

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

**Achille Perego**  
MILANO

**COMUNI** ed **editori** insieme per salvaguardare la rete delle edicole e trasformarle in rete di servizi al cittadino. E' l'obiettivo con il quale ieri è stato sottoscritto un protocollo d'intesa tra l'Anci, l'Associazione nazionale dei comuni italiani guidata da Antonio Decaro e la Fieg (Federazione italiana editori giornali) presieduta da Maurizio Costa. «Quello firmato ieri - esordisce Costa - è un passo avanti importante che si colloca nel percorso di interlocuzione positiva tra gli editori e le istituzioni, un percorso iniziato oltre un anno fa con la convocazione del tavolo per l'editoria da parte del sottosegretario Luca Lotti. Un percorso che aveva alcuni pilastri tra i quali la creazione del fondo per il plurali-

# Intesa tra editori e Comuni «Edicole come rete di servizi»

## Costa (Fieg): nuovi prodotti e orari liberalizzati



**ACCORDO** Antonio Decaro (Anci) e Maurizio Costa (Fieg)



### Google volta pagina: news a pagamento in arrivo su richiesta

Google va incontro alle esigenze dei giornali che puntano a vendere abbonamenti alle notizie online. Concederà più flessibilità agli editori nello scegliere se e quanti articoli dare gratuitamente ai lettori prima di limitare l'accesso ai soli utenti paganti

da circa 38mila si sono ridotte di oltre il 25%. Per questo era importante far sì che questo anello potesse modernizzarsi e dotarsi di servizi aggiuntivi per consentirne la sostenibilità economica.

**Che cosa produrrà l'intesa firmata ieri?**

«Si avvia un percorso per riqualificare e ridefinire il ruolo e la funzio-

ne dei tradizionali punti vendita della stampa che non rinunciano alla loro vocazione originaria, ma se ne favorisce l'ammodernamento e la trasformazione in luoghi al servizio della comunità locale».

**Che cosa prevede il protocollo?**

«La sensibilizzazione delle amministrazioni comunali, partendo dai capoluoghi e seguendo l'esempio di Comuni che hanno già implementato queste iniziative come quello di Firenze, affinché diano agli edicolanti la possibilità di ampliare le categorie di beni e servizi offerti come il pagamento di ticket, l'acquisto di biglietti d'ingresso ai musei, spedizione e recapiti di corrispondenza. Ma anche iniziative volte a promuovere e assicurare la presenza capillare delle edicole nelle aree periferiche e l'individuazione di criteri volti alla liberalizzazione degli orari e dei periodi di chiusura con l'obiettivo di garantire la presenza di rivendite di giornali in ogni momento possibile. Inoltre è importante anche l'accento messo sulla riqualificazione dell'arredo urbano e il sostegno per politiche di ristrutturazione e sostituzione dei manufatti utilizzati dalle edicole».

**C'è anche un punto riguardante le locandine con i quali i giornali "strillano" le notizie?**

«Il protocollo prevede che i Comuni riducano sensibilmente i canoni delle edicole per le occupazioni permanenti e temporanee di suolo pubblico ed esonerino dall'imposta le locandine. In conclusione questo accordo si colloca appieno nella direzione di una riaffermazione della centralità di un'editoria qualificata al servizio dei cittadini».



### Le locandine dei giornali

### I sindaci ridurranno sensibilmente i canoni di occupazione del suolo

smo, allocando risorse per il settore dell'editoria, il rinnovamento delle redazioni attraverso un ricambio generazionale con prelievi e nuove assunzioni, l'implementazione delle nuove tecnologie e il provvedimento per il credito d'imposta sulla pubblicità incrementale, per cui si attende presto il decreto attuativo. Su questo c'è grande attesa da parte degli

investitori pubblicitari e degli editori. Tra i pilastri c'era anche la liberalizzazione delle edicole, passaggio fondamentale per ridare vigore alla rete distributiva».

**Rete che ha sofferto, come i giornali, della crisi della carta stampata?**

«Non c'è dubbio. Il settore dell'editoria negli ultimi dieci anni ha subito una crisi fortissima con la per-

dità di oltre il 50% dei ricavi. L'impatto della trasformazione digitale ha avuto un peso straordinario che ha riguardato il settore sul fronte della proprietà dei contenuti e su quello delle risorse pubblicitarie, con un ruolo pervasivo degli Over the Top. E ovviamente la crisi ha impattato pesantemente su tutta la filiera compreso l'ultimo miglio della distribuzione: le edicole, che

