

LA RETE DI VENDITA E DISTRIBUZIONE DELLA STAMPA: UNA PRIORITÀ NAZIONALE PER IL PLURALISMO INFORMATIVO

**Incontro con il Sottosegretario di Stato con delega all'Editoria,
Sen. Alberto Barachini**

Roma, 21 luglio 2026

Premessa

La rete di vendita e distribuzione della stampa costituisce un'infrastruttura essenziale per garantire l'effettività del diritto dei cittadini ad accedere a un'informazione professionale, libera e pluralista.

La progressiva chiusura delle edicole, la crescente difficoltà economica dei distributori locali, l'aumento dei costi logistici e la riduzione dei volumi di vendita stanno determinando una rapida desertificazione della rete, con effetti particolarmente gravi nelle aree interne, nei piccoli comuni e nei territori periferici.

La desertificazione, tuttavia, riguarda non solo le aree interne ma anche i centri urbani più grandi: vi sono interi quartieri, frazioni o circoscrizioni privi di punti vendita. L'edicola è per definizione un servizio di prossimità e l'acquisto dei giornali è fortemente condizionato dalle abitudini di acquisto e dalla vicinanza del punto vendita al lettore. Bisogna quindi cercare di garantire la capillarità anche all'interno dei tessuti urbani di rilevante entità.

La salvaguardia della rete distributiva e di vendita della stampa non rappresenta esclusivamente un'esigenza del settore editoriale, ma un obiettivo di interesse generale, strettamente connesso alla tutela del pluralismo informativo, alla coesione territoriale e alla qualità della democrazia.

Alla luce di tale scenario, riteniamo necessario avviare, d'intesa con il Governo e con il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria, una strategia organica di sostegno e modernizzazione della rete di distribuzione e vendita della stampa.

Le priorità di intervento

1. Rendere strutturali le misure di sostegno alle edicole e ai distributori locali

I contributi riconosciuti negli ultimi anni dal Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria alle edicole e ai distributori locali hanno rappresentato un intervento essenziale per preservare la continuità del servizio.

La natura temporanea di tali misure non consente tuttavia agli operatori di programmare investimenti e strategie di medio-lungo periodo.

Proponiamo pertanto che tali interventi divengano **strutturali e permanenti**, riconoscendo stabilmente la funzione di interesse generale svolta dalla rete di vendita e distribuzione della stampa.

2. Rinnovo e rafforzamento delle misure di sostegno alle edicole

Nelle more della definizione di interventi strutturali e permanenti a sostegno della rete di vendita della stampa, appare necessario assicurare la continuità delle misure di supporto che

hanno dimostrato concreta efficacia nel contrastare il processo di riduzione dei punti vendita e nel garantire la presenza capillare delle edicole sul territorio nazionale.

I risultati conseguiti confermano l'importanza di tali strumenti, che hanno contribuito alla sostenibilità economica delle imprese, a conservare la capillarità della rete di vendita e i relativi livelli occupazionali e a preservare un presidio fondamentale per il pluralismo dell'informazione.

Per tali ragioni, si chiede il rinnovo delle misure di sostegno dello scorso anno e si propone di apportare, sulla base dell'esperienza maturata nella loro applicazione, alcuni interventi di miglioramento finalizzati ad accrescerne l'efficacia e l'equità.

In particolare, si propone di:

- riallocare le risorse tra punti vendita esclusivi e non esclusivi sulla base dell'esperienza applicativa del 2025 e dell'effettivo utilizzo dei fondi, al fine di ottimizzare l'impiego delle risorse disponibili;
- prevedere la non imponibilità del contributo ai fini dell'IRPEF, così da garantire la piena efficacia economica della misura;
- elevare a 5.000 euro l'importo massimo del bonus spettante a ciascuna edicola, fermo restando il criterio del riparto proporzionale delle risorse disponibili, portando la percentuale di ammissibilità dal 60% al 100% e ampliando contestualmente le spese ammissibili, includendovi, tra l'altro, i costi assicurativi, gli oneri previdenziali, le spese per la gestione della contabilità e gli altri costi di gestione dell'attività, così da assicurare un sostegno più significativo, in particolare ai chioschi che, in ragione della tipologia di spese ammesse e delle limitazioni percentuali, percepiscono contributi di importo più contenuto;
- introdurre una specifica premialità a favore delle imprese che hanno aperto o rilevato un'edicola nel corso degli anni 2024 e 2025, al fine di valorizzare gli investimenti effettuati e favorire il ricambio imprenditoriale;
- prevedere un contributo forfettario pari a 5.000 euro a favore di coloro che aprano o rilevino un'attività di rivendita di giornali e periodici a decorrere dal 1° gennaio 2026, quale incentivo alla nascita di nuove iniziative imprenditoriali e al rafforzamento della rete territoriale;
- promuovere il ripristino dei servizi per il rilascio dei certificati anagrafici e degli altri servizi amministrativi presso le edicole, nel rispetto della normativa privacy, valorizzandone il ruolo di presidio di prossimità e ampliandone le opportunità di sviluppo economico e di servizio ai cittadini.

3. Sostenere la modernizzazione della rete di vendita e di distribuzione della stampa

La digitalizzazione è un processo strategico e un passaggio indispensabile per modernizzare l'intera filiera della stampa, rafforzandone competitività, efficienza, tracciabilità e redditività. È inoltre la condizione necessaria per sviluppare servizi a valore aggiunto e attività di marketing strutturato, capaci di generare benefici economici per tutti gli attori coinvolti.

Al fine di ottimizzare i processi diffusionali è necessario creare un flusso dati efficiente e diretto tra punto vendita ed editore. La sostenibilità economica delle edicole passa anche attraverso la loro evoluzione in punti di servizio multifunzionali.

Le misure di sostegno dovrebbero incentivare investimenti destinati a:

- digitalizzazione dei punti vendita;
- innovazione tecnologica e organizzativa;
- ampliamento dei servizi di prossimità.

Particolare attenzione dovrebbe essere riservata alla promozione di servizi di prossimità al cittadino (quali ad esempio il rilascio di certificati anagrafici, il pagamento delle utenze, la **consegna a domicilio di quotidiani e periodici**, etc.).

La modernizzazione della rete di vendita può rappresentare uno strumento per accrescere l'efficienza della filiera, massimizzando le vendite e riducendo le rese e per garantire continuità del servizio, ampliare l'accessibilità all'informazione e valorizzare il ruolo delle edicole come presidio territoriale.

4. Riconoscere la vendita e la distribuzione della stampa come servizio di interesse generale

La distribuzione fisica e la vendita delle pubblicazioni rappresentano il presupposto indispensabile affinché il diritto all'informazione possa essere esercitato su tutto il territorio nazionale.

Riteniamo necessario riconoscere formalmente tale attività quale servizio di interesse generale, prevedendo strumenti permanenti di sostegno.

5. Un piano nazionale e un tavolo permanente per la rete di distribuzione e vendita della stampa

La situazione della rete distributiva richiede una strategia nazionale coordinata che coinvolga Governo, Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria, editori, distributori e rete di vendita.

Proponiamo l'avvio di un tavolo permanente finalizzato alla definizione di un Piano nazionale per la rete della stampa, volto a:

- arrestare il processo di desertificazione delle edicole;
- garantire un accesso capillare all'informazione su tutto il territorio nazionale;
- accompagnare la modernizzazione della rete;
- assicurare condizioni di sostenibilità economica agli operatori.

Conclusioni

La tutela del pluralismo informativo non riguarda esclusivamente la produzione dei contenuti editoriali, ma richiede anche una rete efficiente, moderna ed economicamente sostenibile capace di renderli concretamente accessibili ai cittadini.

Per tale ragione chiediamo al Governo di promuovere una politica strutturale di sostegno alla rete di vendita e distribuzione della stampa fondata su quattro direttrici:

1. stabilizzazione dei contributi alle edicole e ai distributori locali;
2. sostegno alla modernizzazione della rete di vendita e di distribuzione della stampa;
3. riconoscimento della distribuzione e della vendita della stampa quale servizio di interesse generale;
4. definizione di un Piano nazionale per la rete di vendita e distribuzione della stampa.

Garantire la presenza capillare della stampa sul territorio significa investire nel pluralismo dell'informazione, nella partecipazione democratica e nella coesione sociale del Paese.