

## INFORMAZIONE

### Il sottosegretario Legnini in città

**LECCO** ► Il sottosegretario con delega all'informazione e all'editoria **Giovanni Legnini** sarà a Lecco nell'ambito del convegno "La carta in rete. Condivisione innovativa, innovazione condivisa: il nuovo concetto di filiera". Giovedì 24 ottobre alle 10.45 sarà la sala conferenze di Palazzo Falck a ospitare l'incontro dedicato al tema della digitalizzazione dell'informazione in cui si colloca anche l'intervento del sottosegretario Legnini, avvocato e docente, già vicepresidente della Commissione Bilancio del Senato.

I lavori saranno aperti dal presidente di Confcommercio Lecco **Peppino Ciresa**, dal sindaco di Lecco **Virginio Brivio** e dal presidente della Provincia **Daniele Nava**. A seguire, interverrà l'onorevole **Gian Mario Fragomeli** che affronterà il tema "Le capacità imprenditoriali di un ter-

**Sfide future**  
Al centro il tema dell'evoluzione della filiera editoriale e dell'informazione

ritorio che vuole innovarsi", seguiranno i contributi di **Aldo Arnaudo**, a nome degli editori locali, **Franco Comuzzi** (distributore) ed **Eugenio Milani** (presidente dello Snag-edicole). In questa occasione sarà inoltre inaugurata la nuova postazione di DigitaLecco, il progetto avviato oltre un anno fa da Confcommercio Lecco, nato

con l'obiettivo di creare un network di comunicazione tra amministrazioni, enti e cittadini. In concreto il progetto ha visto l'installazione di monitor in alcuni punti strategici della città per la divulgazione di informazione e la promozione di eventi e iniziative.

L'ultima postazione arrivata nell'ambito del progetto "Digitalecco" è dotata di soluzioni innovative e offrirà lo spunto per illustrare gli sviluppi di questo processo di informatizzazione che consentirà allo Stato di erogare contributi all'editore in base alle copie di carta stampata vendute. Particolarmente all'avanguardia le soluzioni gestionali per il punto vendita, e cioè l'edicola, che sarà direttamente in contatto con gli editori e il distributore. A ciò si aggiunge la possibilità per i clienti di effettuare pagamenti veloci e una locandina digitale-multimediale con l'opportunità di comunicare wifi free e bluetooth. (f.m.)



# Edicole, la crisi silenziosa 12mila hanno già chiuso

● **Altre 10mila** rischiano la stessa fine nei prossimi tre anni. Confesercenti: se aumenta l'Iva sui prodotti editoriali la rete di vendita scomparirà



Una rivendita di giornali a Roma FOTO EIDON

**ANDREA BONZI**  
BOLOGNA

Dal 2005 ad oggi 12mila edicole hanno già abbassato le serrande, e altre 10mila rischiano di chiudere nei prossimi tre anni. È la fotografia di un intero settore a rischio, quella scattata dal sindacato Fenagi-Confesercenti, che ieri a Roma ha tenuto la sua assemblea elettiva.

## CALO DI VENDITE

Un palco da cui il presidente dell'associazione, Giovanni Lorenzetti, ha lanciato l'allarme sull'ipotesi di aumento dell'Iva sui prodotti editoriali dal 4% al 22%: «Se questo incremento si dovesse tradurre in realtà, la rete di vendita sparirà prima della carta stampata. Mettendo a rischio un servizio essenziale - continua Lorenzetti - soprattutto in un Paese come l'Italia, dove il *digital divide* (ovvero la conoscenza e l'utilizzo della Rete, ndr) è ancora ampio».

«È a rischio anche il pluralismo dell'informazione garantito da giornali e riviste tradizionali, che offrono un "secondo tempo" di approfondimento sui temi più importanti, ancora non eguagliato dall'informazione online, di rapido consumo», insiste il numero uno di Fenagi. Per questo, il sindacato

chiede lo stop all'aumento dell'Iva, il rilancio del ruolo dei rivenditori e gli incentivi per la creazione di una rete di edicole 2.0, per essere competitivi con le nuove tecnologie.

Ma per analizzare la crisi profonda delle edicole non si può partire dallo stato dei lettori italiani di giornali. I consumi di quotidiani e riviste, tra 2011 e 2012, hanno già visto un calo dei ricavi da vendita rispettivamente del 9,5% e del 6,6%. E anche per il 2013, gli operatori del settore parlano di un crollo annunciato, con 1 miliardo in meno di entrate complessive. «È un fenomeno a cui assistiamo da diversi anni - considera Lorenzetti - ma che ha subito una accelerazione a causa della recessione».

Già prima della stretta economica, i lettori italiani non erano tra i più accaniti, chiaro che la sempre maggiore scarsità di denaro a disposizione abbia finito per contrarre ulteriormente questo tipo di acquisti. Basta analizzare qualche numero.

Nel 2012 (fonte Istat) poco più della metà della popolazione (il 52,1%) ha dichiarato di leggere il giornale almeno una volta alla settimana: solo un terzo degli italiani sopra i 6 anni (il 36,7%) sfoglia i quotidiani almeno cin-

que giorni su sette. Dal 2007 il calo della quota di lettori è stato continuo, la diminuzione totale è pari a 6 punti percentuali. In termini assoluti, nei primi mesi di quest'anno si è ormai scesi sotto la quota dei 21 milioni di lettori di quotidiani. Va detto che internet ha trasformato le modalità di fruizione dell'informazione, ma in Europa l'Italia si colloca nella metà bassa della classifica.

## EFFETTO DEVASTANTE

L'effetto sui giornalisti - secondo i dati Fenagi-Confesercenti - è stato devastante: nel 2005 si contavano sul territorio 42mila punti vendita, di cui il 71% rappresentato da chioschi e negozi promiscui, la rete tradizionale prima della liberalizzazione del 2001, mentre il restante 29% costituito da bar, tabaccherie, supermercati, distributori di carburanti e simili. Nel 2013, il numero complessivo di punti vendita si è ridotto a 30mila unità. E se le cose non cambiano, da qui al 2016, potrebbero chiudere altri 10mila chioschi, con una perdita secca di 20mila posti di lavoro: questi i dati diffusi all'inizio dell'anno, dall'altro sindacato di categoria, il Sinagi-Cgil.

## BATTAGLIA SUI TERRITORI

Una sigla impegnata in queste settimane in una battaglia sui territori: a Modena, gli edicolanti hanno recentemente presentato un esposto al Comune contro le «difficoltà riscontrate» sul rispetto delle norme sulla liberalizzazione della vendita dei giornali. La richiesta alle amministrazioni locali (Modena è solo un punto di partenza) è di «sospendere le autorizzazioni alla vendita di quotidiani e riviste in attesa di una legge nazionale che regolamenti il settore e protegga la libertà di informazione garantita dalla Costituzione». Un appello per il quale il locale Sinagi aveva già presentato 5mila firme di cittadini.



**ALLARME** della Confesercenti: «Dal 2005 sono spariti circa 12mila negozi ed edicole. Col ventilato aumento dell'Iva sui prodotti editoriali si rischia il disastro»




**L'ALLARME**

## Crisi editoria: sparite 12mila edicole



Recessione, tasse e crisi dell'informazione tradizionale, un mix di fattori che ha colpito duramente la rete di vendita della carta stampata: dal 2005 ad oggi sono spariti circa 12mila tra negozi ed edicole di giornali e periodici. E il futuro è nero: l'ipotesi di un aumento dell'Iva per i prodotti editoriali, dal 4% al 22%, si tradurrebbe in un nuovo colpo ai consumi di quotidiani e riviste. A lanciare l'allarme è Fenagi, l'associazione di

categoria Confesercenti. Nel 2005, secondo i dati Fenagi, si contavano sul territorio circa 42mila punti vendita; nel 2013, il numero complessivo di punti vendita è calato a 30mila unità.



EDITORIA

**I GIORNALAI IN CRISI:  
12MILA EDICOLE CHIUSE  
DAL 2005 FINO A OGGI**

Recessione, peso fiscale, crisi dell'informazione tradizionale: sono i fattori che più duramente hanno colpito la rete di vendita della carta stampata: in otto anni dal 2005 a oggi, in Italia sono sparite 12mila edicole. E il futuro non promette alcuna ripresa: l'ipotesi di un aumento dell'Iva per i prodotti editoriali, dal 4% al 22%, si tradurrebbe in un nuovo colpo ai consumi di quotidiani e riviste, che tra il 2011 e il 2012 hanno già visto un calo dei ricavi rispettivamente del 9,5% e del 6,6%. A lanciare l'allarme è Fenagi, l'associazione di categoria. «Il calo di vendite è un fenomeno cui assistiamo da anni, ma se l'aumento Iva si dovesse tradurre in realtà la rete di vendita sparirà prima della carta stampata».



# Giornali, con la crisi sono sparite 12mila edicole in 5 anni

● **ROMA.** Recessione, peso fiscale, crisi dell'informazione tradizionale: sono i fattori che più duramente hanno colpito la rete di vendita della carta stampata: in otto anni dal 2005 ad oggi, in Italia sono sparite 12mila edicole di giornali e periodici. E il futuro non promette alcuna ripresa: l'ipotesi di un aumento dell'Iva per i prodotti editoriali, dal 4% al 22%, si tradurrebbe in un nuovo colpo ai consumi di quotidiani e riviste, che tra il 2011 e il 2012 hanno già visto un calo dei ricavi da vendita rispettivamente del 9,5% e del 6,6%. A lanciare l'allarme è Fenagi, l'associazione di categoria Confesercenti, riunita oggi a Roma per l'assemblea elettiva. "Il calo di vendite è un fenomeno cui assistiamo da diversi anni, ma che ha subito un'improvvisa accelerazione a causa della recessione" spiega il presidente di Fenagi, Giovanni Lorenzetti. "Se l'aumento Iva si dovesse tradurre in realtà - dice - la rete di vendita sparirà prima della carta stampata. Mettendo a rischio un servizio di vicinato essenziale soprattutto in un Paese come l'Italia, dove il digital divide è ancora ampio, soprattutto per alcune fasce d'età. Non è un caso che per la carta stampata l'utenza giovanile dei quotidiani sia pari al 22,9%, mentre per gli ultrasessantacinquenni è pari al 52,3%. Ma a rischio è anche il pluralismo dell'informazione garantito da giornali e riviste tradizionali, che offrono un secondo tempò di approfondimento di qualità sui temi più im-

portanti, ancora non eguagliato dall'informazione di rapido consumo disponibile online".

Tornando all'allarme chiusura, a soffrire sono soprattutto le edicole e i negozi tradizionali. Secondo le elaborazioni Fenagi-Confesercenti, nel 2005 si contavano sul territorio circa 42mila punti vendita, di cui il 71% rappresentato da chioschi e negozi promiscui (la rete tradizionale prima della liberalizzazione del 2001), mentre la restante quota era ascrivibile alla nuova rete, composta da bar, tabaccherie, supermercati, distributori carburanti e altri. Nel 2013, il numero complessivo di punti vendita è calato a 30mila unità. A pagare di più la crisi è stato soprattutto l'universo delle edicole e dei negozi della rete tradizionale, che hanno visto un saldo negativo di 13mila imprese, vedendo calare il loro peso al 55% circa del totale. Un crollo non compensato dalla piccolissima crescita (poco sopra le 1.300 unità) della nuova rete. Portando così il saldo finale a -12mila punti vendita. La crisi della rete è conseguente a quella della carta stampata, evidenziano gli edicolanti: nel 2012 i quotidiani hanno registrato ricavi di vendita inferiori del 6,6% rispetto all'anno precedente, mentre per i periodici l'emorragia è stata del 9,5%. E per il 2013 le stime prevedono un calo di altri 420 milioni per i giornali e di 620 milioni di euro per le riviste: sarà il sesto anno consecutivo di contrazione.

**Paola Barbetti**



## L'allarme lanciato dall'Associazione di categoria Fenagi

# «Uccise 12mila edicole»

**ROMA** - Recessione, peso fiscale, crisi dell'informazione tradizionale: sono i fattori che più duramente hanno colpito la rete di vendita della carta stampata: in otto anni dal 2005 ad oggi, in Italia sono sparite 12mila edicole di giornali e periodici. E il futuro non promette alcuna ripresa: l'ipotesi di un aumento dell'Iva per i prodotti editoriali, dal 4% al 22%, si tradurrebbe in un nuovo colpo ai consumi di quotidiani e riviste, che tra il 2011 e il 2012 hanno già visto un calo dei ricavi da vendita rispettivamente del 9,5% e del 6,6%. A lanciare l'allarme è Fenagi, l'associazione di categoria Confefercenti, riunita ieri a Roma per l'assemblea elettiva. «Il calo di vendite è un fenomeno cui assistiamo da diversi anni,

ma che ha subito un'improvvisa accelerazione a causa della recessione» spiega il presidente di Fenagi, Giovanni Lorenzetti. «Se l'aumento Iva si dovesse tradurre in realtà - dice - la rete di vendita sparirà prima della carta stampata. Mettendo a rischio un servizio di vicinato essenziale soprattutto in un Paese come l'Italia, dove il digital divide è ancora ampio, soprattutto per alcune fasce d'età. Non è un caso che per la carta stampata l'utenza giovanile dei quotidiani sia pari al 22,9%, mentre per gli ultrasessantacinquenni è pari al 52,3%. Ma a rischio è anche il pluralismo dell'informazione garantito da giornali e riviste tradizionali, che offrono un approfondimento di qualità sui temi più importanti».





## La crisi affonda i giornali via 12mila edicole in 8 anni

ROMA. Recessione, peso fiscale, crisi dell'informazione tradizionale: sono i fattori che più duramente hanno colpito la rete di vendita della carta stampata: in 8 anni, dal 2005 ad oggi, in Italia sono sparite 12mila edicole di giornali e periodici. E il futuro non promette alcuna ripresa: l'ipotesi di un aumento dell'Iva per i prodotti editoriali, dal 4% al 22%, si tradurrebbe in un nuovo colpo ai consumi di quotidiani e riviste, che tra il 2011 e il 2012 hanno già visto un calo dei ricavi da vendita rispettivamente del 9,5% e del 6,6%. A lanciare l'allarme è Fenagi, l'associazione di categoria Confesercenti, riunita ieri a Roma per l'assemblea elettiva.

Il calo di vendite «ha subito un'improvvisa accelerazione per la recessione» spiega il presidente di Fenagi, Lorenzetti. «Se l'aumento Iva si tradurrà in realtà - dice - la rete di vendita sparirà prima della carta stampata. Mettendo a rischio un servizio di vicinato essenziale in un Paese come l'Italia, dove il digital divide è ancora ampio, soprattutto per alcune fasce d'età. Ma a rischio è pure il pluralismo dell'informazione garantito da giornali e riviste che offrono un "secondo tempo" di approfondimento».



# La crisi affossa i giornalai

## Dal 2005 sparite 12mila edicole. L'allarme di Confesercenti

ROMA - Recessione, tasse e crisi dell'informazione tradizionale, un mix di fattori che ha colpito duramente la rete di vendita della carta stampata: dal 2005 ad oggi sono spariti circa 12mila tra negozi ed edicole di giornali e periodici. E il futuro non promette alcuna ripresa: l'ipotesi di un aumento dell'Iva per i prodotti editoriali, dal 4% al 22%, si tradurrebbe in un nuovo colpo ai consumi di quotidiani e riviste, che contano già ricavi da vendita in calo.

A lanciare l'allarme è Fenagi, l'associazione di categoria Confesercenti.

Nel 2005, secondo i dati Fenagi, si contavano sul territorio circa 42mila punti vendita; nel 2013, il numero complessivo di punti vendita è calato a 30mila

unità. A soffrire è stato soprattutto l'universo delle edicole e negozi della rete tradizionale, che hanno visto un saldo negativo di 13mila imprese. Un crollo di certo non compensato dalla piccolissima crescita (intorno alle 1300 unità) della nuova rete.

«La crisi della rete è conseguente - evidenziano gli edicolanti della Confesercenti - a quella della carta stampata: nel 2012 i quotidiani hanno regi-

strato ricavi di vendita inferiori del 6,6% rispetto all'anno precedente, mentre per i periodici l'emorragia è stata del 9,5%. E per il 2013 le stime prevedono un calo di altri 420 milioni per i giornali e di 620 milioni di euro

per le riviste: sarà il sesto anno consecutivo di contrazione».

«L'effetto combinato della crisi e delle nuove leggi emanate dopo la direttiva Bolkestein ha fatto chiudere soprattutto le vecchie edicole di strada ed aumentare i piccoli supermercati» spiega il presidente di Fenagi Giovanni Lorenzetti. «All'eccesso di liberalizzazioni, che spaventa gli operatori e li spinge alla cessazione dell'attività, fa da contrappunto una filiera che ha ancora troppi vincoli e scarica il rischio di mercato sulla rete di vendita. Senza considerare la pressione esercitata da parte di Stato e Enti locali, sotto la forma di tariffe, imposte e tasse, che riduce all'osso i margini degli operatori».

