



FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI GIORNALI

CAMERA DEI DEPUTATI

VII COMMISSIONE CULTURA, SCIENZA E ISTRUZIONE

Audizione

della

Federazione Italiana Editori Giornali

**nell'ambito dell'esame della proposta di legge C. 1990,
recante "Abolizione del finanziamento pubblico all'editoria"**

Roma – 8 ottobre 2014

UN SETTORE IN CRISI CHE PERÒ GUARDA AL FUTURO

- L'editoria giornalistica attraversa una doppia crisi: alla congiuntura economica negativa particolarmente severa (un lungo periodo di recessione, di crisi dei consumi, di riduzione del reddito) si aggiungono gli effetti della rivoluzione digitale con la moltiplicazione dei servizi e dei canali informativi e la comparsa di nuovi player.
- I numeri descrivono meglio delle parole la profondità della crisi. Negli ultimi 5 anni (2009/2013):

Fatturato

Quotidiani : - 25,3 % da 3,121 a 2,330 miliardi di euro

Periodici: -31,3 % da 3,422 a 2,351 miliardi di euro

Pubblicità

Sulla stampa: -37,0% da 2,793 a 1,759 miliardi di euro

Sui quotidiani: -34,4% da 1500 a 983 milioni di euro

Sui periodici: -40,0% da 1293 a 776 milioni di euro

Lettori

Di quotidiani: -14,6% da 24,108 a 20,593 milioni

Di periodici: -13,4% da 32,763 a 28,374 milioni

Copie vendute

Di quotidiani: -22,2% da 4,787 a 3,722 milioni di copie al giorno

Edicole

Hanno chiuso 14 edicole su 100 (da 35.000 a 30.000 edicole)

Distributori Locali

Da 150 a 116 imprese

- Profondità della crisi non significa però che il settore è in via di estinzione. La rappresentazione dell'editoria come settore obsoleto, vecchio e superato è una falsa rappresentazione. Nel mondo oltre 2,5 miliardi di persone leggono ogni giorno un quotidiano e continuano a farlo anche 20 milioni di italiani.

Con un assoluto predominio del giornale cartaceo: il 93% dei ricavi degli editori di tutto il mondo deriva dalla carta stampata e una incidenza percentuale analoga registrano i fatturati delle imprese editrici italiane.

- Di fronte a tanta sofferenza del settore editoriale, si registra qualche segnale positivo frutto della grande attenzione degli editori oltre che all'esistente anche al futuro e alle potenzialità del digitale. A luglio scorso per la prima volta i quotidiani italiani hanno superato la soglia del mezzo milione di copie digitali vendute ogni giorno (506 mila), con un incremento del 55% rispetto allo scorso anno (quando le copie digitali erano state poco più di 300mila (327mila)).
- Le cifre ci dicono, pertanto, che il settore attraversa una profonda evoluzione. L'editoria giornalistica vive una fase di profondi cambiamenti che investono non solo i modi della produzione ma anche gli stessi prodotti oltre che i canali distributivi. Non intende comunque abdicare al ruolo di protagonista attiva del processo di modernizzazione industriale e culturale del Paese. La sua funzione nel processo di sviluppo e di crescita della società civile è insostituibile.

L'EDITORIA GIORNALISTICA, SETTORE ASSISTITO: UNA RAPPRESENTAZIONE FALSA

- La rappresentazione dell'editoria giornalistica come settore assistito dallo Stato è falsa: i contributi alle imprese del settore riguardano un numero assolutamente ridotto di giornali (215 testate tra quotidiani e periodici su oltre 7000 testate). Tra le testate quotidiane certificate ADS – quelle cioè che si trovano normalmente nelle edicole – sono destinatarie di contributi diretti solo 10 testate su un totale di 63 testate: in termini di diffusione le testate "assistite" rappresentano meno dell'8% del totale della stampa quotidiana, 307 mila copie su circa 3,849 milioni. Inoltre, i contributi diretti erogati sono progressivamente – e in maniera assai consistente – calati: nel periodo 2009-2013 sono diminuiti del 54,7% (da circa 185 a 83,7 milioni di euro ed è stimato in meno di 50 milioni l'importo che verrà erogato quest'anno). In poche parole, gli "assistiti" sono pochi e i pochi "assistiti" sono via via meno "assistiti".

- I quotidiani e i periodici destinatari di contributi sono **ESCLUSIVAMENTE** le testate edite da cooperative giornalistiche, da imprese controllate da cooperative, fondazioni ed enti morali, gli organi di partiti e di movimenti politici, i giornali espressione delle minoranze linguistiche, i quotidiani italiani diffusi all'estero. Solo queste tipologie di imprese ha accesso ai contributi diretti. Il sostegno pubblico diretto non si configura come sostegno al complesso dell'editoria di informazione ma esclusivamente alla "editoria di finalità", ossia all'editoria che svolge un ruolo nella comunicazione politica, o nella informazione di talune minoranze linguistiche, o nella promozione della cultura italiana all'estero, o dell'informazione delle comunità italiane oltreoconfine.

IL SOSTEGNO PUBBLICO ALL'EDITORIA: UN FIUME CHE DIVENTA RUSCELLO

- Il bilancio di previsione della Presidenza del Consiglio dei ministri (GU 20 gennaio 2014) assegna nel 2014 per interventi di sostegno all'editoria 236,8 milioni di euro.¹

Si riportano le principali voci di spesa previste per il 2014 dal Bilancio della Presidenza del Consiglio alla missione "Informazione ed editoria"

contributi diretti a quotidiani e periodici (cooperative giornalistiche, organi di partito, giornali minor. linguistiche – ex legge 250/1990)	55,9 mln
rimborso a Poste Italiane per agev. postali editoria (ante 2010)	50,8 mln
Fondo straordinario per interventi di sostegno (cd. Fondo Legnini)	50,0 mln ²
Acquisti servizi agenzie di stampa per la PA	36,0 mln
Acquisti servizi agenzie di stampa da e per l'estero	7,7 mln
Servizi speciali RAI per minoranze linguistiche ed estero	21,0 mln
Contributi a radio e tv	5,0 mln
Comunicazione istituzionale	3,6 mln
Varie voci minori	6,8 mln
Totale	236,8¹ mln

¹ Il dato è ricavato dal Decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 20 dicembre 2013, recante "Approvazione del bilancio di previsione della Presidenza del Consiglio dei ministri per l'anno 2014 e per il triennio 2014-2016", pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 6 del 20 gennaio 2014. Trattandosi di un dato di previsione è soggetto a modifiche anche a seguito degli accantonamenti disposti da successivi interventi legislativi.

² L'importo originario è stato ridotto a 45,918 milioni di euro a seguito degli accantonamenti disposti dal dl n.95/2012 e n. 66/2014.

- La spesa è in gran parte destinata o al rimborso di vecchi debiti con Poste (oltre 50 milioni) per le agevolazioni postali cancellate dal marzo del 2010 o per l'acquisto di servizi (agenzie di stampa) o per convenzioni con la Rai (oltre 20 milioni). In realtà il sostegno dello Stato al settore si limita a 50 milioni (diventati poi poco più di 45) del Fondo straordinario (ristrutturazioni aziendali, ammortizzatori sociali, innovazioni, nuova occupazione, start up) e a 55 milioni dei contributi diretti, destinati ad un numero assai limitato di soggetti. L'importo complessivo – tra contributi diretti e sostegno indiretto – è di circa 100 milioni di euro, più o meno quanto lo Stato destina agli ippodromi per le corse dei cavalli!

- Nel 2013 le risorse disponibili per i contributi relativi all'anno precedente sono state pari a **83,774** milioni di euro. Risultano liquidati contributi per **65,813** milioni di euro a **215 testate** (le rimanenti risorse sono state cautelativamente accantonate per imprese la cui istruttoria non si è ancora conclusa o oggetto di provvedimenti sfavorevoli non ancora consolidati). Peraltro, per l'insufficienza delle risorse disponibili si è proceduto alla riduzione dei contributi mediante riparto proporzionale, con l'assegnazione del 72,7% di quanto richiesto.

- La quota maggiore (**61,845 milioni**), è stata destinata a **77 testate** quotidiane e periodiche (in media 803mila euro per testata). In particolare ne hanno beneficiato:
 - ✓ 15 imprese editrici di quotidiani controllate da cooperative, fondazioni ed enti morali per 23,3 milioni di euro (il 37,8% del totale)
 - ✓ 22 cooperative giornalistiche editrici di quotidiani per 18,0 milioni di euro (29,1%)
 - ✓ 5 organi di partiti e movimenti politici per 8,2 milioni di euro (13,4%)
 - ✓ 27 periodici di cooperative giornalistiche per 5,1 milioni di euro (8,4%)
 - ✓ 4 imprese di testate quotidiane delle minoranze linguistiche per 4,2 milioni di euro (6,4%)
 - ✓ 4 imprese di quotidiani italiani diffusi all'estero per 2,9 milioni di euro (4,8%)

- La rimanente parte dei contributi diretti, pari a **3,968 milioni** di euro (in media poco più di 28mila euro per testata), è stata destinata a **138** testate periodiche edite da imprese esercitate da cooperative, fondazioni o enti morali ovvero da società la cui maggioranza del capitale è detenuta da cooperative, fondazioni o enti morali, che non abbiano scopo di lucro (per la maggior parte testate diocesane).
- A partire dal 2011 (con riferimento ai contributi del 2010), per la progressiva riduzione delle risorse disponibili, si è applicata la norma che prevede che, in caso di insufficienza delle risorse stanziare, agli aventi titolo è concesso un contributo ridotto mediante riparto proporzionale.
- Inoltre, sono stati compiuti con successo interventi normativi volti a moralizzare e a rendere trasparente il sostegno all'editoria cooperativa e politica (per ultimo il dl 63/2012) operando sia sul fronte dei **requisiti di accesso** ai contributi che sui **criteri di calcolo** dei contributi con connessa limitazione dei costi ammissibili (certificazione dei dati relativi a tiratura, distribuzione e vendita numero minimo di dipendenti, rimborso dei soli costi del lavoro dipendente, della carta, della stampa, degli abbonamenti agenzie di stampa e della distribuzione).

LE PROPOSTE DELLA FIEG

Gli editori rappresentati dalla Fieg esprimono soddisfazione per gli interventi di moralizzazione e trasparenza operati negli ultimi anni e rifiutano al contempo aiuti a pioggia e distribuzione indiscriminate di risorse. Chiedono, invece, interventi ben definiti nell'oggetto e nei tempi, per aiutare le imprese a superare l'emergenza congiunturale e per sostenere la trasformazione derivante dalla rivoluzione digitale: dagli aiuti ai soggetti occorre passare agli aiuti ai progetti!

- *Finanziare la spesa per il sostegno diretto alle attività editoriali di taluni soggetti (partiti e movimenti politici, cooperative, minoranze linguistiche, promozione della cultura italiana all'estero) nell'ambito delle rispettive normative di riferimento, separandola dal sostegno all'editoria, imperniato sul fondo straordinario per l'editoria, operante con strumenti di contribuzione indiretta alle imprese.*

In particolare, si propone:

- 1) per i giornali organi di partiti politici, l'allocazione delle provvidenze nell'ambito del sistema di finanziamento pubblico dei partiti. Si tratta infatti di risorse che impropriamente sono inserite nel settore dell'editoria in quanto destinate a sostenere l'informazione – a stampa ma anche telematica e radiofonica – dei partiti e dei movimenti politici;
- 2) per i quotidiani delle minoranze linguistiche, l'allocazione delle provvidenze nell'ambito della normativa di tutela delle minoranze linguistiche. Anche in questo caso, l'attuale collocazione delle risorse è impropria, in quanto si tratta di forme di sostegno volte a tutelare le minoranze linguistiche presenti in zone limitate dello Stato italiano;
- 3) per i giornali italiani diffusi all'estero, l'allocazione delle risorse ad essi destinate nell'ambito delle forme di promozione della cultura italiana all'estero;
- 4) per le cooperative, l'allocazione delle risorse ad esse destinate nell'ambito delle forme di promozione della cooperazione.

In ogni caso, le risorse per tale editoria di finalità devono essere certe così che le imprese destinatarie siano in grado di programmare la loro attività.

- *Incrementare le risorse del “Fondo straordinario per gli interventi di sostegno all'editoria”, istituito dalla legge di stabilità 2014 (art. 1, comma 261, legge n. 147/2013).*

Il Fondo con una dotazione di 50 milioni di euro per l'anno 2014 (ridotti successivamente a poco più di 45 milioni), 40 milioni di euro per l'anno 2015 e 30 milioni di euro per l'anno 2016, è destinato ad incentivare, in conformità con il regolamento (CE) n. 1998/2006 della Commissione del 15 dicembre 2006 relativo agli aiuti di importanza minore (“de minimis”):

- a) gli investimenti delle imprese editoriali, anche di nuova costituzione, orientati all'innovazione tecnologica e digitale e

all'ingresso di giovani professionisti qualificati nel campo dei nuovi media;

b) a sostenere le ristrutturazioni aziendali e gli ammortizzatori sociali.

Le risorse del Fondo sono ripartite tra:

- incentivi agli investimenti in innovazione tecnologica e digitale;
- misure di promozione dell'occupazione giornalistica;
- misure in materia di ristrutturazioni aziendali (vedi il dl 90/2014);
- sostegno agli ammortizzatori sociali.

➤ *Favorire la modernizzazione della filiera della distribuzione e vendita dei giornali*

Una filiera distributiva moderna ed opportunamente informatizzata è indispensabile per mettere a disposizione delle aziende editoriali informazioni attendibili concernenti modalità, tempi e luogo d'acquisto dei prodotti editoriali da parte dei lettori.

Occorre garantire che l'intervento pubblico volto alla modernizzazione della rete di vendita della stampa sostenga il progetto editoriale di informatizzazione della filiera.

Si propone, inoltre, una modifica della disciplina normativa delle rivendite che consenta al titolare di autorizzazione per un punto vendita esclusivo di giornali, nell'ambito dell'area di localizzazione dell'edicola stessa, la vendita tramite pubblici esercizi o esercizi commerciali da lui incaricati per garantire alla domanda una scelta più ampia anche in termini di orari.

➤ *Maggiore tutela dei contenuti editoriali su Internet*

Rafforzare l'effettività della tutela del diritto d'autore in Internet rispetto ai fenomeni di sfruttamento parassitario dei contenuti significa rafforzare le imprese, la loro economicità, la loro capacità di continuare a sviluppare e sperimentare nuove forme di comunicazione multimediale.

Nuovi orientamenti emergono a livello internazionale: la Commissione europea ha avviato la riforma delle *copyright collecting societies* e, al fine di tutelare più efficacemente il diritto d'autore nell'era multimediale, sta studiando nuovi modelli di licenza per l'uso dei contenuti editoriali; con analoghi obiettivi, in Germania, e più di recente in Spagna, è stata approvata una legge che consentirà agli editori tedeschi e spagnoli di far valere i propri diritti di utilizzazione economica nei confronti dei soggetti (i.e. motori di ricerca ed aggregatori di notizie) che, via Internet, riproducono e diffondono prodotti editoriali protetti.

Assistiamo all'affermarsi in Europa di una rinnovata sensibilità per la tutela della proprietà intellettuale; sensibilità che gli editori italiani auspicano possa "contagiare" anche il legislatore nazionale, da lungo tempo inerte.

La Fieg ritiene inadeguata la normativa del diritto d'autore che risente di un certo anacronismo rispetto alle caratteristiche tecnologiche ed economiche di Internet. Ritiene necessaria l'estensione dell'esercizio dei diritti di utilizzazione economica nei confronti dei soggetti che riproducono e diffondono online contenuti editoriali protetti.