

SI.NA.G.I.
Sindacato Nazionale Giornalai d'Italia

affiliato  **CGIL**

Via Gregorio VII, 350 - 00165 ROMA - tel. 06 6623198 - 06 6625404 - fax 06 6628560
Internet: www.sinaginazionale.it *E-mail:* info@sinaginazionale.it

Prot. n. 1105
Circolare n. 82

Roma, 3 marzo 2010

A TUTTE LE STRUTTURE
Loro Sedi

Cari Colleghi,

abbiamo appreso dal Sole 24 ore di ieri le dichiarazioni del Sottosegretario con delega per l'editoria, On. Paolo Bonaiuti, che riportiamo nell'articolo allegato.

In merito, il Segretario Generale Ermanno Anselmi ha rilasciato alla stampa la dichiarazione allegata alla presente.

Non possiamo che esprimere soddisfazione per come si stia riconvergendo, nelle sedi di Governo e parlamentari, verso quel progetto generale di riforma dell'editoria che da tanto auspichiamo.

Gli stessi recenti interventi in Commissione Cultura della Camera, come dai testi che pure alleghiamo, testimoniano che c'è una volontà di procedere in direzione di un sostegno reale alla nostra filiera.

Invitiamo le nostre strutture a dare la più ampia diffusione in categoria ai materiali che vi inoltriamo, al fine di produrre la massima chiarezza sull'evolversi delle vicende legislative che ci riguardano.

Cordiali saluti



Il Segretario Generale
(Ermanno Anselmi)

In allegato:

- *Articolo Sole 24 Ore del 2 marzo*
- *comunicato stampa 3 marzo 2010*
- *memoria consegnata alla VII Comm. Cultura Camera*
- *resoconto intervento Obn. Levi*

Bonaiuti conferma l'impegno del governo Riforma dell'editoria con spirito bipartisan

Stefano Sallis
MILANO

«È necessario procedere a una riforma globale dell'editoria, che si dovrà fare con un passaggio in Parlamento e spirito bipartisan»: così il sottosegretario Paolo Bonaiuti ha ribadito l'impegno del Governo a ridare un ordinamento complessivo a una materia delicata, strategica, in crisi e in forte mutamento. Bonaiuti è intervenuto ieri sera a Milano (nella sede della Fondazione «Corriere della sera») alla presentazione del libro di Marco Bardazzi e Massimo Gaggi *L'ultima notizia. Dalla crisi degli imperi di carta al paradosso dell'era di vetro* (Rizzoli). Lo stesso sottosegretario ha anche dato una scadenza per convocare degli «Stati generali dell'editoria», da tenere subito dopo le elezioni di aprile, ma con l'intento di raggiungere un accordo entro luglio. «I fondi trovati quest'anno per i giornali, 104 milioni di euro dal mio budget e non da quello del ministero dell'economia», ha continuato Bonaiuti, non si potranno trovare l'anno prossimo. «Non abbiamo, però, voluto salvare solo i giornali di partito, ma anche tutta una serie di pubblicazioni del non profit, del volontariato o delle diocesi che avevano legittimo diritto alla sopravvivenza». Bonaiuti aveva risposto alla sollecitazione dell'esponente Pd Enrico Letta (nel panel della presentazione, moderata dal direttore del Sole 24 Ore, Gianni Riotta, c'erano anche Giuseppe Granieri, esperto di comunicazione digitale e il presidente di Rcs Media Group, Piergaetano Marchetti) che si era detto non del tutto convinto del «compromesso» di qualche settimana fa sui tagli all'editoria.

Del resto, il libro di Gaggi e Bardazzi è un «reportage completo che riassume - ha detto Riotta in fase di presentazione - l'intero dibattito in corso sul futuro dell'informazione e sull'at-

tuale crisi dei giornali». Il libro descrive lo scenario americano ma lancia precisi segnali anche su ciò che potrebbe succedere (e già succede in Europa). I due autori hanno scelto come terreno di dibattito gli Stati Uniti, paese che li accomuna nel lavoro (Gaggi scrive dagli Usa per il «Corriere», Bardazzi per l'Ansa: ora è tornato in Italia alla «Stampa») e hanno potuto constatare la rapidità e lo sconquas-

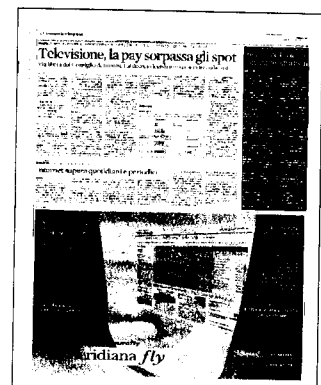
VERSO GLI STATI GENERALI

Verranno convocati subito dopo le elezioni e dovranno terminare entro luglio. A Milano il dibattito sul libro di Bardazzi e Gaggi

so portato al modo di ricevere le informazioni dall'arrivo di Internet prima, dai social network e dal giornalismo partecipativo poi. Eppure il loro libro non suona come una campana a morto per il giornalismo, se è vero, come ha detto Bardazzi che «le tre C della nuova era - comunità, condivisione e convergenza - si possono unire con tre vecchie C, pilastri del giornalismo come lo abbiamo conosciuto: credibilità, contenuti, creatività».

Tema, quello della qualità dell'informazione, dell'autorevolezza delle fonti, della necessità di saper distinguere il vero dal falso e del «giornalismo che non può coincidere solo col business plan» che è tornato spesso nel corso della presentazione, a segnare il filo rosso del dibattito. Forse anche per questo il presidente di Rcs Marchetti ha annunciato che il libro verrà da domani regalato a tutti i dirigenti del gruppo. Come a dire: anche i bilanci guardano al futuro del giornalismo con interesse. Vuoi vedere che, alla fine, profitto e qualità dovranno prendere la medesima strada?

© RIPRODUZIONE RISERVATA



SI.NA.G.I.
Sindacato Nazionale Giornalai d'Italia

affiliato  **CGIL**

Via Gregorio VII, 350 - 00165 ROMA - tel. 06 6623198 - 06 6625404 - fax 06 6628560
Internet: www.sinaginazionale.it *E-mail:* info@sinaginazionale.it

Prot. n.1104

Roma, 3 marzo 2010

COMUNICATO STAMPA

**Dichiarazione di Ermanno Anselmi, Segretario Generale del SINAGI affiliato SLC-CGIL
a seguito della preannunciata riforma dell'editoria da parte del Sottosegretario Bonaiuti.**

Appreso dalla stampa che il Sottosegretario Paolo Bonaiuti ha ribadito la necessità di “procedere a una riforma globale dell'editoria”, convocando gli Stati Generali dell'editoria per raggiungere un accordo bipartisan entro luglio, il Segretario Generale del SINAGI ne esprime il proprio apprezzamento.

Auspichiamo che l'intero comparto dell'editoria rientri nella riforma prospettata.

A tal proposito ci permettiamo di suggerire che in parlamento giacciono da tempo due disegni di legge delle precedenti legislature che vanno in questa direzione: uno a firma dello stesso Sottosegretario Bonaiuti ed uno, successivo, proposto dall'On. Ricardo Franco Levi dopo ampia consultazione di tutti i soggetti interessati.

Cogliendo lo spirito degli intenti dell'attuale Sottosegretario con delega per l'editoria, formuliamo l'auspicio che di questi due progetti se ne prendano le parti migliori, e comunque sempre attuali, per riformare tutto il settore editoriale con un testo che trovi la più ampia condivisione in Parlamento e tra i soggetti della filiera.

Il Segretario Generale
Ermanno Anselmi

**Resoconto della VII Commissione permanente
(Cultura, scienza e istruzione)**

Martedì 16 febbraio 2010

Schema di decreto legislativo recante attuazione della direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, relativa ai servizi nel mercato interno.

Atto n. 171.

(Rilievi alle Commissioni riunite II e X).

(Esame, ai sensi dell'articolo 96-ter, comma 4 del regolamento, e rinvio).

Dopo l'illustrazione del relatore Giancarlo Mazzuca (PdL), è intervenuto l'on. Levi, di cui riportiamo il resoconto.

Ricardo Franco LEVI (PD) ritiene importante soffermarsi sull'articolo 71 del provvedimento anche se dovrà ripetere questioni sul tema di liberalizzazione del sistema delle edicole di cui si è già parlato nella mattinata, in sede di audizioni informali, nell'ambito dell'esame dello schema di decreto n. 183. Ricorda come il sistema delle edicole in Italia sia uno dei capisaldi a tutela del pluralismo dell'informazione, in quanto tutte le testate, dalle più grandi alle più piccole, devono essere ugualmente messe a disposizione dell'utenza. Ricorda come il sistema della distribuzione italiana parta dalle case editrici, passi poi attraverso le varie catene che provvedono alla distribuzione e finisca poi per arrivare agli snodi terminali, rappresentati appunto dalle 38 mila edicole, sparse sull'intero territorio, e da 4 mila punti di vendita non esclusivi. Sottolinea, inoltre, come le edicole abbiano bisogno dell'autorizzazione comunale, tale autorizzazione ha consentito anche l'equa distribuzione sul territorio; sottolinea che accanto a tale autorizzazione, che si può considerare un privilegio delle edicole, rimane l'obbligo di porre in vendita, con eguale trattamento, tutti i prodotti editoriali consentendo così a tutti, anche ai più piccoli, di poter arrivare all'utenza finale. Osserva come tale obbligo si rifletta anche sulla catena di distribuzione che ugualmente deve diffondere tutti i prodotti. Ritiene che la liberalizzazione proposta dall'Unione europea metta a rischio la specificità della distribuzione capillare italiana, ritenendo quindi che tale specificità garantisca il pluralismo dell'informazione e della cultura, valori costituzionali che vanno tutelati non addivenendo ad una liberalizzazione non adatta alla storia della distribuzione dei prodotti editoriali del nostro Paese.

SINAGI
aff. SLC-CGIL
00165 ROMA
Via Gregorio VII° 350

**CISL-
GIORNALAI**
00154 ROMA
Via Capitan Bavastro 62

**UILTuCS-
GIORNALAI**
00145 ROMA
Via G. Gozzi 35

**SNAG-
CONFCOMMERCIO**
20123 MILANO
Via S. Vito 24

**FENAGI-
CONFESERCENTI**
00184 ROMA
Via Nazionale 60

**USIAGI-
UGL**
10138 TORINO
Via Drovetti 23

**Memoria consegnata dalle Organizzazioni Sindacali
dei rivenditori di giornali quotidiani e periodici
Audizione del 23.02.2010 - VII Commissione Cultura Camera dei Deputati**

Lo schema di decreto legislativo per l' applicazione della direttiva europea 123/ce/ 2006, prevede, all'articolo 71, una serie di modifiche alla normativa che regola la vendita dei quotidiani e dei periodici.

Con le modifiche apportate scompare il criterio della programmazione della rete di vendita e, di conseguenza, il rilascio dell'autorizzazione amministrativa.

Va ricordato che l'attuale legge prevede la vendita dei quotidiani e dei periodici, oltre che nelle edicole, anche nei bar, nelle rivendite dei tabacchi, nelle librerie, nelle stazioni di rifornimento di carburanti, nei supermercati.

Ci preme oltremodo sottolineare che la stessa direttiva europea esclude, all'articolo 40, le attività collegate a servizi d'interesse generale quali la libertà di espressione e il mantenimento del pluralismo della stampa: gli stessi motivi per i quali il parlamento ha sempre ritenuto necessario l'intervento delle istituzioni nella crescita della rete di vendita, attraverso il rilascio della autorizzazione amministrativa per la vendita dei prodotti editoriali.

L'impianto legislativo si rende necessario per impedire gestioni privatistiche nell'assegnazioni dei punti vendita ai richiedenti, per assicurare una rete capillare su tutto il territorio del Paese, evitare barriere di accesso al prodotto editoriale, garantendo la piccola e media editoria, la nascita di canali privilegiati nell'offerta del prodotto.

Se è vero, ed è vero, che il prodotto editoriale, data la sua peculiarità, non potrà mai essere paragonato ad un qualsiasi prodotto commerciale, è anche vero che vive di mercato, nel caso specifico vendita e pubblicità, e deve necessariamente seguirne l'andamento.

La crisi attuale dell'editoria è iniziata da qualche anno, ma viene da lontano; il problema non si è affrontato in maniera decisa per cercare nel limite del possibile di cambiare rotta e avviare un processo di rilancio dell'editoria.

Nella filiera della distribuzione fino alla rete di vendita, non si è sfruttato il momento della crescita dei fatturati, grazie ai prodotti allegati alle testate giornalistiche, per intervenire in modo radicale sui problemi storici che, da sempre, rappresentano un pericolo per i bilanci delle aziende che la compongono: la gestione della resa ed il costo del trasporto.

Appare chiaro, di qui, che i problemi dell'editoria non sono congiunturali ma soprattutto strutturali e, se non si affrontano in maniera decisa, il settore rischia una lunga crisi profonda che metterà in discussione la sopravvivenza di molti soggetti impegnati nella diffusione.

Cercare di risolvere il problema economico con tagli di produzione indiscriminati di prodotto editoriale periodico, senza che questi siano legati ai dati del mercato, o violente riduzioni del prezzo di copertina, accelerano sensibilmente il livellamento verso il basso dei punti vendita, non permette la crescita della rete e non garantisce l'editore, espone finanziariamente la rete di vendita e la distribuzione.

Grazie a questo meccanismo perverso avvertiamo tutta la fragilità del sistema.

In tutta Italia siamo passati dai 41000 punti vendita complessivi, esclusivi e non esclusivi, del periodo successivo alla legge 108/99 (2001), ai 33000 attuali.

Non sono scomparse solo le edicole, anche e soprattutto punti vendita non esclusivi, nati dopo la sperimentazione.

Il dato è comunque negativo e l'interpretazione del dato non può che essere la seguente: la vendita dei giornali, che fino a pochi anni fa per molti esercenti sembrava la manna o la panacea per alcuni mali, si è rivelata fallimentare.

Troppo lavoro, troppo impegno, guadagni sempre più ridotti, arrabbiature quotidiane, impossibilità di gestire al meglio la propria attività, la propria impresa.

Così chi affiancava alla propria attività la vendita dei giornali, in molti casi vi ha rinunciato.

E quelli che vivono solo della vendita di quotidiani e periodici, che futuro avranno?

Fino ad oggi, come sindacato, ci siamo preoccupati di far aprire altri punti vendita solo secondo logiche di programmazione, adesso siamo obbligati ad evitare la chiusura di quelli esistenti.

Un'inversione di tendenza così repentina che ha dell'incredibile.

Sappiamo che riuscire a riconquistare spazi di mercato acquisendo vecchi e nuovi lettori oggi (con le trasformazioni e i cambiamenti avvenuti e che avverranno) è estremamente difficile, se non impossibile, come è parimenti difficile offrire un prodotto su carta adeguato agli attuali tempi dell'informatica.

Sicuramente non aiuta il taglio dei fondi all'editoria, previsto dalla finanziaria 2010, e la soppressione del diritto soggettivo; decisioni che mettono in pericolo di sopravvivenza decine di testate storiche che hanno contribuito, con il loro impegno politico e culturale, a creare e, soprattutto, a mantenere alto ed imprescindibile il valore della democrazia e della nostra Costituzione.

Quello che urge è un progetto per fissare prospettive e obiettivi di sviluppo di questo particolare settore, che ha bisogno di veder delineate nuove regole con una nuova normativa ancor più rigorosa rispetto i criteri di erogazione dei fondi; finalizzata al consolidamento ed al rilancio delle aziende editoriali che investono in occupazione e innovazione tecnologica, tenendo conto del particolare momento storico e della particolare situazione di crisi che si è venuta a creare.

Una nuova legge di sistema, che preveda agevolazioni per l'ammodernamento e l'informatizzazione della rete di distribuzione e di vendita.

Siamo sempre più convinti che occorra un quadro normativo certo che riequilibri la garanzia d'accesso alla rete delle edicole del prodotto editoriale con la rispondenza del mercato.

Assumerci un onere della garanzia del pluralismo, diverso dall'odierno obbligo della parità di trattamento, passando attraverso nuove norme di legge combinate su una più aggiornata definizione del prodotto quotidiano e periodico ed accordi di settore siglati su tavoli istituzionali, può diventare un elemento di stimolo e di spinta per un prodotto editoriale più di qualità, più curato che vada veramente incontro al lettore.

Nel nostro mondo, il mondo della filiera editoriale, si confrontano tre livelli di impresa, è bene ricordarlo, che hanno scopi e fini anche divergenti ma che poi, come si addice a qualsiasi imprenditore, devono assumersi i rischi che i cambiamenti impongono e trovare la soluzione migliore, anche abbandonando logiche legate alla propria storia e alla propria appartenenza.

Ci auguriamo che in questa occasione un confronto con editori, distributori, istituzioni, forze politiche e sociali, possa delineare una nuova legge di sistema ed evitare che le sorti della intera filiera distributiva vengano decise da una presunta volontà dell'Europa espressa in una direttiva di qualche anno fa.

Roma, 23 febbraio 2010

SINAGI affiliato SLC-CGIL - Il Segretario Generale *Ermanno Anselmi*

CISL GIORNALAI - Il Segretario Generale *Massimo Cenci*

UILTuCS GIORNALAI - Il Presidente Nazionale *Enzo Bardi*

SNAG CONFCOMMERCIO - Il Presidente *Armando Abbiati*

FENAGI CONFESERCENTI - Il Segretario Nazionale *Giorgio Calabrò*

USIAGI UGL - Il Segretario Nazionale *Giuseppe Beltramo*