"UN PROGETTO DI SISTEMA per l'intera filiera distributiva e di vendita"

Intervista al Prof. Alessandro Brignone, Direttore della Federazione Italiana Editori Giornali

a cura di Gianfranco Silenzi

Tutta la filiera editoriale sta vivendo una crisi profonda. Nel contempo imprese editrici, stampatrici, edicole e agenzie di distribuzione devono affrontare la sfida del cambiamento epocale dovuto al rapido diffondersi di nuove tecnologie, all'evoluzione e integrazione dei media. Secondo lei, quale ruolo avrà l'edicola in questa fase di profonde mutazioni?

L'edicola è, e resterà ancora per lungo tempo, essenziale per la vendita dei giornali. Gli editori lo pensano in modo convinto. Ma è necessario che chi vende i giornali compia uno sforzo di buona volontà e di iniziativa per assicurare a sé e alla propria piccola impresa un futuro sicuro e un ruolo ancora centrale. Questo risultato lo si ottiene migliorando i manufatti, ossia le edicole stesse, che devono avere spazi espositivi ampi e ben organizzati, e informatizzando la rivendita. Se per il primo aspetto, oltre all'investimento, è anche necessario il consenso delle amministrazioni comunali, che devono acconsentire alle richieste di ampliamento delle superfici da concedere alle rivendite, per il secondo profilo, l'informatizzazione, la collaborazione con gli editori e i distributori locali di giornali è essenziale. Nei prossimi mesi, la FIEG conta di rilanciare il progetto Inforiv e di trovare alleanze e investitori che possano consentire il salto di qualità nell'ammodernamento della rete di vendita atteso da tanti anni.

Ammodernamento e informatizzazione sembrano essere diventate il polo dal quale far ripartire il sistema dell'informazione a mezzo stampa. Se così è, come giudica la carenza di prodotto alla quale sono sottoposti gli edicolanti italiani, costretti troppo spesso a non poter far fronte alle richieste dei propri clienti?

È un difetto del sistema. Alcuni editori che han fatto mancare il prodotto alla rete di vendita lo hanno pubblicamente ammesso. Le esigenze di risparmio e di razionalizzazione non sono state assistite da una capillare conoscenza dei flussi di vendita. Ma, ripeto, se la rete di vendita potesse godere di un livello di informatizzazio-

La foto di Alessandro Brignone è di Danilo Schiavella, Fototecnico ANSA

ne più elevato, il fenomeno dei cd. "esauriti", come anche quello delle "rese", assumerebbe dimensioni fisiologiche e quindi accettabili.

> **"Le anticipazioni finanziarie cui sono costretti i rivenditori di giornali, per prodotti che non hanno sbocco reale sul mercato, sono intollerabili".**

Contrazione delle vendite, carenza di prodotto, condizioni economiche non più sufficienti a mantenere in piedi un sistema che da sempre ha garantito la sopravvivenza di tutta la filiera stanno provocando la chiusura di molte edicole su tutto il territorio nazionale e in particolare nelle grandi città. Secondo lei, la Fieg, nel suo complesso, come intende mettere mano ad interventi che possano modificare questa tendenza?

La risposta emerge in parte da quanto ho già detto. La FIEG ritiene che sia necessario un progetto di sistema, ambizioso ma realizzabile, che riguardi l'intera filiera distributiva e di vendita. Gli elementi essenziali di questo progetto sono, ancora una volta, costituiti dalla informatizzazione dell'intero processo distributivo, che consentirà di ottenere efficienze e risparmi giganteschi in termini di abbattimento delle rese, in particolare di quelle dei periodici, dalla valorizzazione dei punti vendita, con interventi sui manufatti e ampliamento degli spazi espositivi ma anche dalla razionalizzazione e semplificazione dei rapporti di natura commerciale. Le anticipazioni finanziarie cui sono costretti i rivenditori di giornali, per prodotti che non hanno sbocco reale sul mercato, sono intollerabili.

Roma. La sede FIEG

La parità di trattamento è sempre stata una prerogativa garantita dalla rete di vendita. Ma il crescente numero di testate, che spesso di editoriale hanno solo la registrazione, stanno intasando i punti vendita con gravi conseguenze finanziarie per le anticipazioni alle quali sono sottoposti gli edicolanti. Un fatto grave che ne provoca un altro altrettanto grave: quello delle rese. Quale potrebbe essere il modo per risolverli?

Il fenomeno delle rese ha due matrici. Da un lato, esso dipende dalle inefficienze di cui ho detto poco fa. Non conoscendo esattamente dove e quando i propri prodotti editoriali vengono acquistati, molti editori, non tutti ma neppure pochi, sono costretti a tirare e distribuire una grande quantità di copie per intercettare i propri lettori. Dall'altro, il fenomeno dipende da un elemento di malcostume. Si tirano e si fanno circolare migliaia e migliaia di copie, nonostante i bassi livelli di vendite, in funzione degli investimenti pubblicitari. Ma gli investitori pubblicitari sono molto più attenti di qualche anno fa e incrociano i dati di tiratura e diffusione con quelli di lettura, cosicché simili artifici oggi non hanno più senso.

Da tempo sono stati annunciati gli Stati Generali dell'Editoria che, dopo un serio confronto tra tutti gli attori del comparto editoriale, dovrebbero consentire di mettere mano alla riforma dell'editoria, ancora regolamentata da una legge datata 1981. Trent'anni, nel corso dei quali ci sono stati cambiamenti epocali. Il ruolo della Fieg dovrebbe essere primario perché ciò avvenga, ma non si percepiscono segnali che vanno in questa direzione.

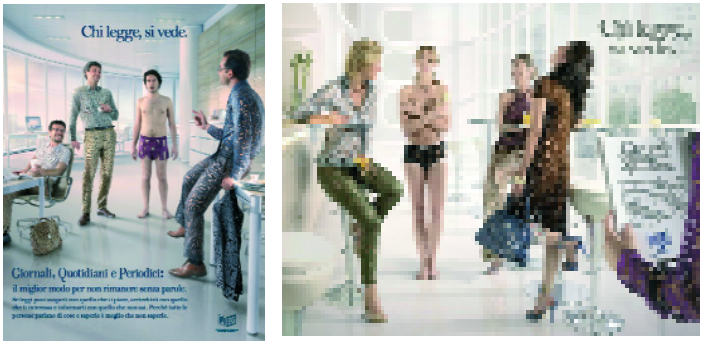
Raccolgo la sua domanda come una benevola provocazione. La FIEG rappresenta il 90% dell'editoria giornalistica. É impensabile che si faccia una riforma dell'editoria senza aver ascoltato il nostro parere. Ed infatti, di recente, il Sottosegretario Bonaiuti, in vista della più volte annunciata iniziativa legislativa di riforma dell'Editoria, ha convocato tutte le associazioni del settore per un primo giro di consultazioni. Le proposte della FIEG gli sono state consegnate e sono note.

> **"L'edicola è, e resterà ancora per lungo tempo, essenziale per la vendita dei giornali. Gli editori lo pensano in modo convinto".**

> **“Alcuni editori che han fatto mancare il prodotto alla rete di vendita lo hanno pubblicamente ammesso. Le esigenze di risparmio e di razionalizzazione non sono state assistite da una capillare conoscenza dei flussi di vendita.”**

Un’ultima domanda. Dopo lo stop alle integrazioni da parte dello Stato per la consegna degli abbonamenti si è aperto un nuovo fronte di difficoltà per gli editori con conseguenze a cascata sui produttori di carta, sugli stampatori, sulle agenzie di comunicazione, sui service editoriali. I punti vendita possono essere il tramite per diminuire il danno, assicurando la consegna in edicola di tutti gli abbonamenti, con un duplice risultato: risparmiare qualche milione di euro rispetto alle richieste avanzate dal servizio postale e ridare un po’ di ossigeno alla categoria. Non è l’uovo di Colombo, ma un parente molto prossimo. Non le pare una strada praticabile nella quale muoversi velocemente?

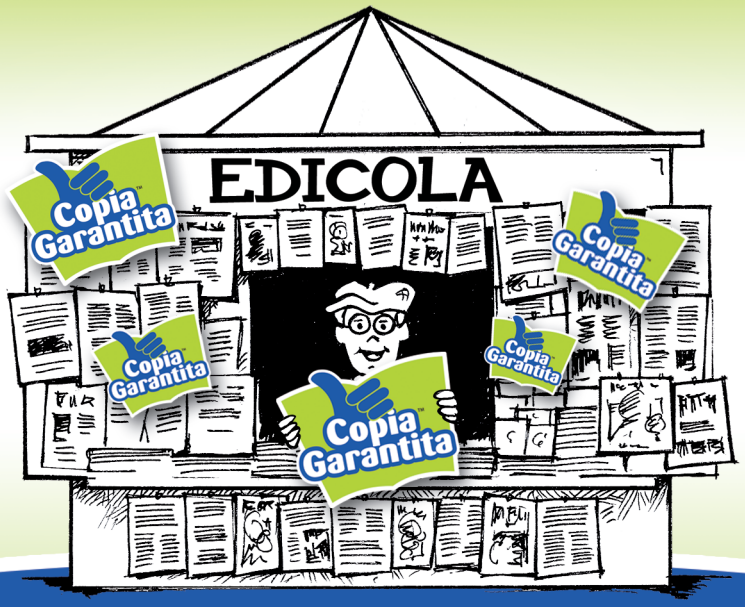
Lo è senz’altro. Molti editori la stanno già percorrendo con ottimi risultati. La fine delle agevolazioni postali, se da un lato è stata un trauma economico per gli editori – soprattutto per l’assenza di ogni preavviso e di progressività – è anche una opportunità, sia per valorizzare, ancora una volta, le edicole, con la domiciliazione degli abbonamenti, sia per aprire il mercato alla concorrenza. È l’unico risvolto positivo di una vicenda grottesca, ma anche istruttiva.



Campagna di Comunicazione FIEG per la promozione della lettura dei giornali quotidiani e periodici

Copia Garantita
L’ESCLUSIVO SERVIZIO CHE ASSICURA AI TUOI CLIENTI TUTTE LE COPIE DELL’OPERA

Vantaggi per l’edicolante
AFFIDABILITÀ
riduzione dei casi di reso ed esaurito
SEMPLICITÀ
basta una telefonata per attivare il servizio
FEDELTÀ
del cliente grazie alla copia personalizzata



Vantaggi per il cliente
GARANZIA
di ricevere tutte le copie dell’opera
GRATUITÀ
l’adesione non comporta nessun costo aggiuntivo
REGALO
da ritirare in edicola

chiama il numero GRATUITO 800 373 332 a disposizione anche per ordinare arretrati
DeAGOSTINI