

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

