori: "In Italia è il far west". Viene usata una tecnologia speciale per alzare il sonoro di televendite e annunci del tg":

Il Mail Online fa il pieno di click di Leonardo Maisano. Il Sole 24 Ore, 4 dicembre 2010

Il Mail Online è divenuto in soli tre anni il più battuto indirizzo web di un giornale in lingua inglese al mondo. O quasi. Davanti, infatti, c'è ancora il New York Times, dietro tutti gli altri. La ricetta del successo si basa sull'accesso gratuito e sui contenuti per tutti i tipi di lettori.

Wikileaks, il bavaglio mondiale di Barbara Spinelli. Il Fatto quotidiano, 4 dicembre 2010

E' colpa della politica e non dei media se i segreti escono, rovinando ragnatele diplomatiche laboriose, mettendo a rischio le fonti degli ambasciatori e rivelando l'opacità delle trame segrete sottotraccia.

"L'economia di carta distrugge la carta stampata" di Guido Caldiron. Liberazione, 4 dicembre 2010

André Schiffrin la scritto "Il denaro e le parole", una riflessione sulla crisi dell'industria culturale, dell'editoria e della stampa che si segnala per documentazione e lucidità, proponendo anche diverse ipotesi per uscire dalla grave situazione attuale.

"Internet deve essere gratuita ma serve maggiore sicurezza" di Anna Masera. La Stampa, 4 dicembre 2010

Dal 44.mo rapporto del Censis emerge che gli italiani non si sentono sicuri nell'utilizzo di internet, ma soprattutto chiedono che l'accesso alla Rete sia libero e gratuito.

Assalto ai pirati del web di Roberto Sommella. Milano Finanza, 4 dicembre 2010

La fruizione di contenuti illegali su internet sta mettendo in ginocchio un intero settore. Ma l'Agcom ha pronto un regolamento per punire chi diffonde film, calcio e notizie senza avere i diritti d'autore.

Lo spot ora piace digitale di Andrea Montanari. Milano Finanza, 4 dicembre 2010

I canali nati per la nuova piattaforma attirano sempre di più l'attenzione degli investitori, disposti a pagare un sovrapprezzo per rivolgersi a target specifici.

Giornali e TV, incroci pericolosi di Giovanni Valentini. La Repubblica, 4 dicembre 2010

L'anomalia del caso italiano deriva dall'abnorme concentrazione di potere mediatico, televisivo e pubblicitario, in mano a un soggetto privato. Come si fa a non condividere il divieto di incroci tra televisioni e quotidiani e a non apprezzare l'intervento dell'Agcom?

"Monopolio al tramonto, più mercato nelle Poste" di Massimo Sideri. Corriere della Sera, 5 dicembre 2010

Libera concorrenza dal 1° gennaio 2011. Arriva il terzo step di liberalizzazione del servizio postale richiesto anche dalla Ue.

La scuola di massmediologia di McLuhan. La Repubblica, 6 dicembre 2010

Per Derrick de Kerckove, direttore dell'istituto McLuhan di Toronto, di tutti i media, quello che informa meno è la televisione. "Conforta, consola, conferma e inchioda gli spettatori in una stasi fisica e mentale".

"Wikileaks, un bagno di trasparenza fondamentale per la democrazia" di Eugenio Occorsio. La Repubblica, 6 dicembre 2010

Derrick de Kerckove, direttore del McLuhan Institute di Toronto, si dice entusiasta dell'iniziativa di Assange: "Rappresenta un punto di non ritorno che porterà finalmente alla fine della diplomazia segreta".

Wikileaks, tigre di carta (stampata) di Luca Conti. Il Secolo XIX, 6 dicembre 2010

Una storia emblematica dell'evoluzione dell'ecosistema dell'informazione globale, alla ricerca di nuovi equilibri, in un momento in cui il web è entrato nelle abitudini di oltre venti milioni di italiani e quasi due miliardi di persone. I giornali possono offrire all'informazione prodotta dal basso in rete un valore aggiunto in termini di visibilità.

La pubblicità online sempre più invasiva. Rischio di boomerang? Di Enrico Grazzini. Corriere della Sera, 6 dicembre 2010

La pubblicità digitale, che prima assomigliava a quella della carta stampata, sta diventando sempre più simile a quella televisiva. Le aziende devono riuscire a trovare la giusta mediazione. Occorre farsi vedere senza disturbare. Altrimenti si rischia l'effetto boomerang.

Free press, restano solo gli immigrati di Marco Belpoliti. La Stampa, 6 dicembre 2010

Oggi la free press è in crisi, alla pari, se non di più, dei quotidiani a pagamento. Tuttavia un merito la free press l'ha, e davvero grande: ha insegnato l'italiano agli immigrati.

Pubblicità, tre anni di crescita di Alessio Odini. Italia Oggi, 7 dicembre 2010

L'analisi di ZenithOptimedia sul mercato mondiale. Internet e paesi emergenti le locomotive. Progressi annui fra 4,6% e 5,2%. La Russia supererà l'Italia.

Linea "morbida" per le internet-tv di D. Le. Il Sole 24 Ore, 7 dicembre 2010

L'Agcom ha approvato il nuovo regolamento in materia di web-televisioni e web-radio derivante dal Decreto Romani sul settore audiovisivo. Non dovranno registrarsi come operatori televisivi i piccoli operatori con un fatturato fino a 100mila euro e 24 ore settimanali di programmazione. Fa discutere l'esclusione di Youtube.

E-book, titoli più che triplicati di Giovanni Galeone. Italia Oggi, 7 dicembre 2010

I dati dell'Aie sul mercato italiano. I libri digitali toccano quota 5.900. A gennaio erano 1.619.

Un patto tra giornali online. Corriere della Sera, 7 dicembre 2010

Cinque quotidiani francesi ("Les Echos", "L'Equipe", "Le Figaro", "Libération", "Le Parisien") e tre settimanali ("Le Nouvel Observateur", "Le Point", "L'Express") hanno lanciato una piattaforma, "e-Press Premium", che dovrebbe centralizzare l'offerta delle singole testate e consentire l'acquisto di un solo esemplare o di singoli articoli attraverso un sistema di micro pagamenti o la sottoscrizione di abbonamenti. E' una questione di sopravvivenza.

Se il Times diventa una newsletter di Clay Shirky. Internazionale, 9 dicembre 2010

Il gruppo Murdoch ha messo a pagamento i siti del Times e del Sunday Times, i suoi due giornali di qualità. Nella migliore delle ipotesi, gli abbonamenti all'edizione online sono poche decine di migliaia. Impegnati come sono a trarre profitto dal paywall, Murdoch e il suo gruppo non stanno cambiando il business dell'informazione. Invece di spostare la fonte di guadagni dagli inserzionisti agli utenti per un prodotto che c'è già, stanno ristrutturando il Times intorno al modello della newsletter.

Sull'editoria compromesso da 135 milioni. Corriere della Sera, 8 dicembre 2010

Per l'editoria, con la legge di stabilità, arrivano 135 milioni di euro. I nuovi fondi andranno ai contributi diretti, 100 milioni, al credito d'imposta per l'acquisto di carta (30 milioni) e 5 per la stampa italiana all'estero.

“Sarebbe giusto oscurare il sito anche se il danno ormai è stato fatto” di Alessandra Farkas. Corriere della Sera, 8 dicembre 2010

Secondo Fareed Zakaria, animatore di un influente programma di politica estera sulla Cnn, Diplomatici, banche ed enti governativi saranno costretti a ridurre drasticamente la mole delle loro transazioni scritte. Assange è un semplice strumento, altri continueranno dopo di lui.

“Regole televisive anche per Youtube” di D.Le. Il Sole 24 Ore, 8 dicembre 2010

Il dibattito sulle web-tv è stato gonfiato, perché nessuno ha mai pensato di regolamentare blog e popolo della rete, i pesci piccoli insomma. Altra cosa invece è un operatore come Youtube, che non è un semplice aggregatore di video online ma esercita comunque un certo controllo editoriale. Lo afferma Stefano Mannoni, commissario dell'Agcom.

Stampa, stop al Cav e a Murdoch di Roberto Sommella. Milano Finanza, 9 dicembre 2010

Il governo verso la modifica della Gasparri. Sarà ancora impossibile per chi possiede tv mettere le mani su Corriere o Repubblica.

I settimanali resistono alla crisi di Claudio Plazzotta. Italia Oggi, 9 dicembre 2010

La rivoluzione digitale non è ancora entrata a gamba tesa nel mondo dei

settimanali. Ci arriverà, gli esperti ne sono certi. Ma per il momento il comparto, tutto sommato, gode di buona salute quanto a vendite. Mondadori prima con 3,2 milioni di copie. Cairo insegue con 2,1 milioni.

Libertà di stampa oggi significa libera rete di Juan Carlos De Martin. La Stampa, 9 dicembre 2010

Preoccupano certe reazioni. Le reazioni dei governi democratici, in particolare. Invece di trarre le conseguenze dell'interazione tra i loro principi fondanti e Internet – chiare da anni a tutti coloro che volessero vederle – molti hanno avuto ragioni da ancien régime.

“Le mie verità” di Julian Assange. Il Fatto Quotidiano, 9 dicembre 2010

Il testamento di Mr Wikileaks: notizie e Internet, binomio perfetto. Nel 1958 un giovane Rupert Murdoch, allora proprietario e direttore di The News di Adelaide, scriveva: “Nella gara tra segretezza e verità, è inevitabile che abbia sempre la meglio la verità”. Quasi un secolo dopo, anche Wikileaks sta pubblicando senza timore fatti che devono essere resi di dominio pubblico. La tempesta scatenata sulla testa di Wikileaks rafforza la necessità di difendere il diritto di tutti i media a rivelare la verità.

Il giornalismo è un'altra cosa di Marco Bardazzi. La Stampa, 9 dicembre 2010

Il paladino della lotta ai segreti, che vuole un mondo di case di vetro ma lascia la

propria vita avvolta nel mistero, potrebbe rivelarsi più dannoso di Dick Cheney per la causa di chi si batte contro gli abusi dei governi. Aspettiamoci un giro di vite sull'accesso ai documenti governativi, minore condivisione delle informazioni tra agenzie federali, nuovi paletti per la libertà di stampa.

Sta per scadere il divieto di "incroci" tra giornali e tv di Beppe Lopez. Liberazione, 10 dicembre 2010

Nei giorni scorsi ha dovuto prendere carta e penna Corrado Calabrò per lanciare l'allarme e per sollecitare Governo e Parlamento, che evidentemente si sono...dimenticati della scadenza, ad assumere un "provvedimento apposito" a protezione di quel xche rimane "della concorrenza e del pluralismo" nel sistema informativo.

IPad, la rivoluzione del secolo di Nicola Stella. Il Secolo XIX, 10 dicembre 2010

E quando si ha in mano un iPad o un iPhone e si girano le pagine con un tocco dell'indice nell'angolo...be', anche chi è affezionato alla carta e non la vorrebbe mai lasciare, ha qualche tentennamento.

Ebook targati Rcs-Telecom di Daniele Lepido. Il Sole 24 Ore, 10 dicembre 2010

Accordo per la distribuzione dei contenuti editoriali: dai libri al Corsera e Gazzetta dello Sport. Modello Apple per la divisione dei ricavi: 70% all'editore, 30% al canale.

Editoria, la sfida degli e-book da Google a Rcs e Telecom di Livio Parola. Finanza e Mercati, 10 dicembre 2010

Mountain View ha lanciato la sua libreria "virtuale". I due gruppi italiani hanno annunciato l'accordo (650 titoli) per Biblet Store.

E-book, Rcs su Biblet di Andrea Secchi. Italia Oggi, 10 dicembre 2010
Accordo tra l'editore e la società tlc. Sullo store Telecom 672 libri scontati.

Die Zeit, la qualità fa volare fatturato, utili e diffusioni di Alessio Odini. Italia Oggi, 11 dicembre 2010

Die Zeit nuota controcorrente nel fiume digitale che sta cambiando l'editoria. Grazie alla qualità degli articoli e del modello giornalistico, i numeri del settimanale tedesco sono una sorpresa nel panorama mondiale. Diretto dall'italo-tedesco, Giovanni di Lorenzo, Die Zeit sta per chiudere il terzo miglior anno consecutivo di tutta la sua storia.

Arriva il piano Rcs tra digitale, cessioni e attenzione ai costi di Cinzia Meoni. Borsa & Finanza, 11 dicembre 2010

Più spazio al digitale così da contrastare il rallentamento della carta, focus sulle partecipazioni strategiche e attenzione ai costi: dovrebbero essere questi i capisaldi del nuovo piano industriale triennale di Rcs. L'azionista Mediobanca prevede un fatturato a +8% annuo fino al 2013.

Così inventai la cultura a Fascicoli di Dino Messina. Corriere della Sera, 12 dicembre 2010

Giovanni Fabbri rievoca la stagione pionieristica, quando con tanto entusiasmo, molta preparazione e poco denaro un neolaureato venticinquenne decise di dare l'assalto al mondo editoriale. La prima impresa fu "Impariamo l'inglese": dovevamo defascistizzare l'Italia.

Pagine e bit alleati per leggere di Gino Roncaglia. Il Sole 24 Ore, 12 dicembre 2010

La falsa partenza del 2000 ha fatto esultare troppo presto i "cartacei". Ma oggi l'e-book è qui per restare. E anzi aumenterà la nostra esperienza di lettura. La vera posta in gioco sarà l'organizzazione dei contenuti. Il "libro" sarà multimediale.

La sfida: processi e analisi profonde di Roberto Casati. Il Sole 24 Ore, 12 dicembre 2010

Si deve allargare di più il contesto e insistere sulla richiesta di un uso consapevole della tecnologia, in particolare in un paesaggio dominato da "clouds", immensi latifondi digitali sottratti al controllo pubblico nei quali i Nuovi Signori dell'informazione, Amazon e Google, stanno acquisendo un potere (assai mal compreso) di vita e di morte sui contenuti.

Tutti cercano la carta vincente di Daniele Lepido. Il Sole 24 Ore, 14 dicembre 2010

In America Amazon e Google combattono a suon di novità. Gli italiani firmano accordi e scommettono sul futuro.

Per gli editori è tempo di rivedere i ruoli di Gian Arturo Ferrari. Il Sole 24 Ore, 14 dicembre 2010

Finora abbiamo operato solo trasferimenti digitali di ciò che è pensato per la carta. Presto "pubblicare" vorrà dire altro. Certo, possiamo pensare che agli editori del futuro spetti il compito di inventare nuovi generi, nuove forme. Ma perché proprio agli editori? Ma perché solo agli editori? E forse per destreggiarsi nel caos primigenio di tutto ciò che verrà reso pubblico, pubblicato, occorrerà una funzione selettiva, evidenziatrice, insomma editoriale. Ma basterà questo a far sopravvivere l'editoria? Acontentiamoci oggi di poter guardare a un orizzonte lontano dall'interno di una fortezza ancora solida. Poi, domani...

Il "mille proroghe" dei desideri di Marco Mobili e Gianni Trovati. Il Sole 24 Ore, 13 dicembre 2010

No alle richieste che costano. Nelle pieghe delle trattative sotterranee attorno alla fiducia possono spuntare salvacondotti per alcuni desiderata parlamentari, ma l'assalto alla diligenza condotto a suon di 200 richieste è destinato in larga parte a generare delusioni. Chance elevate solo per il cinque per mille, studi di settore e Ato.

Pubblicità. La stampa resiste: suggerisce senza disturbare di Paola Caruso. Corriere della Sera, 13 dicembre 2010

I risultati dell'indagine multicanalità curata da Nielsen e Politecnico di Milano. Il 64% degli italiani apprezza i messaggi a tema sulle pagine dei giornali. Nell'online, in crescita, piacciono i social network. Il futuro? Il Bluetooth.

I piccoli editori in rivolta contro i supersconti su Internet di Andrea Rustichelli. La Repubblica, 13 dicembre 2010

L'e-commerce aggrava il problema per i negozi tradizionali che già soffrono per le politiche commerciali aggressive delle grandi catene. In un mercato del libro in cui sta irrompendo definitivamente Internet fra e-book e e-commerce, la piccola editoria rilancia e chiede una legge che regoli i prezzi.

La Stampa raddoppia sull'iPad di Marco Bardazzi. La Stampa, 14 dicembre 2010

La Stampa raddoppia sull'iPad. Alla versione nata e sviluppata solo per la "tavoletta", già disponibile dall'estate scorsa, si affianca ora quella sfogliabile: il giornale come lo trovate anche in edicola, da leggere con calma e anche da conservare.

L'Agcom libera Sky sul digitale di Roberto Sommella. Milano Finanza, 14 dicembre 2010

Per la gara delle frequenze tv non è invocabile la reciprocità. Secondo l'Authority l'Italia non può imporre uno stop al colosso di Murdoch in virtù di analoghe norme che negli Usa vietano ai network italiani di operare. Ora la parola passa al Consiglio di Stato.

L'ebook diventa gratuito quando arriva con lo spot di Luca Dello Iacovo. Il Sole 24 Ore, 14 dicembre 2010

Primo esperimento Usa nella piccola libreria online Wowio. Uno studente di Harvard ha lanciato una piattaforma per libri e tesi che offre spazi per messaggi promozionali mirati.

Publicité: Google est bien en position dominante di Laurence Girard. Le Monde, 15 dicembre 2010

L'Autorità della concorrenza francese ha espresso un parere, su richiesta del governo, sull'attività del motore di ricerca. Per l'Antitrust d'Oltralpe Google è in posizione dominante sul mercato francese della pubblicità legata ai motori di ricerca su Internet. Tuttavia la sussistenza di eventuali abusi va accertata sulla base delle norme in vigore senza che vi sia bisogno di mettere in piedi un nuovo quadro giuridico che disciplini questo settore.

Voglia di censura di Giovanni De Paola. Il Sole 24 Ore, 16 dicembre 2010

Per gli esperti Wikileaks diventa un boomerang per internet ma la rete resisterà. Quella in corso è un'infoguerra. Con WikiLeaks c'è il primo tentativo di

censura a livello globale contro internet e questo tentativo è avanzato da tutti i governi.

I colossi della telefonia puntano su blog e web-tv di Daniele Lepido. Il Sole 24 Ore, 16 dicembre 2010

Gli operatori Tlc alla ricerca di partnership multimediali per crescere nel settore. Telecom Italia rilancia il Cubo. Scommessa online per Vodafone.

Motori di ricerca e libertà di stampa di Roldano De Persio. Il Sole 24 Ore, 16 dicembre 2010

Si delinea un ulteriore piano di attrito tra gli editori, che hanno l'esigenza di aumentare le visualizzazioni delle pagine in chiave pubblicitaria, e la redazione che vede la disciplina del Seo (Search engine optimization) come un'innaturale camicia di forza. Spesso i giornalisti vedono un limite nello scrivere articoli in modo che siano "catturati" dalla rete.

Addio (o quasi) al monopolio Poste di Andrea Bassi. Milano Finanza, 16 dicembre 2010

Arriva in Consiglio dei ministri il decreto che liberalizza le spedizioni postali. Ma Poste Italiane potrà contare per altri 15 anni sull'esclusiva del servizio universale e della consegna degli atti giudiziari. Da una costola del Ministero nasce una nuova Agenzia di controllo.

Ma con questa riforma si resta a metà del guado di Massimiliano Trovato. Milano Finanza, 16 dicembre 2010

Un rapporto dell'Istituto Bruno Leoni mette in dubbio la sincerità della liberalizzazione proposta dal governo.

Divieto di incroci tra stampa e televisione. Romani apre alla proroga, plauso di Udc e Pd. Avvenire, 16 dicembre 2010

Chi possiede una tv non potrà comprare un quotidiano e viceversa. La politica frena gli interessi dei grandi gruppi.

No a incroci tra stampa e tv, sarà prorogato il decreto di Alessandra Chello. Il Mattino, 16 dicembre 2010

Romani rassicura l'opposizione. La misura nel Milleproroghe. Resta in vigore il divieto anche per il proprietario di Sky: non potrà espandere il suo impero a un quotidiano.

Stampa-tv, si proroga il divieto anti incroci di Alberto Guarnieri. Il Messaggero, 16 dicembre 2010

Il governo inserirà nel decreto Milleproroghe il divieto di incroci proprietari tra stampa e tv, in scadenza il 31 dicembre. Lo ha annunciato il Ministro Paolo Romani.

Spot avanti adagio trainati da web e tv di Marika Gervasio. Il Sole 24 Ore, 17 dicembre 2010

Rimane negativo l'andamento della stampa e, in particolare, per quella periodica e per la free press.

Garante spegnerà i siti pirata ma gli utenti web sono in salvo di Lucio Cillis.

La Repubblica, 18 dicembre 2010

L'Autorità per le comunicazioni ha approvato una bozza di delibera sul diritto d'autore che per due mesi sarà al vaglio di tutti i soggetti attivi nel settore, perché suggeriscano modifiche. La proposta però non calca la mano sugli utenti, semmai su chi materialmente mette in rete file protetti da copyright e su chi li ospita.

Sì al testo anti-pirateria. Stretta sui siti, utenti salvi di Roberto Giovannini.

La Stampa, 18 dicembre 2010

Via libera dell'AGCOM alle norme per difendere il diritto d'autore su internet. Potranno essere rimossi i contenuti protetti da copyright.

Parte la stretta sulla web pirateria di Daniele Lepido.

Il Sole 24 Ore, 18 dicembre 2010

AGCOM approva all'unanimità le regole per colpire i siti che violano il copyright. Nessun controllo sugli utenti. Salvato anche il peer-to-peer casalingo.

Stretta su Internet Sarkozy: contro pedofili e criminali. Altri: no, è censura di Rachele Gonnelli.

L'Unità, 18 dicembre 2010

Quasi in sordina e in un'aula semideserta a Parigi è stata approvata la legge che permette al ministero dell'interno di filtrare tutti i contenuti sul web, a caccia di pedofili, senza l'autorizzazione di un giudice. Internauti in rivolta.

L'opposizione contesta le finalità sbandierate dal governo con il varo della nuova legge sulla comunicazione online.

Download: diritti e libertà di Federico Mello.

Il Fatto Quotidiano, 18 dicembre 2010

L'AGCOM si è ispirata alle "best practices" Usa proponendo una sintesi tra diritti di chi detiene la titolarità dei contenuti, la tutela della privacy e l'accesso alla cultura e a Internet. Il pacchetto passa ora a una consultazione pubblica di sessanta giorni.

Unlikely mogul proving his worth di Eric Pfanner.

International Herald Tribune, 20 dicembre 2010

Evgeny Lebedev, figlio di Aleksandr ex agente del K.G.B, sembra aver preso il mestiere di editore dei due quotidiani The Evening Standard e The Independent con grande serietà e impegno, dando nuova linfa al gruppo inglese. La prima testata, in particolare, sta ottenendo risultati al di là di ogni più rosea aspettativa, di gran lunga superiori alle previsioni formulate nel business plan.

Crollano i margini dell'editoria di G.O.

Il Sole 24 Ore, 21 dicembre 2010

E' magro il bilancio degli otto gruppi editoriali italiani quotati in borsa nei nove mesi del 2010. Il settore registra, rispetto ai nove mesi del 2009, un modesto aumento di redditività, ma solo per effetto dei tagli occupazionali. La crisi continua. Il margine operativo netto è

sceso del 58% in due anni e mezzo. La diffusione cala e stenta a riprendere quota la pubblicità.

Usa, internet supera la stampa di Francesco Vergani. Italia Oggi, 21 dicembre 2010

Raccolta digitale a 19,6 miliardi di dollari, mentre alla stampa vanno soltanto 17,3 miliardi.

Sorpasso della raccolta pubblicitaria del web su quella della carta stampata, secondo eMarketer. Ma per i media il peggio è passato.

C'era una volta la Treccani? Di Federico Mello. Il Fatto Quotidiano, 21 dicembre 2010

I dipendenti della famosa Enciclopedia italiana allarmati per la prospettiva di finire solo sul Web. Il presidente Giuliano Amato: "Non dismettiamo, innoviamo". "La Treccani ha davanti una grande prospettiva – continua Amato – che è quella finalmente di poter fare una grande enciclopedia universale che si possa aggiornare con agilità, per esempio una volta al mese. E' un'occasione formidabile: se Diderot avesse avuto Internet, sarebbe partito subito con l'enciclopedia scientifica online".

Con l'iPad è tutta un'altra news di Elena Bonanni. L'espresso, 22 dicembre 2010

Di qua Murdoch. Di là Branson. I due miliardari si lanciano sulle notizie prodotte per la tavoletta. E' una scommessa. E il mondo dei media si interroga.

Più fondi al 5 per mille Stampa-tv resta il divieto di Mario Sensini. Corriere della Sera, 22 dicembre 2010

Il decreto mille proroghe all'esame del governo aumenterà la dote al 5 per mille di 300 milioni, oltre ai 100 previsti dalla legge di stabilità. Proroga di due anni del divieto previsto dalla "legge Gasparri" di incroci tra stampa e televisione, che slitta fino a fine 2012.

Sky, il Consiglio di Stato gela il governo di Roberto Petri. La Repubblica, 22 dicembre 2010

Il governo si rivolge al Consiglio di Stato per sapere se un editore italiano avrebbe un libero accesso al digitale terrestre Usa. Il Consiglio non entra nel merito della questione, ma osserva che la richiesta di parere del governo è scritta in termini generici. Dunque la questione è congelata e finisce su un binario morto.

Mondadori su Google Books di Andrea Secchi. Italia Oggi, 22 dicembre 2010

Accordo per la vendita di libri su carta e digitali. Il catalogo dei titoli di Segrate trova un altro sbocco nel gigante della rete.

Internet, la rete sarà "neutrale". Nuove regole per il mobile di Massimo Gaggi. Corriere della Sera, 22 dicembre 2010

La Fcc, l'Authority Usa per le comunicazioni, ha varato le regole sulla net-neutrality concedendo, di fatto, al governo federale l'autorità di regolare il traffico Internet. I provider non potranno

discriminare senza ragione i concorrenti. Il rischio è che le nuove norme finiranno comunque per irrigidire il sistema, aumentando i costi delle comunicazioni digitali. Portando Internet all'interno del perimetro regolamentare del governo, la Fcc avrebbe creato un precedente che potrebbe spingere i gestori Usa a non esporsi con gli investimenti di decine di miliardi di dollari necessari per sviluppare le reti a banda larga.

“Milleproroghe” con (amare) sorprese il 5 per mille pagato anche dall'editoria. La Fieg “attonita”:tagli incoerenti. Avvenire, 23 dicembre 2010

La protesta degli editori di giornali: così si spazzano le aziende. Il Presidente Malinconico resta “attonito” e sottolinea che un tale modo di procedere evidenzia l'arbitrarietà di scelte politiche non coerenti e il totale disinteresse per chi amministra aziende in gravi situazioni finanziarie.

Credito d'imposta sulla carta. L'appello degli editori. Corriere della Sera, 23 dicembre 2010

Il governo non elimini il credito d'imposta sulla carta: Lo chiede il presidente della Fieg Carlo Malinconico per il quale la misura produrrebbe un “danno ancor più grave di quello paventato con la riduzione dei contributi diretti”.

Dimezzati i contributi all'editoria . La Fieg contro i tagli al decreto di Sebastiano Luciani. Italia Oggi, 23 dicembre 2010

Nella bozza del Milleproroghe un brutto regalo di Natale per la carta stampata

Ma arriva la scure su quotidiani e tv locali. Gli editori: “Date i soldi alle aziende vere” di Nuccio Natoli. La Nazione, 23 dicembre 2010

Malinconico: “Siano applicati veri criteri selettivi per sostenere solo le aziende vere”.

Milleproroghe, sì tra le polemiche di Luca Cifoni. Il Messaggero, 23 dicembre 2010

Per i tagli all'editoria protesta la Fieg. Per il presidente Malinconico si tratta di un “danno gravissimo che screditerebbe ancora di più la linea del governo agli occhi degli editori”.

Il pacco di Natale: dimezzati i fondi dell'editoria. Europa, 23 dicembre 2010
Per pagare il 5 per mille tagliati 50 milioni ai giornali. Fieg: “Governo incoerente”.

la case-fantasma di Marco Mobili e Gianni Trovati. Rinvio per Il Sole 24 Ore, 23 dicembre 2010

Nel decreto Milleproroghe dimezzato il fondo di 100 milioni per l'editoria. La Fieg: totale disinteresse per le aziende in grave situazione finanziaria.

Riappare il 5 per mille, stangata agli editori di V.D.B. Il SecoloXIX, 23 dicembre 2010
Dura la presa di posizione di Carlo Malinconico, presidente Fieg, a proposito del taglio dei fondi per l'editoria.

Scandalo Milleproroghe c'è il 5xmille con truffa di Laura Matteucci. L'Unità, 23 dicembre 2010

Dimezzamento dei contributi per l'editoria, da 100 a 50 milioni, e azzeramento dei 45 milioni per tv e radio locali. Malinconico sottolinea il totale disinteresse per chi amministra aziende in gravi situazioni finanziarie.

Le forbici del diavolo di Matteo Bartocci. Il Messaggero, 23 dicembre 2010

Un decreto fantasma cancella i fondi all'editoria approvati appena due giorni fa. "Il Fatto" sbaglia: il 5xmille non c'entra nulla. Tremonti usa il "bancomat" solo a suo piacimento. Un blitz che va evitato.

Il "mille proroghe" abbatte le barriere della rete Wi-Fi di Roberto Giovannini. La Stampa, 23 dicembre 2010

Editoria: i fondi appena rimpolpati vengono ri-tagliati: -50 milioni. "Resto attonito per il totale disinteresse per chi amministra aziende in gravi situazioni finanziarie", dice il presidente Fieg Carlo Malinconico.

Wi-Fi libero e rinvio per le case fantasma. Fisco, controlli sopra i 3.660 euro di Mario Sensini. Corriere della Sera, 23 dicembre 2010

Varato il mille proroghe. Nuovi fondi sono stati recuperati ripristinando i tagli

all'editoria e alle emittenti televisive, che erano stati cancellati con un emendamento alla Legge di Stabilità.

Varato il "mille proroghe", scoppia la polemica di Luca Cifoni. Il Mattino, 23 dicembre 2010

Al 5 per mille i fondi dell'editoria, protesta Fieg.

Editoria, sui tagli caute aperture. Avvenire, 24 dicembre 2010

Tagli all'editoria, il governo apre un possibile ripensamento.

Il tagliatore di testate di Matteo Bartocci. Il Manifesto, 24 dicembre 2010

Tremonti pensa alle elezioni e spara contro i giornali. Quello che ieri era un semplice timore oggi sembra realtà. Più di 90 testate rischiano di chiudere entro poche settimane: 4mila lavoratori per strada e casse previdenziali di giornalisti e non sul lastrico.

Tagli all'editoria ultimo assalto ma a decidere è B. di Chiara Paolin. Il Fatto Quotidiano, 24 dicembre 2010

In dubbio l'entità dei fondi dirottati dal Milleproroghe al 5 x mille.

Fermate Tremonti, killer dei piccoli giornali di Gianni Del Vecchio. Europa, 24 dicembre 2010

Per Tremonti le piccole testate non devono più gravare sulle casse pubbliche: o dimostrano di poter stare sul mercato

oppure è meglio che rinuncino alle rotative. Nel decreto Mille proroghe sono stati tagliati i fondi per l'editoria (da 100 a 50 milioni) nonché azzerati i 45 milioni stanziati per radio e tv locali.

Un colpo al pluralismo. Cosa dice Bonaiuti? Di Stefano Corradino e Giuseppe Giulietti. Liberazione, 24 dicembre 2010

E' un atto proditorio, una vigliaccata, un colpo sparato alle spalle del pluralismo editoriale. Non ci sono altre definizioni possibili per la scelta del ministro Tremonti di riprendersi tutti i soldi che erano stati stanziati nella recente ex finanziaria e di destinarli al reintegro del "cinque per mille".

E ora comincia l'era dell'ebook (ma senza fretta) di Paolo Di Stefano. Corriere della Sera, 27 dicembre 2010

Non ci si aspetti una rivoluzione dall'oggi al domani, quello che porterà dall'epoca della carta all'era digitale sarà un passaggio implacabile ma lento. Forse lentissimo. Ci sarà tempo per studiare le strategie di sopravvivenza, specie per un mercato necessariamente limitato come quello italiano.

Controlli, i media pari non sono di Antonio Ciccio. Italia Oggi, 27 dicembre 2010

Per la Cassazione la disciplina della responsabilità del direttore non è applicabile all'on-line. L'art. 57 del codice penale si riferisce espressamente alla

"carta stampata" e non ad altri tipi di media.

Una rete di classe di Mazzetta. Il Manifesto, 28 dicembre 2010

La "Federal Communication Commission" statunitense ha stabilito che chi paga di più avrà connessioni più veloci. Una decisione che coinvolgerà chi accede al web via etere e con i telefonini cellulari, cioè le modalità sempre più usate tanto nel Nord che nel Sud del pianeta per navigare su Internet.

Editoria, contributi al via di Giovanni Galeone. Italia Oggi, 28 dicembre 2010

In Gazzetta Ufficiale il nuovo regolamento in vigore dal 7 gennaio. Entro fine gennaio le richieste online per il 2010.

Contributi per l'editoria, Cicchitto (Pdl): recuperare risorse per tutelare i giornali. Avvenire, 28 dicembre 2010

Giulio mani di forbice e la guerra ai giornali di Matteo Bartocci. Il Manifesto, 28 dicembre 2010

Il testo finale del "mille proroghe" è ancora nelle nebbie ma una cosa deve essere chiara: il pluralismo dell'informazione non ammette né scambi né trucchi. Non si può confondere un taglio a freddo di 50 milioni che ucciderebbe oltre 90 testate coop, no profit e di partito con un contributo a pioggia di 30 milioni per la carta di tutti i grandi editori italiani.

Tagli ai giornali, la maggioranza verso un ripensamento? Europa, 28 dicembre 2010

Tagli alla stampa? “Un vero affronto al pluralismo” di Castalda Musacchio. Liberazione, 28 dicembre 2010

Pronti a tutte le iniziative in difesa della libertà di stampa, un settore da tempo in crisi e che il Governo certo non aiuta con queste decisioni.

Everyone must have access to the e-book devolution di Steven Johnson. Financial Times, 28 dicembre 2010

Scrivere oggi in un ambiente senza connessioni online equivarrebbe a pubblicare un libro nel 1800 e rifiutarsi di farlo apparire nelle librerie.

A nos lecteurs. Le Monde, 28 dicembre 2010

Il prezzo di vendita in edicola di Monde passa a 1,50 euro e a 2,60 euro il venerdì, giorno di uscita dei Monde Magazine, mentre le tariffe di abbonamento non cambiano. L'aumento di 10 centesimi riflette le difficoltà finanziarie alle quali deve far fronte da qualche anno il giornale. Più in generale, si tratta del risultato che scaturisce dal cambiamento irreversibile del modello economico della stampa quotidiana di informazione che subisce simultaneamente un aumento continuo dei costi di produzione e di distribuzione e una diminuzione degli introiti pubblicitari. Siamo consapevoli che l'innalzamento del prezzo di vendita non potrà alla lunga essere accettato dai

lettori senza il contemporaneo e regolare miglioramento della qualità dei contenuti del giornale. Questa è la nostra assoluta priorità.

Mediaset numero uno in Spagna si S. Fi. Il Sole 24 Ore, 29 dicembre 2010

Telecinco conquista La Cuatro e diventa la prima emittente tv privata del Paese.

Giornali non si vive di solo web di Vittorio Sabin. La Stampa, 29 dicembre 2010

Dopo la crisi peggiore di sempre, torna il sorriso. E si punta ancora sulla carta. Sarà ancora la vecchia carta a generare le risorse necessarie a mantenere in vita le complesse e costose organizzazioni editoriali che alimentano il mondo dell'informazione, e non se ne potrà fare a meno tanto presto.

2043, cade la fortezza della carta stampata di Federico Orlando. Europa, 29 dicembre 2010

Lo scenario della lotta vede un nemico che prova a distruggere, un pezzo alla volta, lo schieramento scoordinato dell'informazione: usa l'atomica dei tagli finanziari contro la carta stampata e contro le tradizionali forme della comunicazione popolare (libri, teatro, cinema, lirica, danza); e i gas nervini della multa e della querela contro la rete.

Editoria-Tremonti match infinito di Raffaella Cascioli. Europa, 29 dicembre 2010

L'impressione è che, replicando uno schema fin troppo usuale, il ministro del tutto insensibile a battaglie sull'importanza dell'informazione punti a bocciare e a blindare in commissione bilancio ogni possibile modifica accettando eventuali mediazioni solo in aula.

“Conseguenze letali per le voci critiche” di Castalda Musacchio. Liberazione, 29 dicembre 2010

Per Roberto Natale, presidente della Fnsi, il primo effetto del Milleproroghe è che le banche non daranno più gli anticipi che, grazie alla legge di stabilità, s'erano potuti negoziare.

Editoria, arriva la scure di Tremonti. Tagli confermati. Stampa soffocata di Castalda Musacchio. Liberazione, 29 dicembre 2010

Fnsi e Fieg: “Questo è un disastro. Si tratta di un fatto gravissimo e inspiegabile. Non si può giocare in questo modo sulla testa di migliaia di lavoratori in un settore così delicato per la democrazia del Paese”. E con un tratto di penna si metteranno a tacere anche le radio libere.

Il governo taglia 50 milioni ai giornali di partito di Gian Maria De Francesco. Il Giornale, 29 dicembre 2010

Con il decreto mille proroghe Tremonti cala la scure sui finanziamenti pubblici all'editoria: dasi 190 milioni previsti si scende a 140. Protestano i quotidiani della sinistra, ma anche Cicchitto e

Gasparri chiedono chiarimenti al ministro.

Chi dissente paga: sull'editoria la vendetta del mille proroghe di Vincenzo Vita. L'Unità, 29 dicembre 2010

I tagli alle risorse per le attività lontane dai grandi gruppi, quelle di quotidiani politici ed emittenti locali. La manovra grottesca: la finanziaria aggiungeva 100 milioni al fondo. Il decreto ne amputa la metà. Cento le testate che sarebbero colpite dalla nuova sforbiciata, in gioco il lavoro, o la prospettiva di perderlo, per circa quattromila persone impiegate nel settore.

Editoria, la Fnsi: “Nel mille proroghe scippati 50 milioni”. Il Mattino, 30 dicembre 2010

Milleproroghe: fondi al 5xmille tagli all'editoria. La Repubblica, 30 dicembre 2010

Chi ci rimette e chi ci guadagna di r.t. Il Manifesto, 30 dicembre 2010

La misura più reclamizzata è quella che prevede altri 300 milioni a favore del cinque per mille. Lo stanziamento scatena, però, una guerra tra poveri. Parte dei soldi, infatti, saranno reperiti alleggerendo il fondo sociale contenuto nella legge di stabilità e in parte scippati all'editoria, alle emittenti tv e radio.

Milleproroghe: stangata su editoria e cultura e Tremonti chiede rigore di Bianca Di Giovanni. L'Unità, 30 dicembre 2010

Giornali chiusi per decreto e Tremonti vuole più tagli di m.ba. Il Manifesto, 30 dicembre 2010

Giorgio Napolitano ha promulgato il “mille proroghe” che cancella i fondi all’editoria stanziati in finanziaria. Un tagli preventivo e mortale, con cui Tremonti dimezza gli stanziamenti per l’informazione ancora prima che entri in vigore la legge di stabilità (il 1 gennaio).

Scippo all’editoria: sarà ancora battaglia di Gabriella Monteleone. Europa, 30 dicembre 2010

Non si era mai visto che una legge – paradossalmente chiamata di stabilità – venisse cambiata il giorno dopo la sua pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale, con il decreto Mille proroghe, per decurtare di 50 milioni di euro i contributi diretti all’editoria e di 45 milioni all’emittenza locale.

Editoria e cultura non può finire così di Roberto Natale. L’Unità, 30 dicembre 2010

La partita si gioca in società non meno che in Parlamento: dove il mille proroghe dovrà essere discusso e votato, entro i prossimi due mesi.

Editoria e tv locali: “Pronti alla lotta” di Castalda Musacchio. Liberazione, 30 dicembre 2010

“Così rispondiamo ai giornali online” di SB. Il Giornale, 30 dicembre 2010

Armando Abbiati, presidente dello Snag, il più grande sindacato degli edicolanti, fa il punto sui nuovi scenari dell’informazione e chiede agli editori maggiore attenzione e trasparenza.

Altolà di editoria e cultura: basta tagli, i fondi ci sono di Bianca Di Giovanni. L’Unità, 31 dicembre 2010

Il blitz sull’editoria è uno schiaffo al Parlamento e un attacco al pluralismo.

Editoria, 2011 caldo di Marco A. Capisani. Italia Oggi, 31 dicembre 2010

Bonaiuti convoca le parti sul taglio ai fondi per 50 milioni.

L’informazione è bene pubblico: subito il ripristino dei fondi di g.mont. Europa, 31 dicembre 2010

Pronta la modifica bipartisan al decreto che ha scippato 50 milioni.

Tagli ai contributi, cresce la protesta. Avvenire, 31 dicembre 2010

Le iniziative contro la sforbiciata di 50 milioni nel “mille proroghe”. Bonaiuti: via a nuovi incontri.

Cento giornali a rischi per la “rapina” di Tremonti di Frida Nacinovich. Liberazione, 31 dicembre 2010

“Sono 92 le testate interessate, circa quattromila i posti di lavoro a rischio”, spiega in conferenza stampa il segretario della Federazione della stampa. Franco Siddi.

Editoria, Tremonti dimezza i fondi: 4mila posti a rischio di Luca De Carolis. Il Fatto Quotidiano, 31 dicembre 2010

Tremonti doppia truffa: né 5xmille né giornali di M.Ba. Il Manifesto, 31 dicembre 2010

Per i media cambia il vento. Chi alza muri e chi costruisce mulini di Filippo Sensi. Europa, 31 dicembre 2010

La lezione di Wikileaks. Se il 2010 si è chiuso simbolicamente nel segno di Julian Assange, chissà che l'anno che viene non produca una riflessione collettiva sulla necessità di gatekeeper che funzionino meglio. Non a difesa dell'ineffabile, ma a custodia dei diritti di chi, invece, pretende che tutto continui ad essere disponibile a tutti. Con un criterio, però, e magari anche pagando un piccolo fee d'ingresso.

La Libreria sarà un social network di Massimo Gaggi. Corriere della Sera, 31 dicembre 2010

Mentre si profila il fallimento della catena Borders, gli Usa sperimentano nuove soluzioni. L'ebook costringe a ripensare le strategie commerciali. Per sopravvivere. In futuro potrebbe esserci ancora qualche spazio per piccoli punti vendita specializzati, mentre tra le grandi librerie sopravvivranno solo quelle capaci di diventare centri di incontro e aggregazione del popolo dei lettori: luoghi dove comprare un libro, fisico o digitale, ma anche dibattere con un autore, mangiare, organizzare un camp di lettura estiva per i ragazzi o un concorso di poesia, seguire un corso di scrittura creativa. La libreria che si fa social network affascina.