



COMUNICATO STAMPA

RESTITUIRE SOSTENIBILITÀ ECONOMICA ALL'INDUSTRIA EDITORIALE ATTRAVERSO CAMBIAMENTI IMPORTANTI E RIDEFINIZIONE DELLE REGOLE. GLI ESITI DI EDILAND MEETING 2017

Roma, 22 settembre 2017 - "In un mercato dove l'informazione di valore rimane un punto di riferimento fondamentale e l'innovazione tecnologica continua senza sosta (l'ultima frontiera sono i droni), bisogna prendere atto che gli indicatori economici si sono stabilizzati, purtroppo, ad un livello più basso delle previsioni. Non si può più, quindi, parlare di una crisi del settore, ma di una situazione di riferimento con la quale confrontarsi ed alla quale adeguarsi". Nelle parole di **GIANNI PAOLUCCI**, Presidente ASIG, il senso dei due giorni di dibattito di Bologna del 19 e 20 settembre nell'ambito di Ediland Meeting 2017, la conferenza sull'industria editoriale e della stampa promossa da FIEG (Federazione Editori Italiana Giornali), ASIG (Associazione Stampatori Italiana Giornali) e Osservatorio Tecnico "Carlo Lombardi" per i quotidiani e le agenzie di informazione.

Sentito a margine dell'incontro da Il Sole24Ore, il direttore generale FIEG **FABRIZIO CAROTTI** ha sottolineato come "la profonda crisi che attraversa l'editoria imponga cambiamenti importanti, nella struttura delle aziende e nelle regole del settore che devono tener conto dei diversi livelli economici raggiunti. I cambiamenti devono riguardare tutti gli ambiti, nessuno escluso. Con la legge sull'editoria - richiesta dalla Fieg, promossa dal Governo e approvata dal Parlamento lo scorso anno - si sono fatti significativi passi in avanti per garantire il necessario processo di trasformazione ed evoluzione del settore grazie ad alcune misure di fondamentale importanza: dalla modernizzazione e liberalizzazione del sistema distributivo, per favorire una maggiore capillarità e presenza di quotidiani e periodici sul territorio, allo sblocco dei prepensionamenti e all'attuazione delle misure utili per un effettivo passaggio generazionale nelle imprese editrici. Nelle prossime settimane è atteso un ulteriore passo in avanti con il varo del decreto attuativo del credito d'imposta sulla pubblicità incrementale, misura necessaria per una ripresa degli investimenti nel settore".

I 160 partecipanti al convegno si sono confrontati su tutti i temi rilevanti per il settore, dalla diffusione alla pubblicità, dai prodotti digitali al rapporto con i giganti del web, sino a quelli legati alla produzione ed alla logistica. Il filo rosso è stata la ricerca di nuovi equilibri e modelli di business sostenibili per un settore che in pochissimi anni ha visto sconvolti i propri parametri di riferimento. I dati riassunti nel "Rapporto 2017 sull'industria italiana dei quotidiani", la pubblicazione edita da Asig e dall'Osservatorio tecnico "Carlo Lombardi", raccontano di un'industria che ha perso negli ultimi dieci anni il 50% delle copie vendute e oltre il 60% del fatturato pubblicitario, ma che mantiene dimensioni più che rispettabili: ogni giorno escono dalle rotative dei circa 60 stabilimenti di stampa del paese quasi quattro milioni di copie di quotidiani, che alimentano un sistema distributivo di 28.000 punti vendita che generano a loro volta, tenendo conto anche dei periodici, oltre due miliardi di atti di acquisto ogni anno.

“Non è un problema di crisi, ma di cambiamento irreversibile e strutturale dell'industria. È necessario cambiare i modelli di business, immaginando il circuito dell'informazione di qualità come un triangolo le cui tre punte sono il buon giornalismo, la tecnologia, il marketing”. Così **GIUSEPPE CERBONE**, amministratore delegato di Ansa. Accanto ad essi, come in qualunque settore industriale, è necessaria la voglia di rischiare e di innovare soprattutto per intercettare i gusti e gli interessi degli under-45 che tendono a trascurare la carta stampata a vantaggio di altri strumenti di informazione.

Nel convegno sono state analizzate le diverse sfaccettature di un unico problema: la sostenibilità economica di un comparto investito da un cambiamento tecnologico e di abitudini di consumo che non ha precedenti. Il panel dedicato alla pubblicità, moderato da **MASSIMO MARTELLINI**, presidente della Federazione delle Concessionarie di pubblicità, ha provato a delineare una possibile strategia di supporto e di sinergia tra il mezzo tradizionale – la carta – e i prodotti digitali. Alle opportunità ed ai rischi del digitale – ed al difficile rapporto delle aziende editoriali con i giganti del web come Google e Facebook – era dedicata la seconda tavola rotonda, moderata da **MARCO PRATELLES**, direttore AGI, alla quale hanno partecipato Claudio Giua del gruppo GEDI, Massimo Colombo del Sole 24Ore e i manager delle più importanti aziende che forniscono prodotti e servizi per il trattamento digitale delle informazioni.

Un terzo panel, dedicato all'ottimizzazione dei sistemi di produzione, ha illustrato le novità tecniche e di processo nell'area della produzione industriale dei quotidiani.

La grande trasformazione in corso richiede anche regole certe ed uguali per tutti, per garantire pluralismo e competizione in un settore così delicato e per accompagnare i processi di innovazione digitale che hanno causato e continueranno a causare una perdita di posti di lavoro nelle aree di produzione tradizionali. In questo senso, il ruolo delle parti sociali è decisivo. **FRANCESCO CIPRIANI**, Responsabile dell'Area Lavoro e Welfare di FIEG, dopo aver illustrato le novità e alcuni degli effetti pratici della nuova legge dell'editoria e dei successivi decreti attuativi, ha sottolineato come la riforma degli ammortizzatori sociali di settore dimostri che gli strumenti a disposizione per gestire gli stati di crisi diventano sempre meno favorevoli. Questo impone al settore dell'editoria di trovare al proprio interno gli strumenti per rendere più competitive le aziende, e da questo punto di vista il Contratto Nazionale di Lavoro Poligrafico è lo strumento principale di autoregolamentazione. È indispensabile pertanto – ha concluso Cipriani – che si arrivi in tempi brevi alla conclusione delle trattative per il suo rinnovo.

Le conclusioni ad **ALBERTO DI GIOVANNI**, presidente dell'Osservatorio, per il quale qualunque aiuto, incentivo, defiscalizzazione che il Governo possa mettere in campo non potrà eludere la verità di fondo: ci dovremo abituare a numeri sempre più piccoli, e sarà necessario ritardare in questo senso tutto il settore. Fusioni, acquisizioni, alleanze tra aziende dovranno proseguire ad un ritmo molto più intenso.

Gli sponsor di Ediland Meeting 2017

La realizzazione di Ediland Meeting 2017 si è avvalsa del contributo di molte fra le maggiori aziende fornitrici italiane ed internazionali di hardware, software e materiali di consumo per l'industria editoriale e della stampa, che hanno individuato nella conferenza un canale privilegiato per compiere operazioni di branding e per promuovere le soluzioni più avanzate disponibili sul mercato. Agfa, Atex, Bwebsystems/manroland, D-Share, EidosMedia, Exelis, Ferag, Fujifilm, Gmde, Kodak, SunChemical, Tecnavia, Willbit-Protecmedia, Wrh Marketing, sono le aziende che hanno deciso di investire sulla Conferenza internazionale di quest'anno, rinnovando la loro fiducia nell'intera industria editoriale e della stampa italiana.

#edilandmeeting2017