

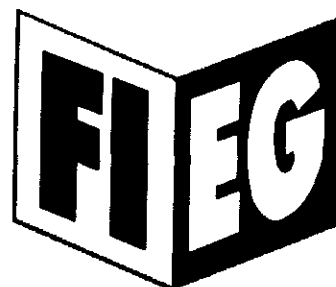
FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI GIORNALI

PRESENTAZIONE

**LA STAMPA IN ITALIA
2005 - 2007**

8 maggio 2008

**RASSEGNA STAMPA
prima parte**



POL:EDITORIA

2008-04-28 14:47

EDITORIA: FIEG, L'8 MAGGIO NUOVO STUDIO SU STAMPA IN ITALIA

ROMA

(ANSA) - ROMA, 28 APR - Sarà presentato giovedì 8 maggio alle 11, presso la sede di Roma della Federazione Italiana Editori Giornali (Via Piemonte, 64), lo studio sulla stampa in Italia elaborato dall'Ufficio studi della Fieg.

Corredato da un'ampia documentazione statistica, lo studio offre indicazioni sull'andamento economico-produttivo del settore dell'editoria giornalistica, quotidiana e periodica, nel periodo 2005-2007. (ANSA).

COM-MAJ/

S0A S41 QBXB

POL:EDITORIA

2008-05-07 12:23

EDITORIA: FIEG, DOMANI LO STUDIO SU 'LA STAMPA IN ITALIA'

ROMA

(ANSA) - ROMA, 7 MAG - Lo studio su 'La Stampa in Italia', nel periodo 2005-2007, sarà presentato domani, 8 maggio 2008, alle ore 11,00, a Roma, presso la sede di Via Piemonte 64 della Federazione Italiana Editori Giornali (Fieg).

Nel corso della presentazione - spiega una nota -, verrà illustrata la situazione economico-produttiva della stampa quotidiana e di quella periodica e verranno delineate le prospettive del settore, anche in rapporto all'attuale quadro normativo ed alla più generale evoluzione congiunturale del Paese. (ANSA).

STF/

SOA QBXB

POL:EDITORIA

2008-05-08 11:34

EDITORIA: BIANCHERI, SITUAZIONE PREOCCUPANTE, SERVE RIFORMA

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - La situazione del comparto dell'editoria è "preoccupante", nonostante la presenza di alcuni elementi positivi, come la crescita dell'indice di lettura e l'espansione della stampa gratuita: per questo la Federazione degli editori auspica che "il nuovo governo metta mano alla riforma del settore, che da tempo è dovuta".

E' quanto ha sottolineato il presidente della Fieg, Boris Biancheri, in occasione della presentazione del rapporto su 'La stampa in Italia 2005-2007'.

"Non ci aspettiamo certamente dal nuovo esecutivo sostegni a pioggia - ha detto Biancheri, checché ne dica Beppe Grillo, ma sostegni mirati per dare a questo comparto industriale lo stesso tipo di supporto che hanno altri settori, dal momento che l'editoria è fondamentale per la cultura di un Paese civile". (ANSA).

MAJ-STF/FV

SOA QBXB

EDITORIA: FIEG, CRESCE PUBBLICITA' MA RESTA SQUILIBRIO CON TV

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - Crescono gli investimenti pubblicitari sulla stampa, ma si riduce la loro percentuale di incidenza sul fatturato editoriale. Inoltre si conferma lo squilibrio nella ripartizione delle risorse rispetto alla tv, caratteristica tutta italiana. E' quanto emerge dal rapporto della Federazione degli editori su La stampa in Italia nel periodo 2005-2007.

Nel 2007 - spiega lo studio - gli investimenti pubblicitari sui mezzi stampati sono cresciuti complessivamente del 3,7% (più della media di mercato, pari al +3,1%), grazie al traino dei quotidiani (+4,5%); i periodici, dopo un buon 2006 (+5,5%), hanno dimezzato il loro tasso di espansione (+2,5%). Parti invertite nel primo bimestre 2008, con un +14% per i periodici e un +3,1% per i quotidiani. Tuttavia - fa notare la Fieg - nel 2000 i ricavi pubblicitari rappresentavano il 58% del fatturato editoriale, attualmente costituiscono a malapena il 45%. Inoltre in Italia persistono una "asimmetrica ripartizione" degli investimenti pubblicitari tra i media e quindi una posizione di "strutturale vantaggio" della tv: non a caso nel primo bimestre 2008 il fatturato pubblicitario delle tv generaliste è cresciuto del 4,8%. (ANSA).

MAJ-STF/

S0A QBXB

POL:EDITORIA

2008-05-08 11:3

EDITORIA: FIEG, FATTURATO AUMENTA MA COSTI CRESCONO DI PIU'

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - Nell'ultimo biennio il fatturato editoriale dei quotidiani (ricavi da vendita e da pubblicità) è aumentato, ma i costi operativi sono cresciuti in modo più sostenuto, determinando così un calo del margine operativo lordo delle imprese. E' il quadro delineato dalla Federazione degli editori nel rapporto su La stampa in Italia nel 2005-2007.

Il fatturato è aumentato del 2,7% nel 2006 rispetto all'anno precedente, crescita che si è ridotta all'1,7% nel 2007, mentre i costi sono saliti del 3,1% nel 2006 e del 6,1% nel 2007. Di qui il ridimensionamento del mol, con una contrazione che ha portato il rapporto tra mol e fatturato dall'8,3% del 2005 al 7,9% del 2006 e al 3,7% del 2007.

Per quanto riguarda i ricavi, nel 2007 l'aumento del prezzo di vendita (5-6%) e il consolidamento della crescita degli introiti pubblicitari (+3,5%) hanno compensato solo in parte il calo delle copie annue vendute (-1%) e dei collaterali (-1,9%). Di contro, la spinta maggiore all'aumento dei costi è venuta dagli oneri di approvvigionamento della carta (+11,2% nel 2006, +11,8% nel 2007), mentre il costo del lavoro è cresciuto di meno (+1,4% nel 2006 e +2% nel 2007). (ANSA).

MAJ-STF/

SOA QBXB

POL:EDITORIA

2008-05-08 11:49

EDITORIA: BIANCHERI, AUGURI A BONAIUTI SOTTOSEGRETARIO

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - "Non so se posso dirlo perché non è ancora ufficiale ma l'onorevole Paolo Bonaiuti avrà la delega alla Presidenza del Consiglio come sottosegretario per l'editoria, da notizie che mi pervengono". Lo dice il presidente della Fieg, la Federazione italiana editori giornali, Boris Biancheri, presentando il rapporto su La Stampa in Italia 2005-2007.

"Gli faccio ogni augurio - aggiunge Biancheri - per la sua missione. Sono certo che continueranno i fattivi rapporti di collaborazione che abbiamo avuto in passato".

Un grazie invece il presidente Biancheri lo rivolge al sottosegretario uscente Ricardo Franco Levi, che stamattina ha inviato un messaggio alla Fieg ringraziando "gli editori italiani per la collaborazione che ha accompagnato il mio lavoro", scrive. Levi ha confermato la sua intenzione di ripresentare in Parlamento il suo disegno di legge sull'editoria già avviato nella scorsa legislatura che si augura possa essere una base per la realizzazione della riforma. (ANSA).

STF-MAJ/SAF

SOA QBXB

EDITORIA: BIANCHERI, SITUAZIONE PREOCCUPANTE, SERVE RIFORMA (2)

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - Biancheri ha messo in evidenza che "la crescita globale dei ricavi è molto bassa, mentre quella dei costi di produzione è alta. Nel 2007 i ricavi sono cresciuti nell'ordine dell'1,4%, i costi del 6%; se i costi progrediscono quattro volte di più dei ricavi, è evidente che la situazione del comparto è problematica. Su 60 aziende considerate nello studio, 38 hanno il bilancio in attivo, 22 in rosso". Tra le altre criticità, il presidente della Fieg ha ricordato che "la distribuzione della stampa a pagamento, quotidiana e periodica, che nel 2006 aveva registrato segnali di miglioramento, oggi è stazionaria o in flessione, spesso preoccupante, soprattutto sul fronte dei settimanali".

Inoltre, "l'incidenza della pubblicità sui ricavi complessivi del settore, è in declino: siamo passati dal 55%-56% di 10 anni fa, all'attuale 45%". In questo quadro emergono tuttavia, secondo Biancheri, alcuni elementi positivi, come "la capacità degli imprenditori di intercettare le potenzialità di interconnessione tra i vari media", "la crescita dell'indice di lettura che contrasta con la stazionarietà degli indici di vendita, legata alla crisi economica" e "l'espansione molto significativa della stampa gratuita, cresciuta nell'ultimo anno del 25% rispetto al 2006". Per risolvere i problemi del comparto, Biancheri ha ribadito la necessità di un disegno di legge di riforma che "elimini le distorsioni di carattere fiscale o legislativo che impediscono la flessibilità delle imprese, solleciti maggiormente l'attenzione per la lettura, specie nelle giovani generazioni, aumenti la chiarezza e la trasparenza dell'azione pubblica attraverso la pubblicità legale". Nonostante "l'impegno del sottosegretario uscente alla Presidenza del Consiglio con delega per il settore, Ricardo Franco Levi - ha concluso Biancheri - il precedente governo si è limitato a tagliare il sostegno agli abbonamenti, che sono uno dei cardini per fidelizzare il cliente alla carta stampata". (ANSA).

MAJ-STF/FV

SOA QBXB

EDITORIA: FIEG, OK FATTURATO E PUBBLICITA' MA BOOM COSTI/ANSA

QUADRO DI INCERTEZZE AGGRAVATO DA ULTIMA FINANZIARIA

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - Nel periodo 2005-2007 cresce il fatturato delle imprese editoriali ed è positivo l'andamento degli investimenti pubblicitari, ma i costi aumentano in modo molto più sostenuto. Il tutto in un quadro di incertezze legate alla crisi economica ma anche a fattori strutturali, aggravati dall'ultima legge finanziaria che, invece di "produrre l'attesa razionalizzazione degli interventi pubblici nel settore", si è limitata a una "drastica sforbiciata degli stanziamenti sulle tariffe postali agevolate", cioè agli "unici contributi indiretti essenziali per lo sviluppo degli abbonamenti".

E' il quadro delineato dalla Federazione italiana editori giornali nel rapporto su La stampa in Italia nel periodo 2005-2007 presentato oggi nella sede di via Piemonte a Roma.

QUOTIDIANI - Nel periodo considerato il fatturato editoriale dei quotidiani (ricavi da vendita e da pubblicità) è aumentato del 2,7% nel 2006 rispetto all'anno precedente, crescita che si è ridotta all'1,7% nel 2007, mentre i costi sono saliti del 3,1% nel 2006 e del 6,1% nel 2007. Di qui il ridimensionamento del margine operativo lordo delle imprese, con un rapporto tra mol e fatturato passato dall'8,3% del 2005 al 7,9% del 2006 e al 3,7% del 2007.

In dettaglio, per quanto riguarda i ricavi, nel 2007 l'aumento del prezzo di vendita (5-6%) e il consolidamento della crescita degli introiti pubblicitari (+3,5%) hanno compensato solo in parte il calo delle copie annue vendute (-1%) e dei collaterali (-1,9%). In quest'ultimo comparto, la flessione maggiore ha interessato i libri allegati ai quotidiani (-5%), mentre gli altri collaterali sono cresciuti ancora (-1,3%). I collaterali restano comunque un'integrazione dell'offerta "di rilevanza strategica", in quanto il loro peso sul fatturato editoriale è stato del 12,4% nel 2007 (12,9% nel 2005) Di contro, la spinta maggiore all'aumento dei costi è venuta dagli oneri di approvvigionamento della carta (+11,2% nel 2006, +11,8% nel 2007), mentre il costo del lavoro è cresciuto di meno (+1,4% nel 2006 e +2% nel 2007).

PERIODICI - Nel biennio 2006-2007 la pubblicità è aumentata complessivamente del 7,8% (+5,1% nel 2006, +2,5% nel 2007), più degli investimenti diretti verso l'insieme dei mezzi classici (+3,5%), ma la flessione della diffusione delle copie ha determinato una contrazione dei ricavi da vendita: -3,3% nel biennio considerato (dato sul quale ha pesato anche il minor apporto dei collaterali). E' cresciuto così il peso della pubblicità sul fatturato editoriale, passato dal 24,4% del 2005 al 25,6% del 2006 e al 26,4% del 2007, mentre i ricavi da vendita sono scesi nello stesso periodo dal 75,6% al 73,6% (calo legato anche alle insufficienze del circuito distributivo).

PUBBLICITA' - Nel 2007 - spiega la Fieg - gli investimenti pubblicitari sui mezzi stampati sono cresciuti complessivamente del 3,7% (più della media di mercato, pari al +3,1%), grazie al traino dei quotidiani (+4,5%); i periodici, dopo un buon 2006 (+5,5%), hanno dimezzato il loro tasso di espansione (+2,5%). Parti invertite nel primo bimestre 2008, con un +14% per i periodici e un +3,1% per i quotidiani.

Tuttavia nel 2000 i ricavi pubblicitari rappresentavano il 58% del fatturato editoriale, attualmente costituiscono a malapena il 45% (la media internazionale è superiore al 50%). Inoltre in Italia persistono una "asimmetrica ripartizione" degli investimenti pubblicitari tra i media e una posizione di "strutturale vantaggio" della tv: non a caso nel primo bimestre 2008 il fatturato pubblicitario delle generaliste è cresciuto del 4,8%. E non sembrano fondate, secondo la Fieg, le previsioni di un rallentamento strutturale della crescita della pubblicità televisiva, a causa della forte espansione del satellite, dell'avvento del digitale terrestre e dell'entrata in vigore delle nuove norme europee che hanno aumentato le possibilità per le tv di contenere pubblicità, grazie a pratiche come il 'product placement' (l'inserimento di marchi in film e fiction per trarne un ritorno commerciale). (ANSA).

MAJ-STF/

SOA QBXB

EDITORIA: FIEG, PARLAMENTO E GOVERNO AFFRONTINO RIFORMA/ANSA

SI PARTA DA TENTATIVI BONAIUTI E LEVI PER NUOVO DDL

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - "Al nuovo Parlamento e al nuovo Governo chiediamo di affrontare il tema della riforma dell'editoria: non possono essere rimandate oltre misure necessarie per ridare slancio ed ossigeno al settore". A chiederlo è la Fieg, Federazione italiana editori giornali, che oggi ha presentato il rapporto su La stampa in Italia 2005-2007.

"Nelle due precedenti legislature - continua la Fieg - i tentativi di riforma, di Bonaiuti prima e di Levi dopo, non sono riusciti a superare l'esame del Parlamento, anche se sulle rispettive proposte si raggiunse una sufficiente condivisione tra tutte le forze politiche, al di là dei confini tra maggioranza ed opposizione". Secondo gli editori, "partendo da questi provvedimenti - ed integrandoli là dove è necessario - occorre mettere a punto un nuovo disegno di legge che incontri un consenso generale: l'editoria giornalistica, e in particolare la carta stampata, va sostenuta non soltanto perché è un elemento fondamentale della cultura civile di un Paese, ma anche perché adempie a una funzione di chiarezza e di trasparenza indispensabile nella vita di una comunità".

Per la Fieg in particolare andrebbe "istituito il credito d'imposta per gli investimenti in innovazioni tecnologiche e rifinanziato il credito agevolato per il settore, fermo dal giugno del 2003; previsto un fondo per la nuova occupazione e la multimedialità; reintrodotta il credito di imposta per l'acquisto della carta in favore delle imprese editrici di quotidiani e periodici; prevista l'esenzione totale dell'Iva per il comparto dell'editoria; potenziata la pubblicità dello Stato e degli Enti pubblici sulla carta stampata a garanzia di una maggiore trasparenza dell'attività amministrativa".

Sul fronte della domanda e della promozione della lettura invece, per gli editori, "l'attività per incentivare la lettura dei quotidiani andrebbe integrata con l'introduzione di agevolazioni fiscali per la sottoscrizione di abbonamenti a quotidiani, periodici e agenzie di stampa (il costo dell'abbonamento dovrebbe costituire onere deducibile fino ad un importo di 300-350 euro)". Ma anche con "la previsione di misure di incentivazione della lettura dei giornali tra i giovani, le donne e i pensionati e nelle aree del Paese con bassi indici di diffusione della stampa". (ANSA).

STF-MAJ/

SOA QBXB

EDITORIA: FIEG, AUMENTANO LETTORI MA CALANO VENDITE/ANSA

INTERNET NON E' PERICOLO MA OPPORTUNITA', FENOMENO FREE-PRESS

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - Ad una platea di lettori che si è andata allargando ha fatto da contrappeso l'erosione dei livelli di vendita dei giornali. Lo sottolinea la Federazione italiana degli editori nel Rapporto sulla stampa in Italia nel 2005-2007 presentato oggi a Roma. Tra i fattori di crisi, la contrazione dei livelli di reddito e le difficoltà storiche per la distribuzione in abbonamento. In positivo uno dei fenomeni più innovativi a livello internazionale è quello della free press, ma soprattutto non esiste il pericolo internet, per molti insidioso concorrente dei giornali tradizionali, che invece si è rivelato un'opportunità.

Sono 40,4 milioni gli individui che hanno letto copie di quotidiani tradizionali a pagamento, di quotidiani gratuiti e informazioni su siti internet gestiti da editori di quotidiani nel 2007, secondo il Censis riportato nella ricerca La stampa in Italia 2005-2007 della Fieg, presentata oggi a Roma. Di questi 40,4 milioni di persone il 67% legge un quotidiano a pagamento, il 34,7% legge testate gratuite e il 21,1% legge notizie da quotidiani online.

Internet "si è in realtà rivelato un'opportunità che ha contribuito ad allargare il pubblico dei lettori", spiegano gli editori. Ed infatti tra i cento siti web più visitati sono venti quelli riconducibili a gruppi editoriali. Da segnalare ad esempio che nel 2007 il network dei siti di uno dei principali gruppi editoriali italiani ha aumentato la raccolta pubblicitaria online del 64% rispetto al 2006, un incremento di gran lunga superiore a quello medio fatto registrare dagli investimenti pubblicitari su internet, sottolinea ancora la Fieg.

Il dato dei 40,4 milioni di lettori per gli editori dimostra come nelle sue varie forme l'informazione che parte dalla carta stampata "sia stata capace di consolidare il suo ruolo storico rispondendo alle esigenze di un contesto culturale e sociale in evoluzione. Una forza, quella dei giornali, che si basa sulla credibilità presso il pubblico". Per dirla in breve "i giornali restano il più importante strumento di democrazia a disposizione dei cittadini per capire gli eventi e per operare scelte conseguenti. Ai giornali vanno dunque riconosciuti un insieme di valori che spiegano i motivi per cui sono letti e non così poco come da qualche parte si vorrebbe far credere", rileva la Fieg.

Rispetto alla lettura c'è un dato di segno opposto: nel 2007 le vendite dei quotidiani hanno subito una leggera flessione (-0,3), dopo i segnali di ripresa del 2006 (+ 0,9). In rapporto al 2000 però il calo delle vendite è stato del 9,5%. Lo stesso per i periodici: nel 2007 rispetto al 2006 il calo della diffusione dei settimanali è stato del 4,2%, dei mensili del 3,9%. Nel 2000 le 55 testate settimanali oggetto delle rilevazioni Ads diffondevano 14,991 milioni di copie a numero. Nel 2007 le rilevazioni, estese a 63 testate, indicano una diffusione media a numero pari a 13,774 milioni di copie, 1,1 milioni di copie in meno rispetto all'anno di riferimento.

A pesare certo la contrazione dei livelli di reddito e della capacità di spesa delle famiglie, con un divario evidente tra Nord e Sud che fa parlare la Fieg di "questione meridionale". Se infatti

per la lettura la percentuale di penetrazione dei quotidiani al Nord è del 50%, del 49,6% al Centro, ma solo del 33% al Sud. Analoghi dati per i periodici: 70,2% al Nord, 64,6% al Centro e 53,2% al Sud. Altro fattore di ostacolo è quello del circuito distributivo. "Per i quotidiani gli abbonamenti si aggirano da anni intorno all'8-9% delle vendite; per i periodici intorno al 18%. Sono dati assolutamente insufficienti", per la Fieg. Uno dei fenomeni più innovativi nel settore della stampa è il rapido sviluppo della free press a livello internazionale: secondo il Censis i lettori di free press nel 2007 hanno rappresentato il 34,7% della popolazione di 14 anni e più. Non a caso la free press ha visto crescere la pubblicità commerciale nazionale (+29,3%), in misura largamente superiore rispetto alla locale (+20,8%). (ANSA).

STF-MAJ/

SOA QBXB

POL:GOVERNO

2008-05-08 13:41

GOVERNO: MARCHETTI (RCS), PER EDITORIA POLITICHE DI SVILUPPO

MILANO

(ANSA) - MILANO, 8 MAG - "Politiche non di assistenza, ma di sviluppo del sistema" con particolare attenzione alla multimedialità è quanto chiede, rispondendo ai giornalisti, il presidente di Rcs Media Group, Piergaetano Marchetti.

"Sono questioni delle quali si deve occupare la Fieg - risponde Marchetti a chi gli chiede quali possano essere le richieste del mondo dell'editoria al nuovo governo - e si tratta di temi già affrontati con i governi precedenti, a partire da una riforma delle leggi sul settore, con un'attenzione particolare alla multimedialità, per favorirne lo sviluppo". (ANSA).

NI/TP

S0A S41 R64 QBXH

POL:GIORNALISTI

2008-05-08 14:34

GIORNALISTI: SIDDI, BENE OTTIMISMO PERCHE' TRATTATIVA AVVIATA

(V. GIORNALISTI: CONTRATTO; BIANCHERI OTTIMISTA... ' DELLE 11:37)

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - "L'elemento di novità c'è, ed è positivo, nel fatto che la trattativa è avviata. Ci fa piacere poi che il presidente della Fieg Boris Biancheri parli di ottimismo nella consapevolezza reciproca però che richiedono i problemi del settore". Lo ha detto il segretario generale della Fnsi, a margine della presentazione dello studio Fieg sulla stampa italiana 2005-2007. "Questa consapevolezza - ha aggiunto il segretario - fa maturare il percorso negoziale sul quadro delle regole del lavoro nelle imprese. Lavoro che ha subito un cambiamento di cui oggi il presidente stesso si è detto consapevole parlando di total audit, un atto di responsabilità sui diritti del lavoro nell'area intergrata dell'informazione".

Quanto al merito dello studio "l'analisi dei bilanci dimostra che ci sono problematiche oggettive ma è positivo che il costo del lavoro non sia più considerato 'il problema'. E' poi coincidente l'analisi che c'è un abbassamento delle retribuzioni medie dovuto agli stipendi più bassi delle nuove generazioni. Questo ci deve far riflettere sulle modalità di ridisegno degli stipendi".

"Prima della presentazione di oggi - continua Siddi - c'è stato un confronto con la Fieg ed è risultata la volontà comune da porre al futuro governo per la riforma degli ammortizzatori sociali che non è più sostenibile siano a carico della previdenza dei giornalisti". (ANSA).

STF-MAJ/

SOA QBXB

EDITORIA: Fieg; PRESENTATO STUDIO 'LA STAMPA IN ITALIA'

MATERIALE DI DOCUMENTAZIONE

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - E' stato presentato oggi lo studio su La Stampa in Italia nel periodo 2005-2007 elaborato dall'Ufficio studi della Federazione Italiana degli Editori di Giornali. Questa la nota diffusa dalla Fieg.

Il presidente della Fieg, Boris Biancheri - spiega la nota - ha introdotto l'analisi dei dati, soffermandosi sulla situazione e sulle prospettive dell'editoria giornalistica italiana, in un momento di crisi che non è soltanto del settore ma di tutta l'economia italiana. Nessun dubbio, ha detto Biancheri, che l'attuale momento del settore è tra i più delicati, attraversato come è da difficoltà non solo di carattere congiunturale ma anche strutturale che si sono imposte sempre più accentuatamente e che in questo primo scorcio di anno inducono a delineare visioni non positive. I problemi dell'editoria giornalistica appaiono comuni a quelli che deve affrontare l'imprenditoria italiana e che sono individuabili nella prevalenza di incertezze che dominano l'intera area dei costi e della redditività degli investimenti e nella mancanza di spunti significativi di rilancio produttivo che possono indicare un cambiamento di tendenza. "Siamo in presenza di costi di produzione in costante aumento e di ricavi editoriali che stentano a crescere in misura adeguata e, quindi, di margini industriali che si contraggono da un triennio in misura preoccupante. Ai nodi di carattere congiunturale - ha sottolineato il presidente della Fieg - si aggiungono poi quelli di natura strutturale da ricollegare ad una molteplicità di fattori la cui incidenza ostativa non si è attenuata nel corso degli ultimi anni, anzi è stata aggravata dall'ultima legge finanziaria che, lungi dal produrre l'attesa razionalizzazione degli interventi pubblici nel settore, si è risolta in una drastica sforbiciata degli stanziamenti sulle tariffe postali agevolate. In altre parole sono stati tagliati gli unici contributi indiretti essenziali per lo sviluppo degli abbonamenti, un canale distributivo che soltanto in Italia langue da anni, sia per i quotidiani che per i periodici, su livelli di deprimente contenimento e non per colpa degli editori".

Nonostante alcuni aspetti positivi come la costante espansione degli indici di lettura dei quotidiani, trainati anche dalla forte crescita della free press, la situazione appare critica e Biancheri ha auspicato che il nuovo governo sia in grado di realizzare quella riforma dell'editoria attesa da tempo e che nell'arco di due legislature non è riuscito a mandare in porto. "Non chiediamo contributi a pioggia - ha concluso il presidente degli editori - ma sostegni mirati per dare al nostro settore lo stesso tipo di supporto che hanno altri settori. Supporto ancor più dovuto se si considera che l'editoria è fondamentale per la cultura di un paese civile e per concorrere alla salvaguardia di diritti costituzionalmente garantiti quali sono quello di informare e di essere informati".

Tra gli interventi che la Fieg ritiene necessari - conclude la nota - Biancheri ha menzionato il credito agevolato e il credito di imposta a supporto degli investimenti; il credito d'imposta per gli acquisti di carta; misure di sostegno per nuova occupazione e per il

potenziamento dell'offerta nell'area della multimedialità;
agevolazioni sul terreno dell'Iva che nel settore dell'editoria
rappresenta un costo di produzione essendo a carico dei produttori e
non dei consumatori; iniziative di incentivazione della lettura
giovanile; un' incisiva azione di razionalizzazione del circuito
distributivo idonea ad attenuare e, nella migliore delle ipotesi, ad
eliminare patologie di sistema, come quelle di un livello di rese
abnormi sia per i quotidiani che per i periodici e di un livello di
abbonamenti tra i più depressi sul piano mondiale. (ANSA).

COM-MAJ/

SOA QBXB

EDITORIA: FIEG, QUADRO E' PREOCCUPANTE, URGENTE RIFORMA/ANSA

PRESENTATO A ROMA 'LA STAMPA IN ITALIA 2005-2007'

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - La situazione del comparto dell'editoria è "preoccupante", nonostante la presenza di alcuni elementi positivi, come la crescita dell'indice di lettura e l'espansione della stampa gratuita: per questo la Federazione degli editori auspica che "il nuovo governo metta mano alla riforma del settore, che da tempo è dovuta". Lo dice il presidente della Fieg, Boris Biancheri, che, in occasione della presentazione del rapporto su La stampa in Italia 2005-2007, fa il quadro del settore.

"Non ci aspettiamo certamente dal nuovo esecutivo sostegni a pioggia - ha detto Biancheri -, cheché ne dica Beppe Grillo, ma sostegni mirati per dare a questo comparto industriale lo stesso tipo di supporto che hanno altri settori, dal momento che l'editoria è fondamentale per la cultura di un Paese civile".

Le difficoltà, secondo la Fieg, sono legate prima di tutto al fatto che crescono gli investimenti pubblicitari sulla stampa, ma si riduce la loro percentuale di incidenza sul fatturato editoriale. Inoltre si conferma lo squilibrio nella ripartizione delle risorse rispetto alla tv, caratteristica tutta italiana. Nel 2007 - spiega lo studio - gli investimenti pubblicitari sui mezzi stampati sono cresciuti complessivamente del 3,7% (più della media di mercato, pari al 3,1%), grazie al traino dei quotidiani (+4,5%); i periodici, dopo un buon 2006 (+5,5%), hanno dimezzato il loro tasso di espansione (+2,5%). Parti invertite nel primo bimestre 2008, con un +14% per i periodici e un +3,1% per i quotidiani. Tuttavia - fa notare la Fieg - nel 2000 i ricavi pubblicitari rappresentavano il 58% del fatturato editoriale, attualmente costituiscono a malapena il 45%. Inoltre in Italia persistono una "asimmetrica ripartizione" degli investimenti pubblicitari tra i media e quindi una posizione di "strutturale vantaggio" della tv: non a caso nel primo bimestre 2008 il fatturato pubblicitario delle tv generaliste è cresciuto del 4,8%.

Altro elemento critico è l'espansione dei costi, che crescono quattro volte di più rispetto ai ricavi. Nell'ultimo biennio il fatturato editoriale dei quotidiani (ricavi da vendita e da pubblicità) è aumentato, ma i costi operativi sono cresciuti in modo più sostenuto, determinando così un calo del margine operativo lordo delle imprese. Il fatturato è aumentato del 2,7% nel 2006 rispetto all'anno precedente, crescita che si è ridotta all'1,7% nel 2007, mentre i costi sono saliti del 3,1% nel 2006 e del 6,1% nel 2007. Di qui il ridimensionamento del mol, con una contrazione che ha portato il rapporto tra mol e fatturato dall'8,3% del 2005 al 7,9% del 2006 e al 3,7% del 2007.

Per quanto riguarda i ricavi, nel 2007 l'aumento del prezzo di vendita (5-6%) e il consolidamento della crescita degli introiti pubblicitari (+3,5%) hanno compensato solo in parte il calo delle copie annue vendute (-1%) e dei collaterali (-1,9%). Di contro, la spinta maggiore all'aumento dei costi è venuta dagli oneri di approvvigionamento della carta (+11,2% nel 2006, +11,8% nel 2007), mentre il costo del lavoro è cresciuto di meno (+1,4% nel 2006 e +2% nel 2007).

In questo quadro emergono tuttavia, secondo Biancheri, alcuni

elementi positivi, come "la capacità degli imprenditori di intercettare le potenzialità di interconnessione tra i vari media", "la crescita dell'indice di lettura che contrasta con la stazionarietà degli indici di vendita, legata alla crisi economica" e "l'espansione molto significativa della stampa gratuita, cresciuta nell'ultimo anno del 25% rispetto al 2006".

Per risolvere i problemi del comparto, Biancheri ha ribadito la necessità di un disegno di legge di riforma che "elimini le distorsioni di carattere fiscale o legislativo che impediscono la flessibilità delle imprese, solleciti maggiormente l'attenzione per la lettura, specie nelle giovani generazioni, aumenti la chiarezza e la trasparenza dell'azione pubblica attraverso la pubblicità legale". (ANSA).

STF-MAJ/

S0A QBXB

POL:EDITORIA

2008-05-08 19:35

EDITORIA: GIULIETTI, BENE PROPOSTE FIEG, SUBITO RIFORMA

ROMA

(ANSA) - ROMA, 8 MAG - Giuseppe Giulietti, portavoce di Articolo 21 e parlamentare Idv, accoglie l'appello lanciato oggi dal presidente della Federazione degli editori, Boris Biancheri, perché venga varata al più presto la riforma dell'editoria.

"La Fieg - dice Giulietti in una nota - ha rivolto oggi sette proposte al nuovo Parlamento per ridare fiato al settore dell'editoria. Alcune di esse sono assolutamente condivisibili, a partire dalla reintroduzione del credito di imposta per l'acquisto della carta. A queste proposte è necessario aggiungere una revisione dei criteri per la concessione dei contributi tesa ad allontanare da qualsiasi beneficio imbroglioni, le false cooperative, quanti, tanti purtroppo, hanno letteralmente fatto a pezzi i più elementari diritti dei lavoratori del settore a partire dai giornalisti precari". "Non appena saranno costituite le competenti commissioni parlamentari ed il governo avrà indicato il nuovo sottosegretario con delega all'editoria - promette Giulietti - chiederemo che siano immediatamente ascoltate le parti sociali per arrivare in tempi brevi al varo di quella nuova legge sull'editoria che è stata più volte sollecitata da molte forze politiche, senza distinzione di schieramento". (ANSA).

COM-MAJ/

SOA QBXB

EDITORIA/MARCHETTI(RCS):NON PUNTIAMO SU ASSISTENZA MA SU SVILUPPO

Con una attenzione particolare alla multimedialità

Milano, 8 maggio 2008. Con il nuovo Governo gli editori dovrebbero puntare ad una politica di sviluppo di sistema e non di assistenza, con particolare attenzione alla multimedialità. E' quanto ha sottolineato il presidente di Rcs MediaGroup, Pier Gaetano Marchetti, a margine della presentazione del forum 'Economia e società aperta' a Milano. A chi gli domandava quali richieste dovrebbero formulare gli editori al Governo, Pier Gaetano Marchetti ha risposto: "Sono questioni che deve portare avanti la Federazione degli editori, Fieg, puntando su una rivisitazione della legge sull'editoria e ad una attenzione particolare per la multimedialità. Dico no - ha sottolineato - ad una politica di assistenza, ma sì ad una di sviluppo del sistema". **(Apcom)**.

**EDITORIA: FIEG, IN 2007 4 MLN DI COPIE FREE PRESS, PUBBLICITÀ +29,3%
Tiratura maggiori 7 testate pari a 50% giornali a pagamento.**

Roma, 08 mag 08. Nel 2007 sette principali testate free press hanno totalizzato quasi 4 milioni di copie distribuite in media giornaliera, cioè un ammontare pari a oltre il 50% della tiratura media delle testate quotidiane a pagamento. Non è un caso, nota la Fieg, che la stampa gratuita lo scorso anno ha registrato una crescita della pubblicità commerciale nazionale (+29,3%) in misura superiore rispetto alla locale (+20,8%). Secondo il Censis, sempre nel 2007 i lettori di free press hanno rappresentato il 34,7% della popolazione di 14 anni e più. Quello che è più significativo è che l'area di conquista dei gratuiti è stata soprattutto quella fascia di persone che abitualmente non legge quotidiani a pagamento. (RADIOCOR).

Franco Siddi: "Confortanti le dichiarazioni di Biancheri sul costo del lavoro giornalistico"

Roma, 8 luglio 2008. "L'analisi dei bilanci delle aziende editrici dimostra l'esistenza di problematiche oggettive del settore e tuttavia si rileva che il costo del lavoro che era stato segnalato come uno dei problemi di criticità non è in realtà il problema principe, se è vero che è diminuito". È il commento del presidente della Fnsi, Franco Siddi, alle parole del presidente della Fieg, Boris Biancheri in merito alla difficile trattativa per il rinnovo del contratto di lavoro della categoria, scaduto ormai da oltre 3 anni. Siddi, presente con il presidente della Fnsi Roberto Natale alla presentazione del Rapporto Fieg sullo stato di salute della stampa italiana, ha preso come riferimento proprio quanto detto nel Rapporto. Ovvero "il minore dinamismo del costo del lavoro complessivo è imputabile - dice la relazione - alla riduzione del numero degli addetti soprattutto nell'area poligrafica, nonché al fenomeno dell'avvicendamento generazionale con conseguente abbassamento del livello delle retribuzioni medie". E Siddi appunto ha sostenuto: "trovo coincidente l'analisi che il costo del lavoro non cresce grazie all'avvicendamento generazionale e questo deve far riflettere sulle modalità di ridisegno delle retribuzioni. Nelle prossime settimane verificheremo con la Fieg i punti di contatto e le differenze sia in materia di innovazione delle aziende e sia la prospettiva di progresso di un ragionamento serio sui temi del costo del lavoro, ed anche sullo sviluppo del Welfare". A questo proposito Siddi ha annunciato che Fnsi e Fieg daranno vita ad una azione comune per la riforma degli ammortizzatori sociali, "perchè non è più sostenibile che questi siano a carico della previdenza dei giornalisti".

Il segretario nazionale della Fnsi ha parlato anch'egli di elemento di novità rappresentato dal fatto che la trattativa sul contratto dei giornalisti sembra finalmente "incardinata" e il fatto che Biancheri abbia espresso parole di ottimismo "fa piacere nel momento in cui le riferisce alla consapevolezza che i problemi riguardano non solo l'intero settore ma anche gli assetti occupazionali e, aggiungo, quelli sulle retribuzioni. Questa consapevolezza delle parti sociali porta a dire che sia maturo lo sviluppo di un percorso negoziale che definisca un nuovo quadro nelle relazioni nei luoghi di lavoro. È importante - infine - aver preso atto che il cambiamento in corso sul piano industriale dell'informazione indica una assunzione di corresponsabilità". **(AGI)**

EDITORIA: BIANCHERI "ECCO LE MISURE PER DARE OSSIGENO A SETTORE"

ROMA, 8 maggio 2008. Per eliminare "distorsioni di carattere fiscale e legislativo e sollecitare un maggiore spirito di lettura" si rendono necessarie "misure per ridare slancio ed ossigeno al settore". Lo ha detto oggi il presidente della Fieg, Boris Biancheri, nel corso di una conferenza stampa a Roma. In particolare la Federazione, che ha presentato il rapporto sulle aziende del settore 2005-2007, chiede di istituire il credito di imposta per gli investimenti in innovazioni tecnologiche e rifinanziare il credito agevolato per il settore, fermo dal giugno del 2003. Tra le altre proposte suggerite anche quella di prevedere un fondo per la nuova occupazione e la multimedialita', di reintrodurre il credito di imposta per l'acquisto della carta in favore delle imprese editrici di quotidiani e periodici, di prevedere l'esenzione totale dall'Iva per il comparto dell'editoria; di potenziare la pubblicita' dello Stato e degli enti pubblici sulla carta stampata a garanzia di una maggiore trasparenza dell'attivita' amministrativa. Necessario infine stimolare anche la domanda. Per incentivare la lettura dei quotidiani si potrebbero introdurre agevolazioni fiscali per la sottoscrizione di abbonamenti a quotidiani, periodici e agenzie di stampa (costo deducibile fino a un importo di 300-350 euro). Inoltre bisognerebbe prevedere misure di incentivazione della lettura dei giornali tra i giovani, le donne ed i pensionati e nelle aree del Paese con bassi indici di diffusione della stampa. **(ITALPRESS).**

EDITORIA: FIEG "RIDOTTA LA CRESCITA DEI QUOTIDIANI"

ROMA, 8 maggio 2008. Tempi duri per i quotidiani. Il fatturato e' aumentato del 2,7% nel 2006 rispetto all'anno precedente, crescita che si e' ridotta all'1,7% nel 2007, mentre i costi sono saliti del 3,1% nel 2006 e del 6,1% nel 2007. A rilevarlo uno studio della Fieg sulla Stampa Italiana nel 2005-2007, presentato oggi a roma. Nel settore si e' verificato un ridimensionamento del margine operativo lordo delle imprese con una contrazione che ha portato il rapporto tra mol e fatturato dall'8,3% nel 2005, al 7,9% nel 2006 e al 3,7% nel 2007. Nel 2006, su un totale di 60 imprese editrici di quotidiani considerati, quelle in utile sono state 38 e 22 quelle in perdita. Rispetto al 2005 queste ultime sono aumentate di due unita'. "Ed anche se nel comparto - ha sottolineato il presidente della Fieg Biancheri - emergono anche elementi positivi, quali la capacita' degli editori di intercettare le potenziali interconnessioni tra i vari mezzi informativi e la crescita degli indici di lettura, in controtendenza con la stazionarieta' o il declino degli indici di distribuzione e di vendita, l'andamento del settore non e' favorevole". Tra l'altro, "dalle misure messe a punto dal sottosegretario alla presidenza con delega all'editoria Ricardo Franco Levi sono usciti praticamente solo tagli agli stanziamenti per le tariffe postali agevolate. In altre parole - spiega Biancheri - sono stati tagliati gli unici contributi indiretti essenziali per lo sviluppo degli abbonamenti". Per quanto riguarda i ricavi, nel 2007 l'aumento del prezzo di vendita (5-6%) e il consolidamento della crescita degli introiti pubblicitari (+3,5%) hanno compensato solo in parte il calo delle copie annue vendute (-1%) e dei collaterali (-1,9%). Di contro, la spinta maggiore all'aumento dei costi e' venuta dagli oneri di approvvigionamento della carta (+11,2% nel 2006, +11,8% nel 2007), mentre il costo del lavoro e' cresciuto di meno (+1,4% nel 2006 e +2% nel 2007). **(ITALPRESS).**

EDITORIA: RAPPORTO FIEG, FATTURATO AUMENTA MA COSTI CRESCONO

Roma, 8 maggio 2008. Crescono gli investimenti pubblicitari sulla stampa, ma si riduce la loro percentuale di incidenza sul fatturato editoriale. E' quanto rivelano i dati diffusi oggi a Roma nel rapporto della Fieg "La stampa in Italia" nel periodo 2005-2007. Lo studio

sottolinea un andamento delle imprese editoriali non certo dei più rosei: si conferma in particolare lo squilibrio nella ripartizione delle risorse rispetto alla tv. Nel primo bimestre 2008 il fatturato pubblicitario delle tv generaliste è infatti cresciuto del 4,8%. Gli investimenti pubblicitari sui mezzi stampati sono cresciuti complessivamente del 3,7% (più della media di mercato, pari al +3,1%), grazie al traino dei quotidiani (+4,5%); mentre i periodici, dopo un buon 2006 (+5,5%), hanno dimezzato il loro tasso di espansione (+2,5%). Nel primo bimestre 2008, i periodici hanno invece visto un incremento degli investimenti pubblicitari del +14% e i quotidiani del +3,1%. Da sottolineare poi che nel 2000 i ricavi pubblicitari rappresentavano il 58% del fatturato editoriale, mentre attualmente costituiscono a malapena il 45%. **(ITALPRESS)**.

EDITORIA: IL RAPPORTO FIEG IN SINTESI

Roma, 8 maggio 2008. Presentato oggi a Roma il rapporto della Fieg sulla Stampa in Italia, 2005-2007. Ecco i dati in sintesi.

QUOTIDIANI. Nel periodo considerato il fatturato editoriale dei quotidiani (ricavi da vendita e da pubblicità) è aumentato del 2,7% nel 2006 rispetto all'anno precedente. Tale crescita si è ridotta all'1,7% nel 2007, mentre i costi sono saliti del 3,1% nel 2006 e del 6,1% nel 2007. Ridimensionato quindi il margine operativo lordo delle imprese, con un rapporto tra mol e fatturato passato dall'8,3% del 2005 al 7,9% del 2006 e al 3,7% del 2007. In particolare, per quanto riguarda i ricavi, nel 2007 l'aumento del prezzo di vendita (5-6%) e il consolidamento della crescita degli introiti pubblicitari (+3,5%) hanno compensato solo in parte il calo delle copie annue vendute (-1%) e dei collaterali (-1,9%). In quest'ultimo caso, la flessione maggiore ha interessato i libri allegati ai quotidiani (-5%) anche se in generale tali supplementi restano comunque un'integrazione dell'offerta "di rilevanza strategica", in quanto il loro peso sul fatturato editoriale è stato del 12,4% nel 2007 (12,9% nel 2005). La spinta maggiore all'aumento dei costi è venuta dagli oneri di approvvigionamento della carta (+11,2% nel 2006, +11,8% nel 2007), mentre è cresciuto meno il costo del lavoro (+1,4% nel 2006 e +2% nel 2007).

PERIODICI. Nel biennio 2006-2007 la pubblicità è aumentata complessivamente del 7,8% (+5,1% nel 2006, +2,5% nel 2007), più degli investimenti diretti verso l'insieme dei mezzi classici (+3,5%), ma la flessione della diffusione delle copie ha determinato una contrazione dei ricavi da vendita: -3,3% nel biennio considerato (calo dovuto anche al minor apporto dei collaterali). È cresciuto dunque il peso della pubblicità sul fatturato editoriale, passato dal 24,4% del 2005 al 25,6% del 2006 e al 26,4% del 2007, mentre i ricavi da vendita sono scesi nello stesso periodo dal 75,6% al 73,6% (calo dovuto anche alle insufficienze del circuito distributivo).

FREE PRESS. Nel 2007 sette principali testate free press hanno totalizzato quasi 4 milioni di copie distribuite in media giornaliera, pari a oltre il 50% della tiratura media delle testate quotidiane a pagamento. La stampa gratuita lo scorso anno ha registrato una crescita della pubblicità commerciale nazionale (+29,3%) in misura superiore rispetto alla locale (+20,8%).

PUBBLICITÀ. Nel 2007 gli investimenti pubblicitari sui mezzi stampati sono cresciuti complessivamente del 3,7% (più della media di mercato, pari al +3,1%), grazie al traino dei quotidiani (+4,5%); i periodici, dopo un buon 2006 (+5,5%), hanno dimezzato il loro tasso di espansione (+2,5%). Nel primo bimestre 2008, si registra invece un +14% per i periodici e un +3,1% per i quotidiani.

Tuttavia se nel 2000 i ricavi pubblicitari rappresentavano il 58% del fatturato editoriale, oggi costituiscono a malapena il 45% (la media internazionale e' superiore al 50%). Per la Fieg, in Italia persistono ancora una "asimmetrica ripartizione" degli investimenti pubblicitari tra i media e una posizione di "strutturale vantaggio" della tv: non a caso nel primo bimestre 2008 il fatturato pubblicitario delle generaliste e' cresciuto del 4,8%. La crescita della pubblicita' televisiva sara' poi in futuro trainata ancora dalla forte espansione del satellite, dell'avvento del digitale terrestre e dell'entrata in vigore delle nuove norme europee che hanno aumentato le possibilita' per le tv di contenere pubblicita', grazie a pratiche come il "product placement".

(ITALPRESS).