



**FEDERAZIONE ITALIANA
EDITORI GIORNALI**

SENATO DELLA REPUBBLICA

Commissione 10^a

(Industria, commercio, turismo)

**AUDIZIONE INFORMALE DEL PRESIDENTE DELLA FIEG
(FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI GIORNALI)
ANDREA RIFFESER MONTI**

**Esame dell'affare assegnato sulle iniziative di sostegno ai
comparti dell'industria, del commercio e del turismo
nell'ambito della congiuntura economica conseguente
all'emergenza da COVID-19 (n. 445)**

28 maggio 2020

1. Passato: la situazione del settore prima della pandemia

La stampa quotidiana e periodica subiva una grave crisi prima della pandemia, tra il 2007 e il 2019:

- 1) ricavi complessivi da 7,028 a 2,763 miliardi di euro (-60,7%) di cui:
 - ricavi pubblicitari da 3,238 a 0,875 miliardi di euro (-73%);
 - ricavi da vendita da 3,790 a 1,888 miliardi di euro (-50,2%);
- 2) copie vendute di quotidiani da 5,240 milioni di copie al giorno a 2,177 milioni (-58,5%);
- 3) edicole da 35mila a meno di 28mila;
- 4) imprese di distribuzione da oltre 150 a meno di 80.

A nome degli editori della Fieg vorrei, in premessa, esprimere un convinto apprezzamento al Governo, al Parlamento ed alle forze politiche per l'attenzione dedicata al settore ed alle misure introdotte per la gestione della crisi, sia con la Legge di Bilancio, sia quelle introdotte con le recenti misure urgenti.

In particolare, con la legge di Bilancio sono state introdotte nuove regole per i prepensionamenti che, recependo le richieste della Fieg, consentiranno di favorire l'evoluzione tecnologica del prodotto ed il ricambio generazionale. Queste misure per i giornalisti, oltre a prevedere l'assunzione di giovani con competenze adatte ai nuovi strumenti di comunicazione, comportano importanti impegni.

Le aziende, infatti, dovranno sostenere un importante sforzo sia per la riorganizzazione delle attività produttive, sia per la necessaria liquidità: si stima, infatti, siano necessari nei prossimi anni 119 milioni di euro per favorire l'uscita di circa 1.400 persone attraverso il prepensionamento, strumento di gestione non traumatica alternativo ai licenziamenti.

Questi ingenti oneri straordinari devono ora essere gestiti con le difficoltà conseguenti alla situazione della pandemia, che ha ulteriormente drasticamente ridotto i ricavi e la liquidità delle imprese. Occorrono ora interventi urgenti anche sulla liquidità delle imprese che tengano conto della mutata situazione di mercato.

Il sottosegretariato Martella ha, poi, annunciato la riforma complessiva dell'editoria 5.0 che dovrà affrontare i temi strutturali del settore ma che è stata, purtroppo, rinviata per gli interventi per la pandemia Covid-19.

2. Presente: la situazione attuale

Nel **primo semestre** dell'anno le imprese editrici si stima subiranno una perdita di:

- 1) ricavi complessivi di 403 milioni di euro di cui:
 - ricavi pubblicitari di 191 milioni di euro (-45% per i quotidiani e -60% per i periodici) e -23 milioni di euro riduzione degli investimenti pubblicitari digital;
 - ricavi da vendita di 189 milioni di euro (-20%).

Per affrontare la situazione sono già state introdotte alcune misure che sono di aiuto nella gestione dell'emergenza per un settore che ha mantenuto in attività le aziende con importanti investimenti in sicurezza e riorganizzazione del lavoro.

Gli interventi nel dl "Cura Italia"

a) credito di imposta sugli investimenti pubblicitari: dalla sola parte incrementale al totale al 30%;

b) credito di imposta edicole: importo da 2 a 4 mila euro, esteso alle imprese di distribuzione per le consegne effettuate nei piccoli comuni.

Gli interventi del decreto "Rilancio"

- a) rafforzamento degli incentivi per gli investimenti pubblicitari nel 2020, con più risorse (40 milioni) e una più alta percentuale di credito di imposta (50% al posto del 30% degli investimenti complessivi);
- b) credito di imposta del 30% degli investimenti in servizi digitali effettuati nel 2019;
- c) credito di imposta sugli acquisti di carta per la stampa dei giornali (8% della spesa del 2019);
- d) maggiore percentuale di forfettizzazione delle rese per il calcolo dell'IVA (dall'80% al 95%);
- e) contributo una tantum di 500 euro per gli edicolanti;
- f) proroga dei contratti tra le agenzie di stampa e la Pubblica amministrazione.

3. Futuro: le proposte

Gli interventi varati consentono di attenuare i pesanti effetti della crisi in atto: sono necessari ulteriori interventi per evitare la chiusura di molte imprese editoriali e il rischio concreto di una desertificazione del panorama dell'informazione giornalistica.

Per evitare ciò sono indispensabili ulteriori misure:

- A) favorire la remunerazione del prodotto sul web:
 - rapida attuazione della direttiva sul diritto d'autore ed obbligo di negoziazione per le piattaforme digitali;
 - contrasto alla pirateria;
 - riequilibrio del mercato pubblicitario;
- B) potenziamento del credito investimenti pubblicitari, con aumento delle risorse;
- C) contributo a fondo perduto in cambio di un impegno nell'offerta di spazi per il rilancio del Sistema Italia (alle imprese per la pubblicità e alle istituzioni per la comunicazione ai cittadini);
- D) riduzione dei contributi previdenziali del costo del lavoro giornalistico fino al 31 dicembre 2020, nel rispetto dei nuovi limiti degli aiuti comunitari;
- E) reintroduzione dell'obbligo di pubblicazione degli avvisi d'asta sui quotidiani;
- F) sostegno alla rete di vendita con buoni fiscali per la fedeltà all'acquisto di giornali in edicola per persone di età superiore ai 65 anni.