

Martella: credito di imposta per salvare i giornalisti

ROBERTA PERSIA
TIZIANA SCALABRIN

Una riforma di tutti gli strumenti di pubblico sostegno all'editoria: 20 milioni di euro per promuovere la lettura nelle scuole e l'estensione all'acquisto di quotidiani del bonus 18 App, nuove norme sul turnover nelle imprese editoriali, una commissione sull'equo compenso per il lavoro giornalistico contro la precarizzazione del lavoro giornalistico e credito di imposta per le edicole. Il sottosegretario all'editoria Andrea Martella annuncia per gennaio l'avvio dei lavori per un «più efficace e inclusivo modello di sostegno» pubblico alla filiera editoriale, chiamato Editoria 5.0.

Martella conferma l'intenzione del governo «di avviare il più ampio confronto convocando anche un apposito tavolo con

tutti i soggetti della filiera a partire editori e giornalisti».

Sono anni che i diversi attori del settore richiamano a gran voce l'attenzione dei governi. I numeri che riguardano la vendita dei quotidiani sono in continua caduta e così la filiera che si occupa della loro produzione, stampa e diffusione. Nel 2007 le edicole italiane hanno diffuso 2159 milioni di copie, e nel 2018 si è scesi a 948 milioni, secondo i dati forniti da Ads.

Le edicole chiuse nel corso degli ultimi dieci anni sono quasi ventimila: ci sono aree di territorio italiano in cui acquistare un quotidiano è sempre più difficile. I fattori connessi a questa crisi sono tantissimi e trasversali, e vanno dalla qualità della proposta editoriale alle strategie digitali, finendo per scontrarsi sempre con l'ostacolo infrastrutturale della logistica.

Secondo Giuseppe Marchica,

segretario nazionale del Sinagi, sindacato dei giornalisti, l'accordo nazionale che regola i rapporti tra editori ed edicolanti, firmato nel 2005 e scaduto nel 2009, è inadeguato rispetto alla realtà attuale. La riduzione del prezzo medio dei periodici, il cut-price (due riviste al prezzo di una), la politica dei prezzi super scontati degli abbonamenti con sconti fino al 70%, stanno causando il consistente abbattimento del guadagno per gli edicolanti. «Paghiamo la merce che riceviamo in anticipo e se vende recuperiamo i soldi subito, altrimenti li vendremo solo dopo un mese, al mo-

L'ultimo accordo con gli editori è scaduto nel 2009
Chiusi 20 mila punti vendita

mento della resa della pubblicazione. Questo meccanismo vale per i quotidiani, i settimanali e i mensili. Le edicole devono garantire gli anticipi con fidejussioni bancarie che devono coprire 4 settimane di fornitura; un esborso che per molte edicole è più alto del guadagno. Il meccanismo non sempre funziona, anzi rischia di collassare su sé stesso. Il distributore locale ha di fatto il monopolio della fornitura alle edicole della provincia e può fare il bello o il cattivo tempo».

Per il direttore generale di Fieg (la federazione degli editori) Fabrizio Carotti le ragioni del mancato rinnovo dell'accordo del 2005 vengono da lontano: «Le divergenze iniziarono anni fa con la domiciliazione in edicola degli abbonamenti. In questo modo avremmo portato più persone in edicola e quindi possibili vendite accessorie facilitando anche la logistica. Vista la certezza della ven-

dità e l'assenza dei costi riguardanti le rese, il prezzo del giornale sarebbe stato all'incirca la metà, per questo motivo la richiesta di Cgil e Sinagi del 20% del prezzo di copertina significava il 40% dell'aggio e per noi non poteva essere accettabile, visto che calcolavamo in un 10% di aggio una percentuale possibile. Da allora le strade si sono divise».

Secondo dati Fieg, l'importanza delle edicole sembra essere centrale per la sopravvivenza della filiera: secondo la media del 2018 su un totale di 2.371.012 copie giornaliera quelle diffuse attraverso il canale delle edicole sono 1.952.454. Proprio dal cartaceo gli editori traggono quasi il 60% dei loro ricavi annui, afferma Carotti.

Qualche passo in avanti è stato fatto con il protocollo tra Fieg e Anci «per favorire il rinnovamento del ruolo e funzione delle edicole e per affiancare a questa attività iniziative condivise per avvicinare i cittadini alla lettura dei giornali». Sta di fatto che molte idee condivise in assenza di un nuovo accordo rischiano di naufragare.