



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

**AUDIZIONE DEL
SOTTOSEGRETARIO CON DELEGA
ALL'EDITORIA**

Sen. Alberto Barachini

**Commissione VII
(Cultura, Scienza e Istruzione)
Camera dei deputati**

29 NOVEMBRE 2022



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

Gentile Presidente e gentili Onorevoli,

vi ringrazio per l'opportunità di poter esprimere fin da subito delle prime considerazioni relativamente alla delega che mi è stata attribuita dal Presidente del Consiglio. Mi preme, infatti, sottolineare quanto sia fondamentale il ruolo del Parlamento e il contributo che tutti Voi date e darete all'attività del governo.

Articolerò il mio intervento di oggi in tre parti. Dopo una breve premessa sulle funzioni svolte dal Dipartimento, Vi illustrerò le azioni più rilevanti avviate nel corso degli ultimi anni dalle competenti strutture. Infine, ho il piacere di concludere la mia esposizione illustrandoVi quelli che saranno i prossimi interventi che ho intenzione di avviare nel breve periodo.

Premessa

Come ben noto a tutti Voi, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria è la struttura di supporto al Presidente del Consiglio dei ministri che coordina le attività di comunicazione istituzionale, promuove le politiche di sostegno all'editoria ed ai prodotti editoriali e opera per la tutela del diritto d'autore.

In particolare, il Dipartimento svolge compiti in materia di:

- comunicazione istituzionale;
- pubblicità, documentazione istituzionale e informazione, anche attraverso la stipula di convenzioni con le agenzie di stampa ed informazione e con il concessionario del servizio pubblico radiotelevisivo;
- comunicazione diretta al pubblico sulle attività del governo;



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

- concessione di premi alla cultura;
- politiche di sostegno all'editoria;
- diritto d'autore e contrasto alla pirateria digitale e multimediale;
- vigilanza sulla Società Italiana degli Autori ed Editori (SIAE), d'intesa con le altre Amministrazioni competenti.

Azioni più rilevanti avviate nel corso degli ultimi anni

Per quanto riguarda le attività del Dipartimento, non possiamo non rilevare che negli ultimi anni, la pandemia prima e gli effetti della guerra dopo, hanno inciso negativamente sul settore editoriale nel suo complesso, causando una forte riduzione dei ricavi e ad un calo dei lettori.

Infatti, è in atto, su scala mondiale, una forte tendenza alla diminuzione degli abbonamenti e delle vendite singole di pubblicazioni stampate, nonché una diminuzione dei proventi pubblicitari. Ciò ha provocato l'aumento del già elevato costo unitario dei prodotti stampati che spesso gli editori riescono a compensare solo in parte con l'aumento dei prezzi. Al contempo, gli organi di informazione sono alla ricerca di nuovi modelli commerciali.

È una situazione che, ovviamente, non interessa solo l'Italia. Anche su scala mondiale, infatti, sono ampiamente note le crescenti difficoltà finanziarie per l'editoria giornalistica. Si stima che, tra il 2010 e il 2020, l'editoria quotidiana e periodica in Italia abbia perso complessivamente 2,4 miliardi di euro di ricavi, passando da un fatturato totale di 4,4 miliardi di euro a 2 miliardi di euro. La diminuzione dei ricavi ha riguardato sia i proventi editoriali, sia gli introiti pubblicitari.



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

In Italia l'approccio seguito durante la pandemia è stato vario ed articolato su misure che hanno riguardato l'intera filiera editoriale: dalle imprese editrici, alla catena della distribuzione fino ai rivenditori di giornali, ultimo anello della filiera.

In alcuni casi sono state introdotte nuove misure, in altri si è agito con misure “strutturali”, rimodulandole o intervenendo, ad esempio, sui requisiti di ammissione o incrementando gli stanziamenti destinati alle agevolazioni. Tali interventi, realizzati a valere sulle risorse del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione, istituito dalla legge delega n. 198 del 2016, sono stati confermati per il 2021 e, in alcuni casi, anche per l'anno 2022.

Sul fronte della contribuzione diretta, in occasione dell'emergenza sanitaria, ad esempio, sono state adottate misure di carattere straordinario che hanno previsto, da un lato, la temporanea semplificazione di alcuni requisiti per l'accesso ai finanziamenti (riduzione delle percentuali minime di vendita richieste, possibilità di differire il pagamento dei costi di produzione della testata), dall'altro, la salvaguardia del livello di contributo da erogare a ciascuna impresa, stabilito in un importo non inferiore a quello liquidato alle imprese editrici per l'annualità 2019. Le risorse destinate ai contributi diretti per l'anno 2021 ammontano complessivamente a circa 90 milioni di euro.

Il sostegno pubblico alla filiera editoriale si è articolato, poi, in una serie di misure indirette. Si tratta di interventi caratterizzati da una maggiore eterogeneità e adattabilità in relazione a specifiche e contingenti crisi di mercato rispetto alla contribuzione diretta.

Tra le misure di carattere congiunturale ascrivibili alla contribuzione indiretta è da menzionare il **credito di imposta per l'acquisto della carta**, misura di carattere “storico” del sistema editoriale che era stata abbandonata e che è stata rifinanziata,



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

dapprima con uno stanziamento di 30 milioni di euro per ciascuno degli anni 2020 e 2021 e, successivamente, in concomitanza con la crisi economica dovuta alla pandemia e poi con la crisi energetica legata alla situazione politica internazionale, prorogata per il biennio 2022-2023, con un aumento della misura pari a 60 milioni di euro annui e della percentuale di credito riconosciuto ai beneficiari. La stessa Commissione europea si è pronunciata recentemente (il 17 novembre scorso) con una decisione favorevole alla compatibilità della misura con le disposizioni normative europee sugli aiuti di Stato. Sarà, quindi, possibile per le imprese editrici di quotidiani e periodici accedere nel 2023 a tale credito.

Altro settore sul quale si è intervenuti è quello pubblicitario che, in una fase di crisi, è solitamente uno dei primi ad essere sacrificato. In questo ambito è stato ridisegnato e incrementato il **credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari** prevedendone una rideterminazione del 50% del valore complessivo degli investimenti effettuati in campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali, analogiche o digitali, non partecipate dallo Stato. La medesima previsione è stata prevista anche per gli anni 2021 e 2022 con uno stanziamento annuo pari a 90 milioni di euro.

Nel corso dell'anno 2021, è stato, inoltre, istituito un **credito d'imposta a favore delle imprese editrici** per la distribuzione delle testate edite, volto a garantire la sostenibilità e capillarità della diffusione della stampa, in particolare nei piccoli comuni e in quelli con un solo punto vendita di giornali, in cui la distribuzione è più costosa e, quindi, economicamente meno remunerativa per le imprese editrici. Si consente, in tal modo, l'accesso all'informazione anche da parte di persone che vivono in zone remote e rurali dove la connettività e la copertura di banda larga spesso non sono sufficienti. Il credito d'imposta è riconosciuto nella misura del 30% delle spese di distribuzione e



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

trasporto sostenute nell'anno 2020, a fronte di uno stanziamento complessivo di 60 milioni di euro.

Proseguendo nella filiera editoriale, è stato istituito il “**bonus una tantum edicole**”, vale a dire un contributo per l'attività di rivendita di giornali e riviste finalizzato a supportare le edicole, alle quali è stata consentita l'apertura durante il *lockdown*, anche in relazione alla loro riconosciuta funzione di servizio essenziale a garanzia dell'accesso all'informazione. Tale misura è stata poi ulteriormente rifinanziata per l'anno 2022 a valere sul nuovo Fondo straordinario per gli interventi di sostegno all'editoria (istituito dalla legge di bilancio 2022). L'agevolazione prevede un *bonus una tantum* per le edicole, fino a 2.000 euro, per la trasformazione digitale e l'ammodernamento tecnologico, con un finanziamento complessivo di 15 milioni di euro. Il contributo risponde all'esigenza, emersa da parte degli operatori del settore, di salvaguardare la rete di distribuzione e vendita incentivando la riapertura di punti vendita e scongiurando la chiusura di quelli esistenti, attraverso la creazione di network che offrano oltre alla stampa anche altri prodotti e servizi nonché incentivi all'informatizzazione e meccanizzazione dei processi.

Nell'ambito delle misure di carattere indiretto poste in essere a sostegno dei rivenditori di giornali rientra anche il **credito d'imposta per le edicole**, misura che è stata più volte modificata e rafforzata, sia mediante l'innalzamento del limite massimo individuale di credito - pari a 4.000 euro per gli anni 2021 e 2022 - sia attraverso l'ampliamento delle spese ammesse all'agevolazione. La copertura finanziaria di tale misura ammonta a 15 milioni di euro per ciascun anno.

Tutte le misure messe in campo fin qui illustrate convergono, in sinergia con le imprese, nell'affrontare un fallimento del mercato che mette a rischio la capacità del comparto di continuare a sviluppare le proprie attività e di adattarsi agli sviluppi del



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

mercato stesso. Considerazione, quest'ultima, condivisa anche dalla Commissione europea in sede di autorizzazione delle diverse misure agevolative alla stessa notificate.

È un fatto che, al forte calo della domanda interna delle vendite, si sono aggiunti, per gli editori, gli effetti dell'intensa evoluzione tecnologica nel settore dell'informazione, che ha modificato le abitudini dei lettori e imposto alle imprese editrici nuovi modelli commerciali digitali. Per tale ragione è stato introdotto, tra le misure agevolative a favore delle imprese editrici, il **credito d'imposta per l'acquisizione di servizi connessi alle testate edite in formato digitale** (servizi di server, hosting, manutenzione evolutiva per le testate edite in formato digitale, information technology di gestione della connettività), misura che è stata prorogata anche per gli anni 2021 e 2022, con un innalzamento dello stanziamento dagli iniziali 8 milioni di euro annui a 10 milioni di euro.

Partendo dalla considerazione che il diritto dei cittadini ad essere informati e a poter effettuare le proprie corrette valutazioni attraverso un'informazione attendibile e di qualità vada coltivato già nella fase di formazione educativa dell'individuo, una particolare attenzione è stata posta nei confronti delle scuole e dell'integrazione dell'attività didattica mediante la lettura critica di quotidiani e periodici. Con la legge di bilancio 2020 sono stati riconosciuti **contributi a favore delle istituzioni scolastiche, statali e paritarie, e degli studenti per l'acquisto di abbonamenti a quotidiani, periodici e riviste scientifiche e di settore**, per un importo totale fino a 20 milioni di euro annui. Purtroppo, soprattutto a causa della pandemia, vi è stata una scarsa adesione all'iniziativa, che ha determinato una rimodulazione delle risorse. La mia intenzione è quella di rilanciare il programma, attraverso un'azione coordinata con il Ministero dell'istruzione e del merito.



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

Nell'ambito degli interventi che perseguono obiettivi trasversali, aperti anche agli **Enti del terzo settore**, sono state poi promosse dal Dipartimento diverse iniziative per finanziare progetti editoriali volti a favorire la diffusione delle informazioni multimediali e delle tecnologie digitali e l'inserimento di nuove professionalità nel mondo del lavoro, con un'attenzione particolare ai giovani e all'autoimprenditorialità delle donne e il contrasto al fenomeno delle *fake news*, con particolare riguardo al settore della salute. A tali bandi è stato destinato uno stanziamento complessivo di 1,5 milioni di euro. Proprio sul tema della disinformazione, ho recentemente partecipato ad un incontro organizzato dalla Presidenza tedesca del G7, nell'ambito del *media ministers' meeting*. Intendo proseguire su questa linea, come parte attiva e di coordinamento degli interventi nel settore, in stretta interlocuzione con la rete diplomatica.

Per quanto riguarda, invece, la **comunicazione istituzionale**, fin dall'inizio dell'emergenza sanitaria il Dipartimento ha esercitato un ruolo fondamentale, diretto prima a fronteggiare la pandemia e, successivamente, ad accompagnare la progressiva ripresa delle attività economiche e sociali. La direzione intrapresa è stata confermata da riconoscimenti internazionali. Nel corso dell'ultimo biennio, tra le iniziative più rilevanti realizzate figura la campagna di comunicazione dedicata all'accompagnamento del piano vaccinale, in coordinamento con il Ministero della salute. Peraltro, proprio con il Ministero della salute, sono già in corso nuove iniziative.

Anche l'adozione del PNRR è stata un'ulteriore occasione per mettere in atto un progetto unitario di comunicazione destinato ad accompagnare l'avvio delle misure previste dal Piano e a portare a conoscenza dei cittadini il grande sforzo che il Paese nel suo insieme (sistema pubblico e mondo delle imprese) sta sostenendo per la sua attuazione. Parallelamente, nel corso del 2022, l'azione di comunicazione istituzionale



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

ha riguardato temi emergenziali che il Paese si è trovato a fronteggiare: la siccità determinatasi nell'estate del 2022 e l'emergenza energetica. Sono state realizzate specifiche campagne di comunicazione ideate con uno stile concreto, improntato all'essenzialità e all'immediatezza del messaggio, diffuse in TV, radio e social media.

Complessivamente, nell'anno 2021 sono state realizzate 19 campagne di comunicazione, a cui si aggiungono le 17 campagne del 2022.

Pochi giorni fa, come vi riferirò più avanti, abbiamo avviato con il Ministro dello sport e delle politiche giovanili, Andrea Abodi, una collaborazione per una campagna di sensibilizzazione alla guida sicura che coinvolga anche le Associazioni delle vittime della strada.

Quanto alle **Agenzie di stampa**, il precedente Governo, nel disporre la proroga al 31 dicembre 2022 della durata dei contratti con le stesse, ha istituito un'apposita Commissione, con il compito di "individuare le modalità idonee a garantire la pluralità delle fonti nell'acquisizione dei servizi di informazione primaria per le pubbliche amministrazioni dello Stato". È mia intenzione riprendere i lavori della Commissione, per assumere rapidamente, come vi dirò più avanti, una decisione.

Al livello europeo, per quanto riguarda lo **European Media Freedom Act (EMFA)**, il 16 settembre scorso la Commissione Europea ha pubblicato la "Proposta di Regolamento del Parlamento Europeo e del Consiglio che istituisce un quadro comune per i servizi media nel mercato interno (EMFA- European Media Freedom Act)". È stato avviato un tavolo di coordinamento per acquisire le osservazioni di tutte le altre Amministrazioni coinvolte. Il fine dichiarato dell'EMFA è la salvaguardia del pluralismo e l'indipendenza dei media nel mercato interno dell'UE. La proposta complessiva tocca ambiti settoriali diversi, tra i quali la stampa, con un impatto diverso a seconda dei settori e più di un aspetto da approfondire rispetto al fine della tutela



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

della libertà di stampa e del pluralismo dell'informazione. La discussione, durante i lavori del Gruppo Audiovisivi del Consiglio, è stata piuttosto vivace. Proprio oggi, nel corso del Consiglio cultura sarà presentato un Progress Report. Il punto centrale, per quanto concerne le nostre specifiche competenze, è l'estensione della logica del mercato interno e delle conseguenti misure di armonizzazione della legislazione al settore della stampa, al quale vengono estese una serie di previsioni fino ad oggi applicabili solo all'audiovisivo.

Prossimi interventi da avviare nel breve periodo

Il mio lavoro proseguirà lungo due linee direttrici: da un lato le prossime azioni saranno incentrate ad implementare e a portare a compimento l'attività amministrativa e gestionale necessaria per l'attuazione delle misure agevolative previste per l'anno 2023 (credito d'imposta per l'acquisto della carta, credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali); dall'altro, si procederà all'attivazione delle misure introdotte e finanziate a valere sul nuovo Fondo straordinario per gli interventi di sostegno all'editoria, di recente istituzione, che hanno come obiettivi principali la digitalizzazione dell'informazione e la transizione digitale, l'ingresso di giovani professionisti qualificati nel campo dei nuovi media, la stabilità dell'occupazione.

Si è pervenuti, il 28 settembre scorso, all'adozione del D.P.C.M. che ha ripartito le risorse del **Fondo straordinario per il 2022**, con una dotazione finanziaria complessiva di 90 milioni di euro. Per il 2023 è prevista una dotazione finanziaria di 140 milioni di euro, per la quale andranno effettuate le opportune scelte allocative. Il D.P.C.M., relativo al 2022, è stato pubblicato nella Gazzetta Ufficiale il 16 novembre scorso e da quel momento il Dipartimento è impegnato nell'adozione del provvedimento che disciplinerà le modalità di fruizione ed i profili applicativi per la



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

concessione dei benefici previsti. Naturalmente, saranno coinvolte sia le Amministrazioni interessate, sia le Associazioni di categoria rappresentative della filiera editoriale.

Tra le misure individuate nel decreto, a cui si dovrà dare attuazione, figura, oltre al bonus per le edicole di cui ho già parlato, un contributo in favore delle imprese editrici di giornali e periodici per ogni copia cartacea venduta, nel limite di uno stanziamento pari a 28 milioni di euro. Il Fondo destina, inoltre, risorse complessive pari a 12 milioni di euro ai datori di lavoro nel settore delle imprese editoriali di quotidiani e periodici, anche di nuova costituzione, delle agenzie di stampa e delle emittenti televisive e radiofoniche locali, mediante l'assegnazione di un contributo forfettario di 8.000 euro per ogni assunzione con contratto di lavoro a tempo indeterminato perfezionatosi nel corso dell'anno 2022 di giovani giornalisti e professionisti con competenze digitali, entro il limite massimo di 3 milioni di euro, nonché di un contributo forfettario nella misura di 12.000 euro per la trasformazione, nel corso dell'anno 2022, di un contratto giornalistico a tempo determinato o di collaborazione coordinata e continuativa in contratto a tempo indeterminato, entro il limite massimo di 9 milioni di euro.

Allo scopo di supportare il processo di **innovazione delle imprese editrici** e la trasformazione dei media tradizionali in digitali, sono stati inoltre destinati 35 milioni di euro per l'erogazione di contributi destinati agli investimenti orientati all'innovazione tecnologica e alla transizione digitale e finalizzati al miglioramento della qualità dei contenuti e della loro fruizione da parte dell'utenza, nel settore dell'editoria radiofonica e televisiva, delle imprese editoriali di quotidiani e periodici e delle agenzie di stampa.



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

Quanto, invece, alle **campagne di comunicazione**, sin dal mio insediamento ho avviato una stretta interlocuzione con il Ministro dello sport e i giovani sul tema della sicurezza stradale e con le Associazioni di riferimento.

Nel prossimo anno, oltre all'attività ordinaria di ideazione e realizzazione delle campagne, avvieremo la predisposizione del Piano di comunicazione, nonché l'aggiornamento delle Linee guida del 2018, privilegiando un approccio innovativo e di indirizzo, per realizzare una comunicazione istituzionale che sia basata sull'analisi dei dati, coordinata, focalizzata sulle priorità, e che metta a sistema le diverse risorse disponibili o attivabili mediante ricorso a partnership con tutti gli interlocutori pubblici e privati disponibili. È mia intenzione assicurare un forte coordinamento tra le diverse campagne istituzionali, seguendo un approccio unitario e potenziando la diffusione della comunicazione su canali digitali e social, soprattutto per quelle rivolte ai più giovani.

Tornando al tema delle **Agenzie di stampa**, ritengo doveroso aprire un dialogo con gli stakeholders, concedendo una breve proroga per gli affidamenti in essere. Questo, infatti, ci consentirà, anche alla luce dei lavori della citata Commissione e che riprenderò quanto prima, di avviare una nuova riflessione. Pensate infatti che gli esiti dell'ultima gara risalgono al lontano 2017, in un contesto di mercato e quindi anche di esigenze totalmente diversi. È mia intenzione arrivare ad una soluzione equilibrata ed organica e che contemperi le esigenze del pluralismo, quelle di concorrenza poste dal Codice degli appalti e, soprattutto, la garanzia di stabilità economica delle agenzie stesse. Ritengo anche fondamentale supportare il settore dell'editoria attraverso una visione innovativa di sviluppo. Mi impegno, oltre che a proseguire con le misure di sostegno tradizionale, ad avviare altresì politiche di innovazione e trasformazione del



Presidenza del Consiglio dei ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

settore editoriale, che tengano conto di quelle aziende che si ispirano a modelli gestionali di impresa efficienti.

In particolare, la strada da intraprendere sul doveroso finanziamento pubblico all'informazione e all'editoria si deve sostanziare su due principali direttrici:

- da una parte, la difesa del pluralismo informativo e del patrimonio culturale attraverso un sostegno alle realtà che collaborino al recupero dell'affidabilità, della credibilità e della reputazione del settore editoriale e giornalistico, anche sul fronte digitale, contrastando le fake news e le azioni di disinformazione e di doping delle notizie con intenti scandalistici;
- dall'altra, il contributo allo sviluppo del settore implementando quelle misure di sostegno economico che contribuiscano effettivamente allo sviluppo dello stesso e siano finalizzate e connesse a un reale progresso dei soggetti beneficiari, in modo da aiutarli a difendersi e prosperare nell'attuale assetto di mercato.

Su tale tema mi rendo disponibile, fin da subito, ad un confronto preventivo con il Parlamento.

Infine, ritengo importante seguire con attenzione i lavori del **EMFA**, per puntare ad ottenere un testo finale che, nel rispetto dei principi generali pienamente condivisibili espressi, sia funzionale alla sopravvivenza e sviluppo dell'ecosistema dell'informazione del nostro Paese, già caratterizzato da un sistema di sostegno all'editoria finalizzato a garantire libertà di espressione, trasparenza e pluralismo dell'informazione. A tal fine, per la definizione della posizione italiana, oltre l'esito dei lavori del tavolo di coordinamento, avvieremo una interlocuzione con i principali stakeholder coinvolti.