

**Bozza per una proposta di legge per SALVAGUARDARE E GARANTIRE
la diffusione della stampa quotidiana e periodica
(anno 2017)**

La proposta cerca di rivalutare l'offerta dell'editoria ovvero concentrare la vendita editoriale in meno punti per garantire che ogni punto vendita offra tutto il panorama editoriale offerto e recuperare i diritti nei confronti dei sistemi radio/televisivi e internet che spesso abusano dell'informazione della carta stampata senza tuttavia riconoscerne i costi.

La contrazione, ormai assodata e pressoché irreversibile, del mercato della carta stampata, contrariamente a quanto comunemente pensato... non si risolve liberalizzando e portando il prodotto ovunque, ma diminuendo i punti vendita, facendo però in modo che questi offrano tutti i prodotti editoriali sul mercato.

Solo così si possono diminuire i costi di portatura e diminuire la quantità dei prodotti resi, in contemporanea si agevola l'incontro dei lettori con tutto il panorama editoriale e li si può supportare con professionalità.

Inoltre per garantire un reddito equo ai punti vendita (che stanno diminuendo giorno per giorno) disperdendo quella professionalità acquisita in anni di sacrifici è indispensabile garantire un reddito equo ai (volgarmente detti) edicolanti che si realizza anche non disperdendo le vendite del prodotto base con gli abbonamenti e con le vendite estemporanee presso GDO e esercizi commerciali non proprio professionali e ha bassa vendita o di vendita di poche testate editoriali

Riconoscere alla filiera i diritti d'autore sui periodici messi a disposizione a gratis nei locali pubblici, copre un'ingiustizia e aiuta finanziariamente tutta la filiera che boccheggia da anni.

Si precisa che la vendita del prodotto editoriale non può ricadere nell'osservanza delle regole della **direttiva dell'Unione Europea 2006/123/CE**, conosciuta come **direttiva Bolkestein**, in quanto trattasi di prodotto venduto a prezzo imposto, senza possibilità di concorrenza, fornito in maniera programmata dai Distributori Locali DL e nella maggior parte dei casi in regime di Monopolio (unico fornitore obbligato per i

punti vendita). Oltre a ciò il settore (di interesse pubblico) è sovvenzionato ancora oggi dallo Stato vedi **LEGGE 26 ottobre 2016, n. 198** Istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione e deleghe al Governo per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell'editoria.

Il contenuto della bozza riguarda:

- Dipartimento per l'informazione e l'editoria agli Editori e il loro sistema sindacale
- gli Edicolanti e il loro mondo sindacale
- le emittenti radiofoniche e televisive
- i Portali online per lettura quotidiani e periodici
- la SIAE - Società Italiana degli Autori e degli Editori

Spirito della legge

La proposta nasce dall'esperienza diretta maturata sul punto vendita ed è rivolta a rendere sostenibile la situazione del settore dell'editoria su carta (in special modo dei punti vendita per arrestarne la moria) messo in crisi dall'avvento di Internet, dalla proliferazione di radio e TV, oltretutto dalla crisi economica.

Criteri nella modalità di applicazione della legge

- Blocco dell'apertura di nuovi punti vendita, chiusura di Punti vendita editoria che raggiungono bassi volumi di vendita restrizioni alle vendite nelle GDO
- Favorire il ritiro degli abbonamenti in edicola per riportare il cliente a contatto con tutto il panorama editoriale e dare la possibilità di acquistare il prodotto in abbonamento ma arricchito di inserti, DVD o gadget.
- Garantire un compenso minimo sulle pubblicazione vendute in CUT-PRICE
- Riconoscimento di Diritti a tutta la filiera editoriale per tutte quelle

pubblicazioni messe dai locali pubblici a disposizione dei propri clienti.

Art. 1

Razionalizzazione della rete vendita al fine di garantirne la sussistenza

Al fine di far incontrare più offerta possibile di prodotti editoriali con la domanda dei lettori e garantire la professionalità dei punti vendita e ridare vigore ai punti vendita si mette in atto una razionalizzazione dei punti vendita, diminuire i costi di portatura e le quantità di prodotti editoriali resi (ANCHE QUELLI DA MACERARE) oltrech  conservare il valore dell'avviamento dei punti vendita:

- Blocco per tre anni dalla data di entrata in vigore della legge dell'apertura di nuovi punti vendita (sia esclusivi che non esclusivi) su tutto il territorio nazionale se non dietro richiesta motivata dei comuni per coprire aree non servite. Saranno ammessi d'ufficio subentri su attivit  non cessate.
- Cessazione delle forniture di prodotto editoriale a quei punti vendita che in un periodo di un anno dalla data di entrata in vigore della legge non raggiungeranno il tetto dei 20.000 euro di acquisto di prodotto editoriale, fatti salvi i punti vendita dichiarati indispensabili per garantire l'informazione su un territorio ben delineato e con certificazione del comune. Per i punti vendita stagionali il fatturato sar  rapportato agli effettivi mesi di vendita di prodotti editoriali
- Cessazione delle forniture di prodotto editoriale a quei punti vendita che nel secondo anno dalla data di entrata in vigore della legge non raggiungeranno il tetto dei 30.000 euro di acquisto di prodotto editoriale, fatti salvi i punti vendita dichiarati indispensabili per garantire l'informazione su un territorio ben delineato e con certificazione del comune. Per i punti vendita stagionali il fatturato sar  rapportato agli effettivi mesi di vendita di prodotti editoriali
- Entro 20 mesi dalla promulgazione della Legge il Dipartimento per l'informazione e l'editoria dovr  valutare (in base agli eventi) se far cessare altre attivit  e fissarne il nuovo tetto e tenere bloccata l'apertura di nuovi Punti Vendita.

- abrogato il comma 3 e 5 dell'Art. 2 del DECRETO LEGISLATIVO 24 aprile 2001, n. 170, al comma 6 della legge detta viene tolta la frase " e per quelli non esclusivi "

Art. 2

Favorire il ritiro degli abbonamenti in edicola

Al fine di riportare i lettori nei punti vendita per farli incontrare con tutta l'offerta editoriale, per metterli in condizione di scambiare la pubblicazione in abbonamento con la stessa pubblicazione arricchita di Gadget, DVD/CD o inserti e altre offerte dell'editore, e per ricostituire uno zoccolo duro di incassi per le edicole, oltre che ha sanare il contenzioso Edicola/editore il quale ultimo offre in abbonamento sconto fino all'80% del prezzo di copertina mentre all'edicola è concesso il 19% si dispone:

- A partire da 90 giorni dalla promulgazione della legge le "Tariffe postali ROC" riservate agli editori per la consegna degli abbonamenti, vengono triplicate, perché ritenute Sotto-costi, oltre che concorrenza sleale dei punti vendita esclusivi, e causa di mancato introito delle Poste italiane (mancati guadagni da sottoporre a tassazione e dividendi per lo Stato)
- A partire da 90 giorni dalla promulgazione della legge, tutti gli abbonamenti postali per pubblicazioni diffuse anche in punti vendita editoriali al consumatore non potranno essere offerti con prezzo inferiore alla maggiorazione del 10% del prezzo di copertina (come il caffè servito al banco anche il giornale a casa deve costare di più) (più introiti per l'editore, meno aiuti dello stato da sborsare). Lo stile di vita attuale è cambiato, mobilità estrema, famiglie non più fisse, studi, corsi di aggiornamento ecc... è anacronistico pensare ad un abbonamento per un anno allo stesso indirizzo, oltretutto i punti vendita esclusivi garantiscono un'apertura di 365 giorni all'anno per 6 giorni (in alcuni casi anche sette) della settimana per 12 ore giornaliere e oltre.
- Il punto vendita (edicolante) cederà al cliente la rivista in abbonamento dietro ritiro di un buono o verifica su sistemi informatici. Il rimborso per tali buoni da

parte del DL/editore (calcolato sul prezzo di copertina della pubblicazione base abbonata) sarà all'edicolante decurtato del 5% come contributo per avere portato il cliente in edicola. Viene data l'opportunità all'edicolante di richiedere il rimborso di questo 5% al cliente, qualora l'edicolante non accetti questa pratica, ma dovrà essere opportunamente segnalato all'ingresso del punto vendita e fatto presente al cliente all'atto della presentazione dell'abbonamento. In vigore dopo 90 giorni dalla promulgazione della legge

- E' dato compito al Dipartimento per l'informazione e l'editoria di favorire la creazione di un sistema informatico per la gestione di abbonamenti e buoni sconto Unico per tutti gli editori, organizzato e gestito dalla FIEG e aperto a tutti gli editori anche se non iscritti a tale sindacato. I costi saranno a carico degli editori in costi da ripartirsi secondo l'uso.
- Per non declassare la qualità e l'autorevolezza del prodotto cartaceo è fatto divieto ad ogni editore di far consultare online la propria pubblicazione nel periodo di validità della stessa se non a chi è in possesso della copia cartacea e che per avere accesso alla copia online oltre ad inserire login e password debba inserire un codice di attivazione univoco stampato all'interno di ogni copia della pubblicazione e strutturato in modo da non essere intuito dal lettore. Potranno essere venduti abbonamenti per pubblicazione online presenti in edicola (senza avere copia cartacea) ma solamente per la copia delle pubblicazioni non valide ovvero richiamate in resa dai punti vendita.
- Vista la caduta delle vendite nonostante nel 2000 sia stata lanciata l'iniziativa de **"Il Quotidiano in Classe"** che ha fallito nel suo scopo perché congeniata in maniera da non portare lo studente in edicola a conoscere anche il resto delle proposte editoriali, oltretutto con la scusa della lettura a gratis allontanando dall'edicola anche gli operatori della scuola che approfittano degli studenti lavativi per leggere i giornali: si stabilisce che le copie devono essere ritirate in edicola con le stesse modalità degli abbonamenti ovvero con tagliandi dati a ogni singolo studente o gestite da sistema informatico da organizzare sopra

menzionato. Per le vendita di questi abbonamenti si fissa riconosciuto alle edicole un aggio pari al 15% (ovvero un rimborso dell' 96%) del valore di copertina della pubblicazione venduta.

Art. 3

Garantire un compenso minimo sulle pubblicazione vendute in CUT-PRICE

Al fine di garantire il giusto compenso ai gestori dei Punti vendita, oggi assoggettati all'obbligo della Parità di trattamento e al compenso fissato in percentuale sul prezzo di copertina, da editori che approfittando di queste regole abbassando i prezzi di copertina oltre ogni limite tanto da rendere ridicolo il compenso per l'edicola,(in quanto si accontentano dei proventi della pubblicità e delle sovvenzioni statali o lo fanno per acquisire quote di mercato o lanciare nuovi prodotti) pratica nota come CUT-PRICE si dispone:

- L'aggio riservato alle edicole per la gestione (arrivo, esposizione, vendita o resa) su ogni singola copia venduta di qualsiasi pubblicazione rimane fissato al contratto nazionale ma non può essere inferiore al compenso di un minuto valorizzato al doppio del prezzo incassato da chi opera con Voucher (oggi Voucher vale 10 euro per un'ora e l'aggio minimo corrisponde a 33 centesimi).
- L'aggio riservato alle edicole per la vendita abbinata di più pubblicazioni (vendute anche singolarmente) e quelle allegate non scadute (ovvero non richiamate in resa) non deve essere inferiore all'aggio minimo sopra definito per il numero di riviste valide.
- Si stabilisce che una pubblicazione che supera il peso di 300 gr. si debba considerare ai fine del calcolo dell'aggio come più riviste quante volte il suo peso è multiplo di 300 gr. per cui una rivista di 800 gr. sarà assoggettata alla regola che il compenso per l'edicola non dovrà essere inferiore all'aggio minimo moltiplicato per tre. (E' sottinteso che una pubblicazione pesante nel vero senso della parola ha all'interno tanta pubblicità e il compenso per l'edicolante (pur sempre minore di chi va volantinaggio) deve essere congruo.
- Gli inserti gratuiti da inserire a cura dell'edicola all'interno di quotidiani e

pubblicazioni varie dovranno essere compensati con un valore pari a 5 secondi del compenso di un Voucher che ad oggi corrisponde a 2,7 cent.

Art. 4

Riconoscimento di Diritti a tutta la filiera editoriale per tutte quelle pubblicazioni messe dai locali pubblici a disposizione dei propri clienti.

Al fine di riconoscere all'informazione cartacea gli stessi diritti dei mezzi radiofonici e televisivi che vantano nei confronti dei gestori di locali pubblici che mettono a disposizione dei clienti tali strumenti e al pari dei locali da ballo e intrattenimento e concerti ecc... regolati da canoni SIAE e come il noleggio di DVD si riconosce a tutta la filiera cartacea un compenso derivante dalla maggiorazione del prezzo di tutte quelle pubblicazioni in vendita nelle edicole in corso di validità (ovvero non ancora richiamate in resa) consultabili gratuitamente dai clienti nei locali pubblici (per locale pubblico vale la stessa classificazione che usa la SIAE per tassare i locali che ascoltano i mezzi audiovisivi):

- A partire da 180 giorni della validità della legge, tutte le pubblicazioni cartacee in corso di validità consultabili gratuitamente nei locali dovranno avere apposto un bollo annullato con Nome o codice della testata e data di acquisto. Tale bollo implica all'acquisto una maggiorazione del prezzo di copertina di tre volte pagabile all'acquisto all'edicola.
- Il bollo sarà in carta filigranata, tipo marca da bollo, e la stampa sarà frutto di autorizzazione ottenuta via Internet che terrà a mente tale emissione per comunicare ai distributori gli addebiti da fare alle rispettive edicole e comunicare agli editori cosa dovranno incassare in più dai DL per tale vendita.
- L'associazione degli editori con il Dipartimento per l'editoria dovranno creare e amministrare una società di gestione di tale sistema (senza scopi di lucro) alla quale viene data disponibilità di 300.000 euro l'anno anticipati dal Governo ma pagati annualmente dai gestori di emittenti radiofoniche e televisive (a compenso dell'informazione attinta quotidianamente a gratis dall'editoria cartacea) secondo tabelle da fissare a cura del dipartimento per

l'editoria e l'informazione... Tabelle che tengano conto semestralmente delle ore di trasmissione dedicate all'intrattenimento e all'informazione, dei dati di ascolto e della copertura di territorio. In ogni caso i 300.000 euro saranno ottenuti dalle risultanze di queste tabelle. Di anno in anno il Dipartimento editoria valuterà la congruità di questo importo.

- I fondi annualmente eccedenti (o mancanti) dovranno confluire annualmente in un fondo costituito per operare a difesa dei punti vendita che in caso di calamità naturali o per garantire una degna uscita dall'attività per chiusura totale e quant'altro di incontrollato si possa verificare... potranno accedervi gli edicolanti rispettando regolamento approntato dal dipartimento per l'editoria e l'informazione.
- Si istituisce una tassa per riconoscimento di diritti ora negati, i cui proventi confluiranno sempre nel fondo sopra-detto, a carico di tutti quei portali che offrono via internet, a enti, aziende, associazioni ecc... la rassegna stampa ricavata da più testate cartacee. Essi, a partire da 90 giorni dalla data di promulgazione della legge, dovranno Maggiorare le fatture emesse per tali servizi del 20%, e il pagamento sarà versato nei modi e nei tempi come fissati nel regime IVA.
- E' fatto divieto nei punti non custoditi dove vige la regola del self-service di porre in vendita pubblicazione non sigillate, questo per contrastare la lettura selvaggia delle pubblicazioni nei centri commerciali e strutture simili.

Art. 5

Vigilanza

Tutti i controlli e le sanzioni da mettere in atto per vigilare sul comma 5 art. 2 e dell'art.4 sono demandati alla SIAE che di concerto con il dipartimento per l'editoria ne dovrà stendere i regolamenti 30 giorni prima dell'entrata in vigore di ogni singolo comma.

Le sanzioni eventuali resteranno a disposizione della SIAE, che sarà in parte compensata per la vigilanza con quota da valutare dal dipartimento editoria e

ricavabile dal fondo ottenuto tassando i siti Internet.

Il dipartimento per l'editoria e l'informazione è tenuto annualmente a rendicontare quanto avvenuto e proporre aggiustamenti.

P.S. La sostenibilità economica va valutata con gli organi competenti ed eventualmente aggiornati i valori.

Contatti:

Ciamberlini Oriano

Edicola: NOVA srl - Via Minonna, 33/a - 60035 JESI (AN) - tel/fax 0731.220038

e-mail: oriano.c@libero.it