Senato della Repubblica XVII LEGISLATURA

Giunte e Commissioni

RESOCONTO STENOGRAFICO n. 5

1ª COMMISSIONE PERMANENTE (Affari costituzionali, affari della Presidenza del Consiglio e dell'interno, ordinamento generale dello Stato e della Pubblica amministrazione)

COMUNICAZIONI DEL SOTTOSEGRETARIO DI STATO ALLA PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI GIOVANNI LEGNINI SULLE LINEE PROGRAMMATICHE DEL GOVERNO IN MATERIA DI EDITORIA

30ª seduta: martedì 23 luglio 2013

Presidenza della presidente FINOCCHIARO

CG 0047
TIPOGRAFIA DEL SENATO

I N D I C E

Comunicazioni del sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri Giovanni Legnini sulle linee programmatiche del Governo in materia di editoria

PRESIDENTE . . . . . *Pag.* 3, 9, 11 e *passim*
CAMPANELLA *(M5S)* 12
DELLA VEDOVA *(SCpI)* 11
* GASPARRI *(PdL)* 9
* LEGNINI, *sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri* 3, 13
MAURO *(GAL)* 12
MIGLIAVACCA *(PD)* 10

N.B. L'asterisco accanto al nome riportato nell'indice della seduta indica che gli interventi sono stati rivisti dagli oratori.

Sigle dei Gruppi parlamentari: Grandi Autonomie e Libertà: GAL; Il Popolo della Libertà: PdL; Lega Nord e Autonomie: LN-Aut; Movimento 5 Stelle: M5S; Partito Democratico: PD; Per le Autonomie (SVP, UV, PATT, UPT)-PSI-MAIE: Aut (SVP, UV, PATT, UPT)-PSI-MAIE; Scelta Civica per l'Italia: SCpI; Misto: Misto; Misto-Sinistra Ecologia e Libertà:Misto-SEL.

Interviene il sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri Giovanni Legnini.

I lavori hanno inizio alle ore 14,35.

PROCEDURE INFORMATIVE

Comunicazioni del sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri Giovanni Legnini sulle linee programmatiche del Governo in materia di editoria

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca le comunicazioni, ai sensi dell'articolo 46 del Regolamento, del Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri sulle linee programmatiche del Governo in materia di editoria.

Comunico che, ai sensi dell'articolo 33, comma 4, del Regolamento, è stata chiesta l'attivazione dell'impianto audiovisivo e che la Presidenza del Senato ha già preventivamente fatto conoscere il proprio assenso. Se non vi sono osservazioni, tale forma di pubblicità è dunque adottata per il prosieguo dei lavori.

Do senz'altro la parola al sottosegretario Legnini.

LEGNINI, *sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri.* Signora Presidente, esporrò in sintesi il quadro che in questo avvio di legislatura ci siamo fatti sul tema della crisi del settore dell'editoria e soprattutto sui problemi oggettivi che si pongono e delle primissime indicazioni di soluzione di tali problemi.

Circa un mese fa alla Camera dei deputati si è tenuta un'audizione sull'argomento, quindi fornirò dati che sono già conosciuti, seppure aggiornati ad una qualche evoluzione che vi è stata in queste ultime settimane.

I dati della crisi credo siano noti a tutti: abbiamo una forte flessione della vendita dei giornali e dei periodici (-22 per cento negli ultimi cinque anni), con una contrazione del fatturato del 14 per cento, un crollo degli introiti pubblicitari dei giornali e dei periodici di circa il 50 per cento dell'inizio della crisi.

I soli dati di segno positivo sono quelli che segnalano la crescita del volume di vendita dell'editoria *on line:* le copie digitali vendute via *web* superano ormai le 185.000 unità. I ricavi della vendita dei quotidiani *on line,* sebbene ancora contenuti rispetto a quelli della carta stampata, sono in crescita, con un'incidenza che resta tuttavia molto contenuta rispetto al totale.

Nei gruppi editoriali di maggiori dimensioni, la vendita dei quotidiani *on line* ha superato circa il 5,5 per cento del fatturato complessivo, quindi

si può dire che le edizioni *on line* dei giornali hanno ormai una funzione informativa molto rilevante, ma l'impatto sui conti economici delle imprese editoriali è estremamente contenuto.

Questi dati si innestano in un contesto nazionale che, come sappiamo, è cronicamente affetto dalla scarsa propensione alla lettura e all'acquisto di giornali cartacei, ma ciò nondimeno è caratterizzato da una domanda di informazione elevata e in aumento – questo è l'unico dato positivo di questa fase – come dimostra il crescente interesse per le edizioni *on line* dei giornali.

In Italia oltre 22 milioni di persone leggono ogni giorno i quotidiani, quasi 33 milioni leggono periodici e circa 6 milioni di utenti visitano i siti *web* dei quotidiani. Alla riduzione delle copie cartacee vendute fa dunque riscontro un aumento dei passaggi di mano della medesima copia tra i lettori e questo è sintomo della situazione di crisi che abbiamo vissuto e viviamo: per talune fasce di popolazione anche 1 euro o 1 euro e 50 centesimi per il quotidiano costituiscono un problema e quindi molti vanno al bar, dall'amico o dal figlio a leggere il giornale. Si sta verificando anche questo e ci sono dati che lo dimostrano.

Si tratta di una situazione molto difficile ma, come accade in tutte le grandi crisi, è anche una fase ricca di opportunità per il sistema editoriale. Lo sviluppo della rete e delle transazioni elettroniche può infatti consentire l'apertura di nuovi spazi per modelli di *business* più innovativi e funzionali alle esigenze dei cittadini.

Quanto al ruolo del legislatore, l'evoluzione tecnologica e l'avanzata del digitale stanno delineando un nuovo perimetro dell'intervento pubblico, che ricomprende oggi un più ampio e complesso novero di temi: la salvaguardia del pluralismo del sistema editoriale e del sistema dell'informazione in un mercato sempre più dominato dalla tecnologia digitale; il sostegno all'innovazione tecnologica e alla trasformazione industriale per le imprese mature; l'apertura del mercato alle *start-up* innovative nel campo editoriale, su cui stiamo studiando un intervento; la tutela dell'occupazione, in particolare quella giovanile, della qualità e professionalità dell'informazione sul mercato dell'editoria digitale; la modernizzazione del sistema della distribuzione; infine, non da ultimo, le questioni nuove e peculiari che si pongono oggi per la tutela della proprietà intellettuale e per le garanzie della libertà di espressione e della piena accessibilità e sicurezza della rete per tutti i cittadini.

Questo è, in sintesi, il perimetro entro il quale ci stiamo muovendo per calibrare la nostra azione.

Prima di entrare maggiormente nel dettaglio di taluni di questi aspetti, vorrei fornire alcuni dati e contribuire, come già fatto alla Camera, a superare alcuni luoghi comuni. Uno di essi è – per esempio – che i grandi giornali ricevono molti sussidi pubblici (lascerò poi agli atti della Commissione un testo più esteso di queste comunicazioni, dal quale potrete ricavare altri dettagli e maggiori dati). I grandi giornali, come sappiamo, da anni non sono destinatari di alcuna forma di contribuzione diretta. Erano destinatari delle agevolazioni tariffarie postali, che sono state

sospese nel 2010, direi sostanzialmente soppresse, anche se tecnicamente soltanto sospese. L'unica agevolazione che resiste è quella del regime IVA sui prodotti editoriali e sapete che di recente – si sta discutendo in queste ore – c'è stato un intervento legislativo limitativo dell'applicazione dell'IVA agevolata sui beni venduti in edicola e sui *gadget*, reso necessario per portare la maggior entrata a copertura dell'intervento che riguarda l'efficienza energetica (il cosiddetto Ecobonus).

I grandi organi di informazione italiani godono dunque solo dell'IVA agevolata al 4 per cento e del regime di forfettizzazione vigente: si può ritenere che sia tanto o poco, ma questa è l'unica forma di agevolazione che oggi resiste, soprattutto dopo l'intervento riformatore dello scorso anno, portato avanti dal precedente Governo nella persona del mio predecessore. La riforma ha infatti limitato le contribuzioni dirette alle organizzazioni ed ai soggetti non lucrativi (e quindi cooperative, onlus, fondazioni e così via). Questo segmento del più ampio settore dell'editoria è oggi destinatario di risorse finanziarie per circa 95 milioni di euro per il 2013. Questa somma, a bilancio vigente, si riduce a 55 milioni, somma difficilmente sostenibile per l'anno prossimo, il 2014 (per gli anni a seguire, più o meno il livello è lo stesso).

Questo perché nell'ultima legge di stabilità, proprio qui al Senato, operammo un intervento di irrobustimento di questa somma, che era stata drasticamente ridotta a seguito dei vari interventi di finanza pubblica degli ultimi anni.

Complessivamente, l'intervento pubblico si è drasticamente ridimensionato e anche questo è un dato scarsamente noto: si continua a praticare, ogni volta che viene in discussione un provvedimento, una qualche forma di riduzione e di attingimento agli scarnissimi capitoli dell'editoria, ma questo comparto, che nel 2006 godeva di una dotazione finanziaria complessiva di 700 milioni di euro, ha visto ridurre tale dotazione a 187 milioni di euro per l'anno corrente – nessun altro settore dell'intervento pubblico ha subito una decurtazione di questa entità – che, in assenza di interventi, si riduce a 144 milioni di euro per il 2014, quindi una somma difficilmente sostenibile.

Non c'è alcun dubbio che, ad onta dei luoghi comuni che conosciamo, siamo uno dei Paesi che spende meno per sostenere l'editoria e – ove si accedesse all'impostazione, che ciascuno di noi rispetta ma che il Governo non condivide, di sopprimere totalmente qualunque forma di sostegno e contribuzione – saremmo l'unico Paese europeo a non destinare alcuna risorsa pubblica per sostenere il pluralismo dell'informazione e le forme di diffusione della stampa speciale di cui ho detto.

Un'altra questione che stiamo affrontando è quella della distribuzione e della vendita, sulla quale non voglio soffermarmi. Troverete infatti indicate nella relazione consegnata alla Presidenza le problematiche che essa pone. Ad ogni modo, il settore delle edicole italiane è in profonda crisi. Si registra una drastica riduzione – naturalmente collegata alla riduzione delle vendite – della redditività di questi esercizi che fino a qualche anno fa erano considerati remunerativi, tanto che vi era la corsa all'asse-

gnazione di una postazione. Oggi, invece, ripeto, il settore vive una condizione di seria crisi, peraltro aggravata dalle difficoltà indotte da qualche recente intervento legislativo. Vi sono stati problemi dovuti ad una certa confusione normativa in tema di liberalizzazione dei punti vendita, aggravati da una condizione di mercato in drastica contrazione. Ricordo che negli ultimi due anni hanno chiuso circa 6.000 edicole. Quindi, un problema di concorrenza in questo settore esiste.

Allo stesso modo, problemi di varia natura, che troverete trattati nella relazione scritta, si pongono per l'intera filiera della distribuzione. Sappiamo tutti, ad esempio, quanto sia seria la questione della distribuzione dei quotidiani e dei periodici nei piccoli centri, in quanto il costo supera di gran lunga la scarsissima redditività data dalla vendita delle copie che in quelle zone è assai limitata; e lo stesso dicasi per le periferie, perlomeno per quelle meno popolose.

Altro settore di cui si occupa il Dipartimento per l'informazione e l'editoria, diretto ottimamente dal consigliere Sepe, è quello delle agenzie di stampa che, come sappiamo, sono destinatarie non già di contribuzione, ma di un vero e proprio corrispettivo – almeno così è stato qualificato da tempo immemorabile – a fronte di prestazioni di servizi che le stesse erogano. Sono circa 11 le agenzie che godono di questi accordi negoziali che andranno in scadenza alla fine dell'anno.

Le agenzie di stampa italiane, al pari di quelle degli altri Paesi a noi omologhi, stanno subendo una trasformazione molto positiva in termini di innovazione: sono aziende sempre più multimediali, che erogano servizi anche su scala internazionale e che garantiscono un flusso costante di notizie non solo dall'Italia verso l'esterno ma anche, in vario modo e con vari modelli organizzativi, dai Paesi stranieri verso l'interno.

Ritengo che questo intervento debba essere mantenuto, introducendo una forma di orientamento della somma che costituisce il corrispettivo per l'erogazione dei servizi all'innovazione e alla trasformazione tecnologica. Si potrebbe immaginare (e su questo stiamo lavorando) che una quota vada a remunerare una o più specializzazioni o accentuazioni dei percorsi di innovazione delle agenzie medesime.

Un altro tema aperto che fa molto discutere e di cui il Parlamento si è occupato nei mesi passati e di cui si sta occupando il Governo per la fase attuativa è quello dell'equo compenso nel lavoro giornalistico, quindi dei giovani, meno giovani e precari che, come sappiamo, a volte lavorano con compensi a dir poco esigui. L'intervento legislativo operato sul finire della scorsa legislatura, animato da molte buone intenzioni e da principi assolutamente condivisibili, finalizzati a ricondurre entro *standard* equi la rimunerazione per rapporti di lavoro non dipendente (quelli da lavoro dipendente sono disciplinati dalla contrattazione collettiva), pone problemi attuativi e applicativi di rilievo. Da pochissimo, dopo un'iniziale resistenza degli editori è stata costituita la Commissione sull'equo compenso. Sono già state svolte audizioni sia dei rappresentanti dei giornalisti precari che delle parti editoriali, quindi dei vari segmenti del settore dell'editoria. I problemi che emergono sono di non facile soluzione, anche se ad un

esito dobbiamo comunque pervenire, stabilendo dei criteri che aiutino le parti a negoziare in modo da ricondurre la remunerazione entro i principi dell'equità.

Il tema forse più controverso e più incidente sui processi di trasformazione in atto è quello del diritto d'autore, che potete capire che esporrò in questa sede in modo assolutamente sommario. Un conto era la tutela del diritto d'autore nel 1941, anno di pubblicazione della legge n. 633 (ottima legge che ha resistito molto bene alle trasformazioni che abbiamo alle spalle), quindi un conto era garantire il diritto d'autore quando la filiera era composta dalla vendita delle edizioni cartacee di libri, giornali o riviste; altro conto è la tutela del diritto d'autore nell'era digitale. È evidente che siamo in presenza di una fortissima attenuazione della tutela apprestata dal legislatore del 1941 e c'è quindi indiscutibilmente bisogno – ma non dico nulla di nuovo – di un intervento riformatore ampio, esteso, che consenta di attualizzare questo istituto in rapporto alla modalità di veicolazione delle notizie e delle informazioni.

Vi cito un piccolo episodio quale dimostrazione di quanto tale problematica presenti molteplici sfaccettature. Alcune settimane fa, nel corso di un incontro organizzato a Torino con il mondo dell'editoria, il sindaco di un Comune limitrofo mi ha sottoposto un quesito. Quel Comune dispone di una moderna biblioteca che effettua prestiti come qualsiasi altra biblioteca pubblica. Il prestito di una copia cartacea di un libro o di una rivista richiede una procedura più o meno nota (certo, una volta preso in prestito, il libro si può sempre fotocopiare). Il sindaco in questione mi ha chiesto se era possibile per la biblioteca affittare l'edizione *on line* del libro o della rivista, se era cioè possibile rendere disponibile l'accesso digitale. È un quesito che nessuno si era posto fino a quel momento. Questo per dimostrarvi quante sono le implicazioni indotte dalla diffusione della rete in questa materia.

Il punto comunque più avanzato del conflitto – per così dire – tra gli autori, gli editori e gli aggregatori di notizie è quello che ruota intorno alla funzione e all'utilizzo dei prodotti editoriali da parte dei motori di ricerca, tema che è ormai all'attenzione pubblica di questo mondo. In altri Paesi europei la questione è stata affrontata in vario modo, con vari approcci, o per via negoziale o per via autoritativa con un intervento normativo; ad ogni modo, un intervento c'è stato. In Italia, invece, non è stato ancora fatto niente, mentre penso che sia necessario intervenire, come ho già avuto modo di sostenere anche in un recentissimo convegno svoltosi a Roma venti giorni fa, il *Big Tent* 2013, organizzato da Google per la prima volta in Italia. Fino a pochi mesi fa, il solo trattare questo argomento poneva dei problemi. Ora, invece, vi è un'apertura. Gli stessi dirigenti del più grande motore di ricerca mondiale hanno fatto affermazioni, anche pubblicamente, in proposito: ad esempio, in una intervista rilasciata il 4 luglio scorso, il vice presidente di Google Carlo D'Asaro Biondo ha testualmente affermato che vi è la necessità di ricercare forme adeguate di remunerazione degli editori per l'utilizzo dei contenuti editoriali. Una simile affermazione non è mai stata fatta in passato e quindi si è compiuto

un passo in avanti; tuttavia non possiamo pensare che il problema sia risolto, anche perché non è facile risolverlo. Ho incontrato i rappresentanti di Google in Italia che mi hanno esposto la loro tesi, ovvero hanno sottolineato di non essere diffusori dei contenuti editoriali, ma di limitarsi ad apprestare la piattaforma telematica; dopodiché, se questo o quel quotidiano, questo o quell'editore, non vuole fare confluire il proprio prodotto editoriale sulla piattaforma, è libero di negare l'autorizzazione. È evidente, però, che si tratta di una opzione finta (non voglio usare termini forti), giacché Google opera in una posizione quasi monopolistica, coprendo una grandissima parte del mercato degli aggregatori di notizie. In realtà, la libertà di scelta non esiste; sarebbe inimmaginabile che un grande giornale o una rivista operasse una simile scelta.

Pertanto, il problema si pone e, come ho già avuto modo di sottolineare, non si può più ignorare. Si possono imboccare due vie alternative: una è quella negoziale, magari arbitrata dal Governo, perché l'accordo non è semplice, né nella fase di conclusione né in quella di gestione; la seconda è quella di ricorrere – ripeto – ad un intervento normativo, anche in questo caso molto complicato.

Vi sono poi altri aspetti regolatori all'attenzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM), il cui presidente ha annunciato che sarà presto riaperto il *dossier* sul diritto d'autore, temporaneamente sospeso, in particolare per quanto riguarda la regolamentazione cosiddetta «antipirateria».

Vi è poi la questione dei cosiddetti diritti connessi al diritto d'autore, recentemente liberalizzati con un intervento normativo (il decreto-legge n. 1 del 2012). La liberalizzazione del settore costituisce un tema molto complesso, controverso e difficile da attuare (ha lavorato fino a ieri il Comitato consultivo permanente per il diritto d'autore). Dunque, stiamo esaminando anche questo tema.

In conclusione, sulla base delle considerazioni svolte, vorrei esporre le linee programmatiche che vorremmo – almeno in parte – tradurre prestissimo in qualche provvedimento. Innanzitutto, occorre realizzare un pacchetto di interventi di sostegno ai processi di trasformazione e ristrutturazione aziendale delle imprese editoriali. La richiesta diffusa degli editori è quella di finanziare gli ammortizzatori in deroga e i prepensionamenti. Penso che il Governo debba farsi portatore di una proposta (che mi auguro il Parlamento voglia condividere, magari dando indicazioni di arricchimento) più organica. In sostanza, non possiamo finanziare soltanto l'uscita dei giornalisti o dei poligrafici; ritengo che dobbiamo chiedere agli editori di farsi carico, all'interno del processo di trasformazione e rilancio industriale, di una quota di ingresso dei giovani (altrimenti non si capisce come si vuole gestire l'innovazione). Quindi, giovani, innovazione tecnologica e sostegno all'uscita: un pacchetto che, messo insieme, ha una sua coerenza e razionalità. Diversamente i singoli interventi rischierebbero di non essere ben compresi, e non solo dal Parlamento.

Occorre, poi, una qualche forma di sostegno alle nuove imprese editoriali nella forma delle *start-up* innovative. Sarebbe interessante immagi-

nare un sostegno, anche per mezzo di incentivi fiscali, alla diffusione dei contenuti digitali, in funzione del rilancio della domanda di lettura.

Ulteriori interventi, poi, saranno finalizzati a favorire la modernizzazione della filiera della distribuzione e della vendita dei giornali.

Ho già evidenziato le problematiche sulla disciplina del diritto d'autore e sulla risoluzione del conflitto tra editori e motori di ricerca.

Infine, occorre una ridefinizione del quadro finanziario del settore che tenga conto delle compatibilità o incompatibilità finanziarie che conosciamo.

Ritengo che dentro il comparto (se adeguatamente stabilizzato) sarà possibile individuare una qualche forma di sostegno alle misure che ho indicato. In particolare, sull'esiguo bilancio dell'editoria grava tuttora un vecchio debito che stiamo pagando in forma rateale a Poste Italiane, per effetto dell'accumulazione delle pregresse agevolazioni postali (50 milioni di euro all'anno). Inoltre, quale fonte di sostegno dei progetti innovativi a cui mi riferivo, si immagina una forma di contribuzione diretta o indiretta – ancora tutte da studiare – da parte dei motori di ricerca. Se a ciò aggiungiamo qualche altro sforzo, potremo comporre un quadro dignitoso di risorse finanziarie capaci di arginare gli effetti della crisi, che è molto dura anche in termini occupazionali, e di accompagnare e sostenere i processi di innovazione e trasformazione dell'editoria italiana. Credo che tale obiettivo debba essere considerato prioritario dal Governo e dal Parlamento.

Se è possibile, signora Presidente, vorrei consegnare agli Uffici della Commissione un documento contenente approfondimenti sui temi svolti nelle comunicazioni.

PRESIDENTE. Il documento presentato dal sottosegretario Legnini sarà reso disponibile per la consultazione pubblica.

GASPARRI *(PdL)*. Signora Presidente, ringrazio il sottosegretario Legnini per l'esposizione. Sappiamo bene che vi sono problemi rilevanti nel settore dell'editoria e dunque credo che le questioni qui esposte e tante altre debbano indurci ad avviare un'iniziativa parlamentare.

Ovviamente le problematiche riguarderanno sempre le risorse perché, sia per quanto concerne gli ammortizzatori sociali, sia per quanto riguarda le altre necessità, nonché la riduzione progressiva dei mezzi economici, sappiamo quanto sia complicato muoversi. Tuttavia ritengo vi sia un interesse generale, che va al di là dei confini della pur ampia maggioranza che oggi abbiamo in Parlamento.

Vi sono poi le questioni riguardanti il diritto d'autore e la possibilità di assumere anche in Italia iniziative, come accaduto recentemente in altri Paesi d'Europa (penso, in particolare, alla Francia), nei confronti dei motori di ricerca e di altre realtà, con l'erogazione di risorse direttamente a beneficio del mondo editoriale.

Ritengo quindi che – come peraltro già ipotizzato in occasione di colloqui di natura informale – potremmo dare luogo ad un'iniziativa parla-

mentare, anche nella forma di una risoluzione, che possa supportare l'azione del Governo. Mi rendo conto, infatti, delle difficoltà esistenti, viste le priorità di natura economico-finanziaria e le molteplici emergenze; tuttavia credo che la situazione del settore dell'editoria sia talmente allarmante e preoccupante da non poterci lasciare indifferenti.

Pertanto, propongo di definire una risoluzione, magari da approvare in Commissione (come si era già ipotizzato), visto che in questa fase sarebbe difficile trovare uno spazio nei lavori dell'Aula per avviare una discussione più ampia, che pure la questione meriterebbe, anche rispetto ad altre mozioni già esaminate; tuttavia, considerati i provvedimenti in calendario, realisticamente non vi sarebbe spazio e quindi si rinvierebbe la questione alla ripresa dei lavori, a settembre (ammesso che vi sia un'interruzione ad agosto, cosa che speriamo ma di cui non siamo ancora certi). Ritengo, dunque, che potremmo redigere un atto di iniziativa parlamentare da approvare nei prossimi giorni in sede di Commissione. In tal modo, si potrebbe alimentare un'iniziativa del Governo, che credo debba trovare il supporto di tutti noi, per la difficile individuazione di mezzi e risorse, alcune da reperire nel mondo dei motori di ricerca a tutela del diritto d'autore ed altre con le difficoltà del bilancio a tutti note.

Propongo, pertanto, di lavorare in questa direzione per poter assumere decisioni già nei prossimi giorni.

MIGLIAVACCA *(PD).* Ringrazio il sottosegretario Legnini per la sua relazione e anticipo che sono d'accordo con la proposta avanzata dal senatore Gasparri: vediamo la forma e i tempi, ma penso che sia necessaria e utile una iniziativa parlamentare, la più tempestiva e la più condivisa possibile.

Mi pare infatti che ci troviamo di fronte a problemi che hanno non solo la dimensione economica, occupazionale e sociale opportunamente sottolineata dal sottosegretario Legnini, ma anche un impatto sistemico su un tema delicatissimo quale quello dell'informazione e dell'editoria.

Mi soffermo su due aspetti che il sottosegretario Legnini ha anticipato, per dire che secondo me meriterebbero un approfondimento e una qualche iniziativa incisiva.

Il primo è l'aspetto dei motori di ricerca e dei grandi colossi, i quali producono un effetto plurimo negativo sulla situazione italiana, e non solo italiana. Da una parte, c'è un meccanismo di appropriazione di contenuti editoriali che hanno costi e, dall'altra, per effetto anche di quest'iniziativa nel settore dei contenuti editoriali, c'è una occupazione di quote crescenti del mercato della pubblicità in Italia e sono risorse sottratte al meccanismo nazionale. Infine, questi meccanismi hanno ricadute dal punto di vista fiscale, se non capisco male, praticamente nulle, di fronte a iniziative che invece interagiscono con l'economia italiana.

In proposito, come ha ricordato il sottosegretario Legnini, ci sono Paesi che hanno già assunto iniziative, tra i quali il più noto è forse la Francia. Non so se vi sia spazio per un'iniziativa coordinata, più efficace ed integrata a livello comunitario, ma a me pare che questo sia un punto

sul quale bisogna ragionare con molta attenzione, perché probabilmente, oltre a rispondere a distorsioni, un intervento potrebbe attivare anche un meccanismo che consenta di alimentare le risorse.

Il secondo aspetto che vorrei sottolineare, anch'esso evidenziato dal sottosegretario Legnini, è che siamo di fronte ad una crisi strutturale dell'editoria, unitamente alla sua trasformazione verso l'*on line,* e naturalmente questa crisi, come si è detto, ha effetti economici ed occupazionali, ma non solo: essa interagisce sul tema delicatissimo della garanzia del pluralismo dell'informazione nel nostro Paese. Al riguardo, vorrei sottolineare che, come sempre capita, queste crisi finiscono per colpire i soggetti più deboli, oltre che per favorire fenomeni di concentrazione tra i soggetti più forti, e quando parlo di soggetti più deboli mi riferisco sia a soggetti nazionali che a soggetti territoriali, locali.

Vi è quindi un problema di ridimensionamento delle risorse e, sotto questo profilo, penso che un'iniziativa parlamentare possa aiutare, anche rispetto ai prossimi appuntamenti di natura finanziaria quali la legge di stabilità. Vi è poi un problema – che non so se nella sua replica il sottosegretario Legnini vorrà affrontare – di rivisitazione dei meccanismi di distribuzione delle risorse, perché per quanto ne so, sono sicuramente utili e necessarie misure che allevino l'impatto sociale ma, come per altri settori «industriali», vi è bisogno di iniziative che favoriscano le riconversioni, a cominciare dalle nuove opportunità che il mercato offre (il digitale), e l'integrazioni. Per intenderci, mi pare che in questo caso bisognerebbe mettere in campo una vera e propria politica industriale, che naturalmente avrà l'esigenza di maggiori risorse, ma che deve guardare alla salvaguardia di un settore che, come ho detto, ha un grande valore non solo economico, ma anche per la tutela del pluralismo dell'informazione nel nostro Paese.

PRESIDENTE. Ad esempio, in Sicilia non vengono distribuiti né «l'Unità», né «Il manifesto». Che città di 400.000-600.000 abitanti non abbiano la distribuzione di due quotidiani nazionali è un problema.

DELLA VEDOVA *(SCpI).* Partendo da alcune considerazioni svolte dal senatore Migliavacca sulla centralità della questione rispetto al pluralismo, ritengo che un tema da affrontare quando si parla di risorse sia quello del mercato della pubblicità e secondo me questa è la sede opportuna per farlo.

Non posseggo al momento dati approfonditi, ma nella comparazione con quanto accade all'editoria in altri Paesi europei, uno dei punti da analizzare è la maggior tenuta del mercato pubblicitario per la carta stampata in altri Paesi rispetto a quanto accade in Italia. Credo che questo sia un tema centrale per una serie di caratteristiche dell'organizzazione – uso non a caso la parola «organizzazione» – del mercato della pubblicità in Italia, ossia per i livelli di concentrazione sui centri *media* e per il fatto che si tratta di un mercato fatto da chi intermedia le inserzioni piuttosto che dai vari *media* che le accolgono.

È vero che c'è una grande partita aperta, che è quella della capacità o possibilità di intercettare parte del *business* della pubblicità sui motori di ricerca da parte di chi produce i contenuti grazie ai quali i motori di ricerca poi fanno pubblicità. Questo è un aspetto rispetto alla questione del nuovo paradigma tecnologico anche nell'editoria. Però credo che, quantomeno per i prossimi dieci anni, un altro aspetto su cui focalizzare l'attenzione e aprire una discussione che va aperta sia quello della pubblicità più tradizionale, cioè le inserzioni.

In Italia infatti, una delle maggiori cause di crisi dell'editoria, oltre a tutta una serie di questioni che potremmo aprire sulla gestione, è proprio l'organizzazione del mercato della pubblicità, che di fatto ha spiazzato completamente, in Italia molto più che altrove, l'editoria.

CAMPANELLA *(M5S)*. Signora Presidente, desidero ringraziare il Sottosegretario per la relazione svolta e i colleghi che mi hanno preceduto per gli spunti offerti.

Come il mio movimento ha più volte segnalato, siamo contrari alle sovvenzioni ai quotidiani e ai mezzi di informazione. Tale contrarietà discende dal fatto che riteniamo assolutamente prioritarie l'indipendenza di questi rispetto al sistema pubblico e la difesa del pluralismo, inteso come libertà dell'espressione e della trasmissione delle opinioni.

Ovviamente, così come per le altre aziende, si deve porre attenzione agli aspetti sociali ed occupazionali.

Circa il finanziamento di queste attività, troviamo molto interessante la riflessione sulla pubblicità, sia per ciò che riguarda i motori di ricerca, che negli ultimi anni hanno fatto man bassa nel mercato pubblicitario, sia per ciò che riguarda il mercato pubblicitario, che negli ultimi decenni è stato occupato in gran parte dalla televisione.

Riteniamo che sia importante riorganizzare il settore, come diceva il collega Della Vedova, cioè definire metodiche e metodi che possano costituire limiti virtuosi nell'utilizzo e nella ripartizione dei proventi pubblicitari, in modo da far tornare ai quotidiani – come è naturale che debba essere – quelle parti di pubblicità che negli ultimi decenni sono state acquisite dalla televisione, il mezzo d'informazione che ha avuto maggiore diffusione anche grazie ad una sostanziale liberalizzazione delle metodiche di gestione.

In ordine ai motori di ricerca, ci sembra interessante favorire degli accordi tra editori e gestori dei motori, come accade in altri Paesi, per fare in modo che parte delle grandissime quantità dei proventi pubblicitari possano tornare al mercato editoriale che, come diceva il collega Della Vedova, è quello che produce gran parte dei contenuti grazie ai quali i motori di ricerca possono fare pubblicità.

MAURO *(GAL)*. Signora Presidente, intervenendo alla fine dibattito ho il vantaggio di poter parlare per *flash* ed esprimere alcune osservazioni che ritengo importanti.

Nel periodo 2012-2013 il Ministero del lavoro e delle politiche sociali ha firmato accordi per la dichiarazione di crisi di 60 testate giornalistiche. Come da lei osservato, Sottosegretario, si registra un incremento del numero di persone che leggono e che si informano e questo grazie ai giornali *on line.*

Penso pertanto che non può il Governo e non possiamo noi sostenere ancora ciò che non è più nel comune sentire. Penso infatti che quando un utente cerca su *Internet* il quotidiano *on line,* le misure da adottare debbano andare verso il mercato. Sarebbe quindi opportuno applicare l'aliquota del 4 per cento di IVA agli abbonamenti *on line* al fine di uniformare il trattamento fiscale. Inoltre, compatibilmente con i mezzi a disposizione del Governo, sarebbe il caso di favorire l'iscrizione all'ordine dei giornalisti; si potrebbero quindi stabilire nuovi criteri per l'accesso ed aggiornare gli attuali elenchi. Bisognerebbe altresì revisionare la depenalizzazione del reato di diffamazione a mezzo stampa, anche nell'ottica della diffusione dell'editoria digitale e dei nuovi sistemi di comunicazione.

Credo che nell'attuale legislatura dovremmo dedicare molto tempo all'elaborazione di una regolamentazione di tutto il sistema già esistente, cercando di eliminare le distorsioni derivanti dall'utilizzo di Internet e dal nuovo modo di fare giornalismo.

Mi trovo poi un po' spiazzato, signor Sottosegretario, dalle modalità con cui ci ha fornito l'informativa, totalmente corretta e naturalmente puntuale. Ascoltandola, però, mi sembrava di sentire cose vecchie e di scarso interesse rispetto alle prospettive. Ritengo infatti che qualunque sforzo economico, qualunque supporto ulteriore alla cassa integrazione guadagni applicata al settore, qualunque recupero di fondi non solo è assai difficile, viste le condizioni complessive, ma è anche sostanzialmente sbagliato perché sarebbe più opportuno seguire il nuovo corso dell'editoria, il nuovo costume che si è creato nel Paese e approntare, quindi, tutti gli strumenti necessari perché tale cammino possa essere percorso al meglio, eliminando le distorsioni che ho evidenziato poc'anzi.

LEGNINI, *sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri*. Replico brevemente perché condivido gran parte delle considerazioni che sono state pronunciate nel corso del dibattito.

Partendo dall'ultimo intervento del senatore Mauro, non ho ben compreso il motivo per cui egli sostiene che quelle da me dette sono cose vecchie e di scarso interesse. Non lo affermo per difendere la mia esposizione, ma francamente non comprendo: la tutela dei giornalisti e dei poligrafici che stanno per essere licenziati per effetto dei 66 accordi aziendali (domani nell'incontro con l'INPGI avremo i numeri precisi) è questione vecchia? Questi sono problemi attualissimi. Cosa dobbiamo fare? Pongo il problema qui, in Parlamento, perché alla fine il provvedimento deve essere esaminato in questa sede. Questo, infatti, è un tema su cui la Commissione deve pronunciarsi.

Senatore Mauro, se lei avrà modo di leggere la mia relazione si renderà conto che lo sforzo che vorremmo cercare di produrre nella direzione

indicata molto bene dal senatore Migliavacca è tutto orientato a sostenere l'innovazione, la trasformazione. Se poi ci sono idee aggiuntive, naturalmente le recepiremo in modo pieno.

Tra le proposte indicate c'è anche quella di stabilire, per le pubblicazioni *on line*, l'aliquota IVA del 4 per cento, però occorre graduare le risorse in base alle priorità. Spero che arriveremo a realizzare quell'obiettivo. Se, infatti, la sequenza logica di priorità che vi ho proposto sarà da voi condivisa, con la risoluzione che è stata preannunciata, sulla base della proposta del collega Gasparri, dobbiamo in primo luogo verificare se c'è l'intenzione di accompagnare la trasformazione in atto favorendo, incentivando il lavoro dei giovani. È condivisa questa impostazione? Sono necessarie un po' di risorse per realizzarla.

Ho avuto poi il piacere di visitare la redazione de «La Stampa» di Torino che è stata rinnovata secondo le modalità che dovrebbero essere applicate, a mio avviso, da tutte le testate giornalistiche italiane, dalle più grandi alle meno grandi. Si tratta, cioè, di una redazione circolare (in termini sia fisici che funzionali), in cui lavorano in modo integrato e coordinato sia i giornalisti che curano l'edizione stampata, sia quelli che curano l'edizione *on line*, sia quelli che curano la parte video. È qualcosa di molto innovativo. Vogliamo sostenere questa innovazione per rendere più competitive le aziende editoriali italiane? In sostanza, questo è quanto scritto nelle conclusioni, oltre alla questione dell'uscita, nei termini che ho già indicato, e a tutto il resto che è stato qui evidenziato e che è contenuto nella mia relazione.

Non fornirò risposte puntuali alle questioni poste perché – ripeto – sono da me tutte condivise, compreso il grande tema posto dal senatore Della Vedova in ordine alla pubblicità. Sottolineo, però, che tale questione non è oggetto di trattazione. Mi rendo perfettamente conto che il problema è di grande portata, ma conosciamo i limiti ed i vincoli: qualora il Parlamento ritenga possibile estendere il campo di ricerca di soluzioni anche finanziarie in quella direzione, ben sappiamo dove andiamo ad attingere. Ho già parlato della parte dei motori di ricerca, ma vi è un'altra parte, a noi ben nota, che è quella del mercato televisivo (non vi sono molte altre fonti di attingimento). Si tratta, dunque, di un tema che – nel caso – si potrà affrontare.

Per il resto, penso si possa effettuare un approfondimento con la discussione che si preannuncia, nei termini evidenziati dalla presidente Finocchiaro. Il contributo fornito dal Governo a codesta Commissione, oltre al testo della relazione nella sua interezza, può essere sintetizzato nei punti indicati nelle ultime due o tre pagine, su cui vorremmo concentrare l'attenzione e la strutturazione degli interventi e delle misure legislative e non legislative (li esamineremo uno per uno). Naturalmente tutti gli arricchimenti, le integrazioni e le ulteriori implementazioni che perverranno da questa Commissione saranno molto ben accetti dal Governo.

Sottolineo infatti, riprendendo gli argomenti svolti, che abbiamo già convocato un tavolo, che potremmo definire dell'editoria o di crisi, al quale siedono tutti i soggetti rappresentativi della filiera, compresi le

aziende innovative, gli editori *on line*, i piccoli editori, gli edicolanti, i distributori (credo sia la prima volta che si compone un tavolo di questo tipo). A quel tavolo vorremmo tentare di raggiungere un'intesa, pur sapendo che gli interessi dei vari segmenti della filiera non sempre sono collimanti, come è facile immaginare. Dopodomani si terrà il secondo incontro nel quale forse non arriveremo alla definizione della questione (penso sarà necessario prevedere altri incontri); in ogni caso, vorrei cercare di pervenire entro il mese ad una intesa. Se in tale lasso di tempo – ovviamente non sono io a dettare i tempi – pervenisse da questa Commissione un atto di indirizzo parlamentare, prima della pausa estiva potremmo avere un pacchetto di proposte, provenienti sia dagli attori del comparto, sia dal Parlamento e quindi da tutte le forze politiche. In tal modo disporremo del materiale utile a consentire al Governo di tradurre in uno o più interventi normativi le problematiche molto serie che sono aperte.

Concludo, sottolineando che dobbiamo coltivare due approcci, questi sì forse più innovativi, dei singoli punti di cui stiamo discutendo.

Il primo è che siamo in presenza di un settore produttivo, per il quale è necessaria una politica industriale; altrimenti non ne verremo a capo. Bisogna capire come rendere competitive queste aziende perché, se si continuerà così, chiuderanno quasi tutte. Se, invece, riusciranno a sostenersi, ciò dipenderà da ragioni che non hanno a che fare con il conto economico dell'impresa editoriale, ma con il conto economico del socio o dei soci delle stesse aziende editoriali, per le dinamiche societarie che conosciamo bene.

Ripeto, quindi, che è necessaria una politica industriale in senso proprio.

Occorre poi favorire l'approccio innovativo cui ho fatto poc'anzi riferimento.

Questo è l'intento che vorremmo perseguire e che affido alla Commissione per l'ulteriore riflessione e discussione che si vorrà operare.

PRESIDENTE. Ringrazio il sottosegretario Legnini per la disponibilità e dichiaro conclusa la procedura informativa in titolo.

I lavori terminano alle ore 15,30.

€ 1,00