

RASSEGNA STAMPA

2 Ottobre 2012

Argomento	Testata	Autore
Pag.	Data Articolo	Titolo
2	02/10/2012	LA PROVINCIA DI CREMONA "GIORNALI, ADDEBITO NECESSARIO"

L'agenzia di distribuzione Canesi replica a Gianfranco Ferrari del sindacato edicolanti Sinagi Cgil

'Giornali, addebito necessario'

'Serve per coprire i costi' Le ragioni della richiesta



Pilar Canesi

La Canesi Diffusione, agenzia di distribuzione di giornali, replica alle critiche di Gianfranco Ferrari, segretario del sindacato giornalisti Sinagi Cgil, pubblicate domenica scorsa. Gli edicolanti denunciano l'addebito fisso da parte di Canesi per la copertura delle spese. Tale richiesta penalizza soprattutto le piccole rivendite. In una lunga nota diramata da Pilar Canesi, si fa presente che non esiste «un obbligo in capo alle imprese di distribuzione di fornire giornali quotidiani e periodici alle edicole in virtù del semplice possesso dell'autorizzazione comunale». «Il provvedimento amministrativo — si legge — rappresenta esclusivamente il titolo ritenuto idoneo dal legislatore per l'esercizio dell'attività di vendita al dettaglio di prodotti editoriali, ma la sua concessione non obbliga il distributore o le aziende editoriali alla fornitura delle pubblicazioni. Per norma di contenuto generale, infatti, l'atto amministrativo (autorizzazione) non rappresenta un vincolo alla realizzazione di rapporti negoziali quando questi non siano ritenuti utili

allo sviluppo delle aziende coinvolte».

Canesi ricorda che la Federazione Italiana Editori Giornali ha comunicato che sono circa 80 le rivendite che hanno fatto richiesta di essere attivate nelle province di Lodi e Cremona, di competenza della stessa Canesi Diffusione, a seguito della nuova legge sulle liberalizzazioni. «E' chiaro che l'impresa di distribuzione locale — prosegue la nota — non può garantire, in assenza di interventi da parte degli editori, la fornitura a tutti i punti vendita che ne fanno richiesta, altrimenti verrebbe minato il suo equilibrio economico e finanziario e soprattutto la sua libertà di iniziativa economica, garantita dall'articolo 41 della Costituzione».

Canesi precisa i due presupposti che hanno originato le richieste e che scaturiscono da due distinti presupposti. Eccoli.

Il primo. «In alcuni casi è stato rilevato, dopo verifica con la ditta di autotrasporto che cura per conto dell'impresa di distribuzione locale la consegna delle pubblicazioni e il ritiro delle copie rese presso le rivendite, lo svolgimento di servizi che ai sensi dell'Accordo nazionale sulla vendita di giornali quotidiani e periodici sottoscritto dall'Fieg e dalle organizzazioni sindacali degli edicolanti, devono essere autonomamente addebitati alle edicole quali consegne e ritiro in locali diversi rispetto al punto vendita, in alcuni casi in assenza dei titolari della rivendita e con assunzione di responsabilità di custodia delle pubblicazioni».

Il secondo. «In altri casi è stata rilevata l'assoluta marginalità economica della rivendita che non consente all'impresa di distribuzione locale (remunerata al pari dell'edicola esclusivamente sulle copie vendute) di coprire neppure il costo di trasporto».

Per queste ragioni, spiega Canesi «la richiesta di parziali rimborsi alle rivendite per le due differenti ipotesi indicate è stata assolutamente omogenea». «In altre parole — prosegue la nota — i criteri per la determinazione di rimborsi nelle ipotesi 1 e 2 sono stati applicati in modo omogeneo per tutte le rivendite in assoluto ossequio del decreto legislativo 170 del 2001. Sul primo presupposto crediamo non vi siano particolari e ulteriori considerazioni da svolgere. In relazione al secondo presupposto, pensiamo sia altrettanto evidente che la nostra impresa di distribuzione, al pari di tutte le altre imprese di distribuzione italiane, non possa essere costretta a gestire in perdita le forniture di giornali quotidiani e periodici a tutti i punti vendita che ne facciano richiesta, a maggiore ragione a seguito della libe-

ralizzazione che oggi consente la vendita a un numero potenzialmente enorme di rivendite. In qualità di imprenditori è nostra precisa responsabilità mantenere un equilibrio economico e finanziario che garantisca la società aziendale e assicuri e tuteli i nostri fornitori, gli editori che ci hanno affidato mandati in esclusiva, i nostri dipendenti e l'intero indotto della nostra azienda. In tale contesto non è secondario evidenziare che gli edicolanti della città di Cremona si sono organizzati da molti anni a questa parte, a fronte della concessione da parte degli editori alle edicole di un maggiore sconto dell'1 per cento sul prezzo di cessione dei giornali quotidiani e periodici per il ritiro delle pubblicazioni presso i locali della nostra impresa. In altre parole, in relazione a questi punti di vendita la nostra impresa non sostiene alcun costo di trasporto mentre le edicole godono di un punto percentuale di sconto in più sul venduto».

L'agenzia Canesi è disposta ad applicare questa condizione a tutte le rivendite che ne faranno richiesta. «Sulla base di questi presupposti, ma con la ferma volontà di continuare a fornire i piccoli punti di vendita ubicati in località lontane dai maggiori centri abitati, caratterizzati da bassissi-

mi livelli di vendita — prosegue la nota — abbiamo ritenuto di fare un ulteriore sforzo continuando ad addossarci tutti i costi di diffusione, distribuzione, controllo delle rese, gestione contabile e finanziaria di tali punti e chiedendo agli stessi, in assenza di alcun contributo specifico da parte degli editori, il rimborso di una parte dei costi di trasporto. Ci è chiara l'importanza sociale di tali punti e vogliamo difendere la presenza degli stessi quali riferimenti di diffusione della comuni-

cazione per le piccole comunità locale, ed è con questo spirito che abbiamo deciso di sostenere la stragrande maggioranza dei costi derivanti dalla gestione di tali punti. E' importante sottolineare che queste rivendite, marginali dal punto di vista economico per quanto riguarda le vendite di giornali quotidiani e periodici, nella totalità dei casi effettuano anche la vendita di altri prodotti, alimentari e non alimentari, basando la parte preponderante dei propri ricavi sulla vendita di

altre tipologie di prodotti, forniti ovviamente da società diverse dalla nostra. In altre parole, la vendita dei giornali è accessoria allo svolgimento di altre attività economicamente più significative. Al contempo il giornale produce un effetto di richiamo al punto vendita, consentendo allo stesso di sviluppare il contatto commerciale, favorendo la vendita di altri prodotti».



**L'agenzia di distribuzione
Canesi Diffusione che opera
nelle province di Cremona e Lodi**

