

LA DISTRIBUZIONE DELLA STAMPA MANDA UN S.O.S. ALL'EUROPA: SERVE UNA POLITICA COMUNITARIA DI SUPPORTO



Un primo passo è stato il Convegno presso il Parlamento Europeo sulla distribuzione della stampa in Europa e sul diritto all'informazione dei cittadini europei.

IL DIRITTO DEI CITTADINI EUROPEI DI RICEVERE L'INFORMAZIONE A MEZZO STAMPA A RISCHIO

I dati sono chiari e negativi:

- **45% IN MENO DI VENDITE IN TUTTA EUROPA**
- **30% IN MENO DI RIVENDITE SUL TERRITORIO EUROPEO**

La Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea (Articolo 11 Libertà di espressione e d'informazione) stabilisce che tutti abbiamo l'eguale diritto di ricevere informazioni ma ci chiediamo: quando nel territorio di un comune (o di intere regioni come sta accadendo in Molise) non troveremo più neanche un punto vendita, dove compreremo un giornale e come faremo a

ricevere informazioni?

In effetti, secondo l'eurobarometro, i cittadini europei considerano i quotidiani e periodici come una fonte primaria e altamente credibile di informazioni (63%) mentre quella meno attendibile è rappresentata dai siti web e dai social networks (solo il 26% degli intervistati ritiene queste fonti credibili).

In questo contesto si inserisce il convegno "LA RETE DI DISTRIBUZIONE DELLA STAMPA IN EUROPA E IL DIRITTO ALL'INFORMAZIONE DEI CITTADINI EUROPEI" organizzato dall'eurodeputato David Sassoli presso la sede del Parlamento Europeo a Bruxelles, al quale è stato invitato a partecipare anche lo SNAG.

L'eurodeputato **Sassoli** è da sempre attento alle problematiche del settore e ha introdotto l'incontro sottolineando che il mercato della stampa europea evidenzia fortissime "incongruenze" e che sarebbe auspicabile una serie di regole condivise per arginare la crisi.

Secondo il vicepresidente del Parlamento europeo ci sono una serie di tendenze e dati preoccupanti.

Ha infatti precisato che:

- "E' arrivato il momento di chiedersi come sostenere 300.000 punti vendita in Europa rispetto al digitale che colpisce il settore duramente";
- "dobbiamo arrivare a considerare il vostro settore come un settore di pubblico interesse";
- "serve unità ed una disciplina europea comune di supporto";
- "non dobbiamo vedere i nostri sistemi distributivi come isole. Non si può procedere isolati".

Sassoli ha quindi concluso il suo intervento citando lo storico e filosofo, Alexis de Tocqueville il quale, nella diffusione di enormi quantità di quotidiani nelle stazioni ferroviarie Americane, vedeva la nascita dell'opinione pubblica moderna e ha chiosato affermando che "non possiamo permetterci di abbandonare questa modalità di comunicazione."

GLI INTERVENTI DEI RAPPRESENTANTI DELLA DISTRIBUZIONE EUROPEA

Nel convegno di Bruxelles è emerso dai vari interventi un contesto simile in tutti i paesi europei: vendite del cartaceo a picco (- 50% negli ultimi 10 anni), riduzione della propensione alla lettura, costi distributivi in crescita, necessità di proteggere la rete di vendita a tutela del diritto di informazione e soprattutto del diritto dei cittadini di essere informati.

Il primo intervento è stato quello di **Pedro Castanos** (SGEL - Sociedad General Espanola de Librería) che ha ricordato come stiamo vivendo una crisi importante degli editori e, a cascata

("sotto agli editori che ora fanno altre cose e che hanno fatto un sacco di soldi"), dei distributori, degli stampatori e dei rivenditori.

Bisogna risolvere due problemi - ha sottolineato Castanos - riconvertire 300.000 posti di lavoro a rischio e riparare un canale di diffusione della stampa danneggiato. Ed ha concluso affermando che: *"Alla fine è una questione di soldi perché per fare queste due cose servono fondi"*.

La **Presidente di Distripres** (associazione internazionale che raggruppa i rappresentanti di tutta la filiera diffusoria) ha evidenziato che le problematiche connesse alla diffusione della stampa in Europa sono comuni e consistono nel crollo delle vendite, nella diminuzione dei punti di vendita, nella competizione del digitale e nei margini troppo bassi.

Secondo la Distripres tutti gli attori della filiera hanno adottato delle misure drastiche, talvolta sproporzionate. C'è un diffuso processo di concentrazione nella distribuzione: in Svizzera opera un solo distributore, in Inghilterra ha chiuso uno dei maggiori distributori e la diffusione della stampa è stata affidata prevalentemente alla GDO (Grande Distribuzione Organizzata) con gravi conseguenze per la diffusione dei prodotti editoriali meno conosciuti. E i rivenditori dedicano meno spazio alla stampa.

Con il risultato che per rispondere alla crisi si sono adottate scelte quali: riduzione della tiratura ed invio di minori quantità di prodotto (vi è poca scelta nelle singole attività), chiusura dei punti vendita in virtù del fatto che nessuno vuole vendere giornali, etc.

Interessanti le conclusioni finali della Presidente di Distripres: *"Se la distribuzione perde i rivenditori, la distribuzione soffre perché ogni anello è interconnesso e siamo vicini alla bottom line (ovvero al "punto di non ritorno")"*.

Jose Manuel Anta, direttore dell'IPDA (l'Associazione Internazionale degli Editori e dei Distributori) ha ricapitolato, poi, un serie di dati preziosi: in Europa abbiamo circa 300.000 punti vendita, 300 aziende di distribuzione e 1 milione di occupati nel settore. Numeri importanti che meritano l'attenzione delle istituzioni europee. Ha però evidenziato come negli ultimi 10 anni si sia avuta una riduzione delle vendite del 45% ed una riduzione dei punti vendita su base europea del 30%.

Profetico (speriamo di no!) quanto allarmante l'esordio di **Michael Falter**, è membro dell'importante Distributore di stampa tedesco PRESSE GROSSO: *"se il settore della carta stampata muore, la democrazia muore il giorno seguente"*. Secondo Falter, anche se il 10% delle testate corrisponde al 90% dei fatturati della filiera, bisogna assicurare la diffusione paritaria e neutrale anche dei piccoli editori, lavorando sulla migliore diffusione possibile.

Interessante l'intervento di **Uberto Frascerra**, Ceo di ME.PE. che ha fornito un dato positivo: "C'è

una speranza per il cartaceo perchè il 73% dei ragazzi nati prima del 2000 legge almeno una rivista al mese".

PROPOSTE

A conclusione dell'incontro, è intervenuto nuovamente il Presidente IPDA Jose Manuel Anta sottolineando l'importanza di interventi da parte dello Stato per sostenere il settore (in Francia il Governo garantisce il diritto di accedere all'informazione sostenendo direttamente l'attività di distribuzione e in Spagna stanno predisponendo uno studio per mostrare al Governo delle soluzioni idonee) e serve anche un supporto dall'Unione Europea.

I piani di intervento possono essere:

- supporto economico per le aree svantaggiate, le isole o aree poco popolate (agevolazioni fiscali per i punti vendita, aiuti per i costi di trasporto ecc.);
- una legislazione sostanziale e fiscale di aiuto al settore distributivo;
- un supporto per i punti vendita esclusivi di nuova generazione (PoS - Point of Sales - 2.0 che sono nuovi punti vendita professionali che avranno un ruolo chiave nell'accesso all'informazione a mezzo stampa e ai servizi per i cittadini europei);
- l'inserimento della diffusione della stampa nell'agenda della Creative Europe Cultural Program 2021-2027.

David Sassoli ha chiuso, poi, i lavori raccomandando alle singole componenti della filiera di costituirsi come "piattaforma unica nella vendita dei giornali". L'assalto del digitale è aggressivo. E' necessario contrapporre al digitale una piattaforma della distribuzione della carta stampata per portare avanti le proprie rivendicazioni anche in sede europea.

Poche ore dopo l'incontro il Vicepresidente del Parlamento Europeo, Sassoli ha twittato *"Proteggere la distribuzione della stampa è garantire pluralismo e maggiore libertà dell'informazione. La crisi è fortissima. Servono stesse condizioni economiche e giuridiche per competere con le multinazionali del web"*.

LA POSIZIONE DELLO SNAG

E lo SNAG che ne pensa?

Fare una piattaforma unica con Editori, DN e DL? Un programma quantomeno ambizioso, forse un po' lontano dalla realtà italiana.

Abbiamo ascoltato con attenzione la relazione in merito alle problematiche relative alla diffusione della stampa in Europa e condividiamo alcuni aspetti mentre siamo più critici con alcune delle proposte avanzate.

Ad esempio, siamo assolutamente d'accordo nel ritenere i **punti vendita essenziali per la tutela del diritto all'informazione dei cittadini e del pluralismo della stampa e sulla necessità (assolutamente prioritaria) di intervenire per arrestare l'emorragia di punti vendita esclusivi** perchè, quando chiude un punto vendita, si perdono posti di lavoro, si polverizza una impresa familiare frutto di tanti sacrifici, si perde fatturato e si chiude per i cittadini, una porta di accesso all'informazione.

In Italia sono moltissimi i comuni che oggi non vengono forniti dalla distribuzione e che si ritrovano senza neppure un punto vendita.

Su questo punto non possiamo non rilevare una **contraddizione profonda**: da un lato, i **Distributori Nazionali di tutta Europa chiedono a gran voce di difendere la rete di vendita specializzata nella vendita della stampa** e, dall'altro **i loro mandatari (Distributori Locali) sospendono le edicole o le costringono a chiudere** imponendo costi, prestazioni e servizi aggiuntivi (vietati per legge in Italia). Pare che in Europa i carnefici si siano travestiti da vittime o quanto meno c'è una **omissione di soccorso nei confronti di una rete di vendita** che (a parole), tutti dicono essere preziosa ed essenziale per il futuro della stampa, ma che nessuno aiuta in concreto, anzi.

Allora ben vengano **forme di contribuzione e di supporto ma queste devono arrivare direttamente ai punti vendita** per garantire la loro effettiva sopravvivenza e consentire loro lo svolgimento dell'attività di servizio di pubblico interesse.

Ben venga anche un **intervento a livello normativo che permetta forme di tutela per i punti vendita esclusivi**: ci riferiamo a forme di programmazione territoriale per avere una rete di qualità, professionale e dedicata all'informazione e che sia in grado di veicolare tutta l'informazione (e non solo le testate alto vendenti).

Ben venga anche lo sviluppo tecnologico delle edicole ma le contribuzioni devono andare direttamente ai punti vendita che sostengono i costi anche per l'acquisto di hardware e l'utilizzo del software.

Infatti non possiamo non constatare come **in Italia molti (se non tutti) i costi distributivi e quelli per l'informatizzazione vengono scaricati a valle sull'anello più debole della catena che sono i punti vendita specializzati**.

Quindi, **contribuzioni sì, forme di incentivi e supporto sì, ma rivolti in maniera diretta ed immediata ai singoli punti vendita**, che sono quelli che hanno il pubblico dei lettori e che

garantiscono effettivamente il diritto all'informazione dei cittadini europei.