



# LETTERA APERTA AGLI OPERATORI DELLA RETE STAMPA

Milano 8 ottobre 2013

Spett.le Editori, Distributori Nazionali, Edicolanti e Lettori, la presente per replicare brevemente alla lettera aperta di Snag, pubblicata su Italia Oggi nella giornata di venerdì, in tema di diffusione stampa e rete vendita.

Lettera di cui da subito, non possiamo non rilevarne la colpevole e voluta erroneità tecnica ed il tono inaspettatamente aggressivo e poco rispettoso per il lavoro e l'impegno di moltissimi operatori della distribuzione, altamente specializzati, che in un mercato ed in un momento di grandissima difficoltà per tutti, stanno garantendo a fianco delle amministrazioni editoriali, un servizio di vitale importanza e delicatezza.

Andiamo con ordine:

NDM (Network Diffusione Stampa) è l'Associazione di categoria che rappresenta e tutela a livello nazionale, le imprese di Distribuzione Locale della Stampa, con particolare attenzione alle imprese di maggiori dimensioni e operanti nelle più grandi città italiane. Le sole aziende nostre associate esprimono circa il 67% del mercato distributivo italiano, fornendo giornalmente (almeno 360 gg. anno), da sole, circa 20.000 punti vendita.

In tema di diritto costituzionale ad informare e diritto per i cittadini ad essere informati, la distribuzione locale ha, almeno a parità degli altri operatori, analogo onore e responsabilità, nell'evidenza che senza giornali in edicola, nessun diritto di informazione, almeno per tale canale, è utilmente possibile.

Secondo i proclami di Snag, diamo quindi voce a gran parte dei "padroni" o "signori feudali" del mercato stampa; al contrario, Snag esprime invece una quota assolutamente contenuta nella rappresentanza della rete vendita italiana.

Alcune brevi riflessioni di carattere generale e strutturale:

- Le Agenzie di distribuzione, fulcro logistico tra Editore e rete vendita, svolgono specifica attività d'impresa, senza alcun contributo pubblico diretto od indiretto. La remunerazione delle proprie attività (diffusione, trasporto, resa) è determinata esclusivamente in % sulle sole copie effettivamente vendute dalla rete vendita, garantendo diritto di resa a quest'ultima, e con esclusivo rischio d'impresa a proprio carico.

A fronte di investimenti decisamente ragguardevoli in termini di infrastrutture ed impianti, nonché di anticipazioni verso le amministrazioni editoriali, gli affidamenti di parte editoriale risultano nei fatti liberamente disponibili. Le nostre agenzie sono costantemente "scelte" dalla componente editoriale, a cui evidentemente dobbiamo rispondere con efficienza ed efficacia, nell'ambito di un rapporto che ci vede tuttavia, almeno sino ad oggi, partners qualificati.

- La lamentata posizione di monopolio delle Agenzie di Distribuzione, è stata, come noto da tutti, ampiamente analizzata e inequivocabilmente esclusa da due indagini dell'AGCM, nonché in ogni pronuncia giurisdizionale sino ad oggi intervenuta (ad es. da ultimo, Tribunale di Ferrara 22 agosto 2013).

La magistratura e l'AGCM quindi se ne sono già ampiamente occupate, escludendo, in termini generali, ogni e qualsiasi abuso di posizione dominante (Dove? Quando?).

Chiediamoci però perché vi sono così pochi operatori e perché nessuna "nuova" realtà entra in questo mercato. Forse perché è un'attività difficile, e di dubbio margine? Forse perché le regole di settore impongono condizioni almeno complicate da gestire? Forse perché gli investimenti e le garanzie dovute sono tali e tante da scoraggiare i più?...Almeno chiediamocelo

- Il rilievo in tema di qualificazione giuridica del rapporto tra Distribuzione e Amministrazioni editoriali, è tema molto complesso e la facile "soluzione" individuata dal Sindacato risulta in questa sede molto curiosa; almeno ai nostri occhi, appare forse il tentativo, legittimo ma rinunciario, di chiedere ad altri la soluzione di problemi, in cui forse si è persa la propria funzione.

Ci confronteremo...

- Il rinvio all'Accordo Nazionale, quale medicamento miracoloso alle innegabili difficoltà del settore, appare infine francamente incomprensibile, stante anche l'evoluzione normativa intercorsa, in tema di liberalizzazioni e modifica della disciplina di settore (D.Lgs 170/01).

Fatte salve tutte le insormontabili difficoltà in ordine all'applicazione soggettiva del richiamato Accordo, osserviamo almeno:

- L'Accordo Nazionale sulla vendita dei giornali è stato siglato in data 19/03/2005 (8 anni fa...un'altra era commerciale); lo stesso è formalmente scaduto in data 31/12/2009;

- La distribuzione, TUTTA, ha formalmente ritirato da tempo la propria adesione a tale Accordo, unitamente a due OO.SS. dei rivenditori (Fenagi e Cisl).

Confrontiamoci però..

Insomma tutto si può dire ma non che vi sia pacifica chiarezza sui responsabili, ovvero che tutto sia di pronta e facile soluzione attraverso l'individuazione di facili "colpevoli" a prescindere.

La realtà è invece che l'intero comparto sta subendo una crisi pesantissima, che ha visto negli ultimi 4 anni moltissime agenzie di distribuzione, cessare traumaticamente la loro attività, molte delle quali in pesantissimi stati di insolvenza, determinata proprio da una sopravvenuta insostenibile onerosità contrattuale. Se in Italia il costo medio della distribuzione si attesta, all'incirca intorno al 5% sul prezzo di copertina, negli altri paesi tale valore sale circa al 10%, con ulteriore addebito ai punti vendita (edicolanti) delle spese di trasporto.

Ora la distribuzione chiede solo se, indipendentemente dalle regole pattizie che gli operatori riusciranno a darsi (nessuno escluso però, se stessa compresa quindi), il proprio agire debba e possa iscriversi almeno, in caso di non sostenibilità del proprio lavoro (e non certo nella qualità di vassalli o valvassori), nell'ambito dei principi generali dell'ordinamento, in tema di libertà d'iniziativa economica e specifico esercizio di attività d'impresa con vincoli di bilancio.

Vi è però una necessità comune: facciamo presto, molto presto.

Noi, come sempre, siamo qui.

Il Presidente Network Diffusione Media  
Attilio Stoppa