



FEDERAZIONE ITALIANA  
EDITORI GIORNALI

## PRESS CONFERENCE

### *CARTA, EDITORIA STAMPA E TRASFORMAZIONE. Quali effetti dalla crisi?*

ROMA, FIEG – 26 GENNAIO 2010

---

#### ELEMENTI DELL'INTERVENTO DEL PRESIDENTE DELLA FIEG, CARLO MALINCONICO

##### LA CRISI E I SUOI EFFETTI

La stagione che stanno vivendo l'editoria giornalistica e i settori ad essa collegati nell'ambito della Filiera Carta, Editoria, Stampa e Trasformazione è una delle più difficili nella loro lunga storia. I segnali di squilibrio che sono emersi nell'ultimo biennio sono molto preoccupanti e, all'avvio dell'anno in corso, si ripropongono con intensità in presenza di una **domanda interna che non sembra riprendersi con la robustezza che sarebbe necessaria.**

La **sensibile riduzione dei ricavi pubblicitari**, che a fine 2009 si è attestata intorno al **22%** (-17% i quotidiani e -29% i periodici), e la **contrazione delle vendite**, più contenuta in termini relativi ma pesante in termini assoluti (-6% i quotidiani e -8% i periodici) hanno costretto le imprese a far ricorso a importanti e significative manovre di riduzione e di razionalizzazione dei costi per evitare una vera e propria *déba*le gestionale. E' stato, quindi, soltanto grazie all'effetto "leva operativa" attivato dagli interventi sui centri di costo che è stato possibile ovviare parzialmente ai guasti provocati dalla forte riduzione del giro di affari.

La grave situazione di incertezza coinvolge tutte le componenti della Filiera il cui **fatturato** ha subito nel 2009 rispetto all'anno precedente una contrazione del -14,2%, con riflessi più limitati sul piano dell'**occupazione** (-2,4%), a dimostrazione del senso di responsabilità delle imprese. E si tratta di un atteggiamento che va incoraggiato, anche perché, quando la crisi attenuerà la sua morsa, si dovrà essere pronti ad agganciare la ripresa con strumenti qualitativamente validi.

Viene da chiedersi quanto e fino a quando una situazione così recessiva potrà essere sopportata nel mondo della produzione. Il dato certo è che se non si interverrà con misure efficaci di politica industriali, i fattori di sofferenza aumenteranno con **conseguenze pesanti sul fronte dell'occupazione e della sottoccupazione.** Due

fenomeni dalle incidenze generali seriamente negative perché, per effetto di essi, sono ridotte le risorse a disposizione dei lavoratori per alimentare la domanda interna che, attualmente, è il macroaggregato più debole nel panorama economico.

Per l'editoria giornalistica una evoluzione insoddisfacente dei consumi interni rappresenta un ulteriore fattore di preoccupazione in ragione della **marginalità dei consumi di carta stampata nei budget di spesa delle famiglie** a fronte dell'importanza sociale e istituzionale dell'informazione. Se il pluralismo, da tutti invocato e declinato come strumento al servizio della costruzione di una democrazia compiuta, deve tradursi in prassi e non in una enunciazione di mero principio, occorre una azione che restituisca vigore economico e prospettive alla stampa, in tutte le sue articolazioni operative.

#### COME USCIRNE: I RIMEDI STRUTTURALI

Nello scenario che si profila non è possibile che la crisi passi da sola, ma bisogna **muoversi con urgenza per delineare un disegno politico coerente di intervento** che restituisca ossigeno e slancio alle imprese della Filiera. Dobbiamo interagire tutti a questo fine comune: i protagonisti economici e le istituzioni.

Per quanto riguarda in particolare la stampa, devo purtroppo constatare che i vari progetti di riforma che si sono succeduti negli ultimi anni sono rimasti nel limbo delle buone intenzioni e le imprese si muovono ancora nelle maglie di norme che risalgono al oltre trenta anni fa, vale a dire quando le tecnologie digitali erano pressoché sconosciute e internet muoveva i primi passi in ambito militare e universitario.

L'azione riformatrice, per quanto riguarda più direttamente l'editoria, deve accompagnare lo sforzo che questa sta facendo per assicurare risorse alle aziende che realizzano il prodotto editoriale. Occorre introdurre misure di riequilibrio tra chi produce e chi sfrutta il contenuto editoriale per incrementare i propri guadagni sul versante della pubblicità e della connessione a internet, prevedendo **misure compensative** a favore dell'editoria.

Quanto alla **pubblicità**, occorre garantire la massima **trasparenza** al settore e applicare con rigore le norme che regolano la pubblicità sulle reti televisive, per evitare che queste drenino le risorse prima destinate all'editoria; è necessario, inoltre, procedere con prudenza all'ampliamento di forme di pubblicità subliminale come il product placement.

Occorre rivedere la **distribuzione**, con misure atte a incentivare un nuovo ruolo delle edicole e agevolare gli abbonamenti. La necessità dell'intervento per migliorare l'efficienza del sistema distributivo è stata di recente riaffermata dalla Autorità Antitrust nel segnalare a Governo e Parlamento, all'inizio di quest'anno, gli esiti dell'indagine sul settore dell'editoria quotidiana conclusa lo scorso settembre.

Collegato al sistema distributivo è anche il problema degli abbonamenti, un canale di vendita che in Italia è particolarmente depresso anche a causa di un sistema postale poco efficiente. L’Autorità Antitrust ha sottolineato come la disposizione che individua Poste Italiane quale unico soggetto che abilita all’ottenimento delle agevolazioni postali costituisca “un ostacolo allo sviluppo di una piena concorrenza tra imprese postali” e riduca “l’incentivo per Poste Italiane a migliorare la qualità del servizio”.

### **LE MISURE URGENTI**

L’emergenza del momento richiede soprattutto la consapevolezza che una crisi eccezionale richiede mezzi eccezionali.

**Incentivare gli investimenti.** Le associazioni della Filiera hanno a più riprese prospettato al Governo l’esigenza di interventi immediati, come la **parziale detassazione degli investimenti pubblicitari** per favorire l’afflusso di maggiori risorse ad un mercato pubblicitario che non riesce a decollare e che, come effetto indotto, avrebbe anche quello fondamentale della rivitalizzazione della domanda interna.

**Tutela la creazione del valore editoriale.** La tutela del valore dei contenuti editoriali passa attraverso la revisione della normativa sul **diritto d’autore**, limitandone l’utilizzazione selvaggia da parte di motori di ricerca e rassegne stampa; lo stimolo della domanda di prodotti editoriali passa attraverso la **promozione della lettura nelle scuole e nelle famiglie**.

**Contenere i costi.** Per alleviare il carico dei costi di produzione sulle imprese è stato anche proposto il ripristino del **credito di imposta sugli acquisti di carta**.

**Misure fiscali.** Alcune: la limitazione del carico fiscale sulle aziende “labour intensive” quali sono quelle editoriali, attraverso l’abbassamento delle aliquote Irap; l’assoggettamento ad aliquota Iva agevolata delle informazioni on line fornite dai giornali, parificandone il trattamento a quelle fornite su supporto cartaceo.

\*\*\*

**Conclusioni:** siamo consapevoli dei vincoli che gravano sul bilancio dello Stato, a causa di un deficit dalle dimensioni abnormi. Ma siamo altrettanto consapevoli che respingere il ciclone recessivo è oggi un obiettivo da perseguire con la massima determinazione possibile e impegnando tutti i livelli di responsabilità. E che la Filiera, con i suoi valori, i suoi contenuti professionali, l’elevato numero di uomini e donne impiegati, costituisce – come fatturato, come serietà e consistenza degli investimenti tangibili, come creatività – un volano che moltiplica le risorse private e pubbliche che vi sono investite.