

**A.S. 2448**

**DISEGNO DI LEGGE**

**Bilancio di previsione dello Stato per l'anno  
finanziario 2022 e bilancio pluriennale per il triennio  
2022-2024**

**Ill.ma 5<sup>a</sup> Commissione permanente (Bilancio)  
A.S. 2448**

MEMORIA SNAG – CONFCOMMERCIO

“INTERVENTI URGENTI A SOSTEGNO DELLA RETE  
DI VENDITA DELLA STAMPA”

novembre 2021

## LE EDICOLE: UNA RETE DI PROSSIMITÀ ESSENZIALE PER IL PAESE ITALIA DA TUTELARE, INNOVARE E SVILUPPARE

L'emergenza COVID-19, nella sua drammaticità, ha evidenziato come la rete di vendita delle edicole costituisca un servizio di interesse generale per il Paese, essenziale per garantire l'esercizio dei diritti di libertà riconosciuti dall'art. 21 della Costituzione, nonché dall'art. 10 della CEDU e dall'art. 11 della Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea.

La Commissione Europea ha da tempo riconosciuto come i punti vendita editoriali (cfr. risposta ad interrogazione ex art. 130 Reg. Parl. Eur. IT E-000827/2015) *“servono un motivo imperativo di interesse generale come definito all'articolo 4, paragrafo 8, della direttiva sui servizi”* e che, tra *“motivi imperativi di interesse generale riconosciuti come tali dalla Corte di giustizia rientrano gli obiettivi di politica culturale ... il mantenimento del pluralismo della stampa (articolo 4, paragrafo 8, e considerando 40 della direttiva sui servizi)”*.

È innegabile tuttavia che tutta la filiera della stampa soffra una crisi profonda i cui numeri sono evidenti e bene noti a codesta illustrissima Commissione.

Grazie a interventi normativi quali il **tax credit edicole** (originariamente istituito dall'articolo 1, c. 806ss., della Legge 30 dicembre 2018, n. 145, e s.m.i. e prorogato dall'articolo 1, comma 609, della Legge 30 dicembre 2020, n. 178, con una serie di integrazioni introdotte dall'art. 67, comma 8, del Decreto-Legge 25 maggio 2021, n. 73, convertito con modificazioni dalla Legge 23 luglio 2021, n. 106, per le spese sostenute nel 2021) e i **bonus edicola una tantum** erogati a vantaggio delle edicole esclusive (previsti rispettivamente dall'articolo 189 del Decreto-Legge 19 maggio 2020, n. 34, convertito con modificazioni dalla Legge 17 luglio 2020, n. 77 e dall'articolo 6-ter del Decreto-Legge 28 ottobre 2020, n. 137, convertito con modificazioni dalla Legge 18 dicembre 2020, n. 176) è **stato possibile arginare il trend di chiusure dei punti vendita che si protraeva da anni**.

Da una analisi compiuta da questa Organizzazione di Categoria sulla base dei dati Union Camere è emerso infatti che, tra gli inizi del 2020 e gli inizi del 2021, solo pochissimi punti vendita hanno cessato l'attività, nonostante l'emergenza pandemica COVID-19 (i punti vendita esclusivi sono passati da 13.216 a 13.201).

Ne consegue che l'effetto sinergico delle **misure sopracitate**, unitamente a tutte le altre misure adottate dal Parlamento in questi mesi, si sono **rivelate essenziali e grandemente efficaci** ed hanno permesso di garantire **l'universalità del servizio di diffusione della stampa sul territorio nazionale**.

La **rete di vendita delle edicole è infatti essenziale per garantire in concreto il diritto all'informazione**: in termini percentuali oltre il 73% della popolazione adulta legge su carta (l'Italia infatti è il quarto più grande mercato nel campo delle pubblicazioni di notizie in Europa ma è al penultimo posto in merito al numero di persone che usano il Web per leggere le notizie).

L'informazione cartacea è quindi ancora fondamentale per garantire l'accesso all'informazione degli italiani senza considerare poi che quasi il 90% del fatturato diffusionale delle imprese editoriali deriva dalle vendite dei prodotti cartacei che sono veicolati quasi integralmente dalle edicole (secondo il report PWC Italy 2020-2025 nel 2020 i ricavi diffusionali dei quotidiani italiani derivanti dalla vendita del prodotto cartaceo hanno rappresentato l'87,9% del totale e nel 2025 rappresenteranno ancora 87,4% del totale).

In relazione al quadro sopra delineato, ad avviso dello SNAG, è necessario **accrescere e rafforzare gli strumenti a tutela della rete di vendita della stampa, estendendo alle edicole alcune misure già previste dalla Legge di Bilancio 2022 e introducendone di nuove** per cogliere le opportunità di sviluppo e liberare il potenziale delle edicole in termini commerciali e di servizi di prossimità al cittadino.

Il Disegno di Legge di Bilancio 2022 prevede opportunamente la creazione di un **Fondo Straordinario per l'Editoria per il 2022 e per il 2023, rafforza il credito d'imposta per le librerie e conferma l'inclusione nell'App18 delle spese per l'acquisto degli abbonamenti di quotidiani e periodici.**

Tutte misure assolutamente condivisibili e condivise da questa organizzazione, **misure che tuttavia andrebbero estese anche alla rete delle edicole, micro-imprese fondamentali per la filiera editoriale e per l'accesso all'informazione per i cittadini** che invece sono rimaste (inspiegabilmente) escluse da qualsivoglia forma di sostegno o incentivo nell'ambito della Legge di Bilancio 2022.

## SINTESI PROPOSTE

Sussiste la necessità di individuare con urgenza misure che sostengano e promuovano lo sviluppo anche della rete di vendita della stampa, per garantire l'effettivo accesso ad un'informazione pluralista rafforzando le misure esistenti (tax credit edicole) che si sono rivelate essenziali per conservare una rete di vendita capillarmente diffusa sul territorio ed introducendone di nuove al fine di promuovere la domanda e la creazione di nuove edicole.

Lo SNAG sottopone all'attenzione di codesta ill.ma Commissione le seguenti proposte per sostenere e innovare la rete di vendita di quotidiani e periodici nell'ambito della Legge di Bilancio:

- *Ampliamento dei soggetti che possono accedere al Fondo Straordinario per gli interventi di sostegno all'Editoria*

Inserire le edicole tra i destinatari del "Fondo Straordinario per gli interventi di sostegno all'Editoria", previsto dall'art. 122 del Disegno di Legge all'esame di codesta ill.ma Commissione. Tale fondo straordinario è destinato a incentivare gli investimenti delle

imprese editoriali, nonché a sostenere le ristrutturazioni aziendali e gli ammortizzatori sociali e a sostegno della domanda di informazione. **È necessario inserire tra i soggetti che possono accedere al fondo anche le edicole (anello terminale della filiera editoriale dove si determina l'incontro tra domanda e offerta informativa e dove si realizzano la gran parte dei fatturati diffusionali delle imprese editoriali)** affinché sia concessa anche a queste imprese della filiera editoriale la facoltà di accedere ad un fondo creato per rilanciare e sostenere il settore dell'Editoria e destinato all'innovazione tecnologica e alla transizione digitale, a sostenere le ristrutturazioni aziendali e al sostegno della domanda di informazione dell'Editoria. Sarebbe altresì opportuno ampliare le finalità del Fondo includendo nuove opportunità imprenditoriali e commerciali per i punti vendita e la consegna a domicilio delle pubblicazioni. È evidente infatti che, da un lato, **anche la rete di vendita abbia disperato bisogno di innovazione e transizione digitale** e che, dall'altro, **il sostegno alla domanda debba necessariamente riguardare anche le edicole, dove quella domanda può trovare soddisfazione**, e in ogni caso, è evidente che risulti **poco efficiente sostenere la produzione di prodotti editoriali se non si tutelano parallelamente i luoghi dove questa offerta incontra la domanda di pubblicazioni e dove il pluralismo trova concreta realizzazione**. In conclusione, secondo questa Organizzazione di Categoria, deve convenirsi che **un fondo che sostiene l'Editoria dovrebbe necessariamente sostenere anche la rete di vendita dedicata all'Editoria quotidiana e periodica**.

- Proroga tax credit edicole per le spese sostenute nel 2022 per sostenere gli investimenti. Ampliamento delle voci di spesa. Criteri premiali.

Similmente a quanto fatto con il *tax credit* per le librerie nell'ambito della Legge di Bilancio 2022, considerato il ruolo e la funzione delle edicole di servizio essenziale per l'accesso all'informazione a mezzo stampa e tenuto conto dell'impatto positivo che il *tax credit edicole* ha dimostrato sul settore come concreta misura di sostegno, **è necessario prorogare il credito di imposta introdotto dall'articolo 1, c. 806ss., della Legge 30**

dicembre 2018, n. 145, e s.m.i. anche per il 2023, relativamente alle spese sostenute dagli edicolanti nel corso del 2022. Tale misura andrebbe infatti a sostenere gli investimenti e il livello di spesa produttiva delle imprese del settore nel 2022. È opportuno prevedere la cedibilità a terzi del predetto credito e aumentare le voci di spesa cui parametrarlo, inserendo ad esempio le spese per l'acquisto servizi e/o beni strumentali all'informatizzazione o allo sviluppo tecnologico del punto vendita, le spese per servizi bancari o per mutui o per garanzie fideiussorie, le spese per contributi previdenziali riferiti anche ai collaboratori familiari, il recupero quote di ammortamento per avviamento, beni immobili e costruzioni leggere. Al fine di promuovere l'imprenditoria femminile e quella giovanile (sostenendo il ricambio generazionale) e le edicole posizionate in aree marginalizzate, sarebbe necessario innalzare la misura del credito a 6.000 euro per le imprese femminili, per gli under 35 e per le imprese localizzate in aree marginalizzate o quando rappresentano l'unico punto vendita in un Comune o in una frazione o circoscrizione, ottenendo un riequilibrio territoriale nell'erogazione dei servizi e nell'accesso all'informazione.

- *“Bonus nuova edicola” per il ricambio generazionale e per il sostegno alla creazione di nuove edicole*

Per sostenere il ricambio generazionale e stimolare la creazione di nuove imprese nel settore della vendita al dettaglio di quotidiani e periodici si propone di inserire un **“bonus nuova edicola”** dedicato alle **nuove aperture** o ai **subentri di esercizi commerciali dedicati in via esclusiva** alla vendita di quotidiani e periodici per sostenere la capillarità della rete di vendita e **incentivare l'avvio di imprese giovanili e femminili e per contrastare la “desertificazione” dei punti vendita**, con un **contributo annuale** a fondo perduto pari a 5.000 euro per **chi avvia l'attività di vendita esclusiva di quotidiani o periodici o a chi subentra a un punto vendita esclusivo esistente**. Tale importo potrebbe essere incrementato a 7.000 euro annui qualora tale soggetto abbia meno di 35 anni (imprese giovanili) e/o sia una impresa femminile e/o l'edicola risulti localizzata nel sud e nelle isole.

▪ Estensione del “bonus cultura” App18 agli acquisti di quotidiani e periodici in edicola

È estremamente opportuno **estendere il “bonus cultura” in favore dei diciottenni (App18) anche alla spesa per l’acquisto di giornali quotidiani e periodici in edicola**. È peraltro singolare che una misura come il bonus cultura per i diciottenni, volta a promuovere il consumo culturale, abbia finora escluso gli acquisti in edicola mentre viene riconosciuta la facoltà di utilizzare questa agevolazione per gli acquisti di abbonamenti a quotidiani o periodici. Tale discriminazione in merito alla fonte dove acquistare il prodotto non appare giustificata. In edicola i giovani possono trovare un’offerta informativa estremamente variegata e variare le pubblicazioni acquistate in funzione delle proprie necessità o curiosità culturali, in un contesto informativo veramente plurale.