

LETTERA APERTA AGLI EDITORI

Cari Editori,

tra Editori ed edicolanti dovrebbe esistere una comunione di intenti naturale: entrambi vivono vendendo giornali.

Certo, non condividiamo alcune politiche di marketing editoriale (cut price) che hanno svilito i periodici agli occhi dei lettori, tuttavia presumiamo (ancora) che gli Editori diano il massimo delle loro energie intellettuali ed economiche per diffondere cultura e informazione attraverso prodotti che abbiano il massimo appeal commerciale.

Impegno e ingegno perlopiù vanificati quando - terminato il processo di edizione - le pubblicazioni sono affidate alla distribuzione.

Oggi infatti la diffusione della quasi totalità della stampa quotidiana e periodica è demandata a 90 distributori locali che operano in regime di monopolio.

La dottrina giuridica ritiene che tali distributori siano dei semplici agenti dell'Editore in quanto il prodotto editoriale è e rimane dell'Editore fintanto che non viene venduto attraverso un contratto di natura estimatoria tra Editore ed edicolante regolato dall'Accordo Nazionale di categoria. Secondo la Cassazione il distributore locale è addirittura un Vostro sub-mandatario.

Onestamente agli edicolanti - dal basso della filiera - non sembra di relazionarsi con Vostri agenti o mandatari in quanto i distributori si comportano come se fossero i "padroni" del prodotto che distribuiscono gestendo l'area loro assegnata come signori feudali. Come?

- Sottraendosi alle regole contenute nell'A.N. da Voi sottoscritto.
- Imponendo ai rivenditori contratti di fornitura del Vs. prodotto.
- Attivando o meno una rivendita e stabilendo quale e quanto del Vs. prodotto portare.
- Sospendendo, a loro insindacabile giudizio, la fornitura del prodotto.
- Interrompendo le forniture delle pubblicazioni ad una rivendita se ritenuta antieconomica o pretendendo il pagamento di costi di portatura.
- Imponendo la fornitura di prodotti che non siano quotidiani o periodici.
- "Ingolfando" l'edicola di prodotto (acquistato in stock da fornitori terzi?) privo di mercato per acquisire anticipazioni finanziarie o eludendo le Vostre indicazioni addebitando alla consegna pubblicazioni da fornire in conto deposito.

Gli edicolanti si chiedono - e chiedono a Voi Editori - se queste prassi siano da Voi conosciute e - soprattutto - se rientrino nell'ambito del mandato o dell'agenzia che avete conferito e si chiedono se sia corretto che il Vostro diritto costituzionalmente garantito di informare e quello dei cittadini di essere informati siano "amministrati" da 90 distributori locali che spesso abusano della loro posizione dominante.

Di tutto ciò, forse, si occuperà l'Antitrust o la magistratura ordinaria, ma prima ancora, riteniamo che se ne debbano occupare gli Editori riassumendo il controllo del processo distributivo.

La sopravvivenza della filiera si fonda sulla massimizzazione delle vendite e non sui tagli lineari alla rete di vendita e ai costi della distribuzione locale, o peggio ancora sul trasferimento di questi costi sull'ultimo anello della filiera (edicole) i cui margini di guadagno sono già ridotti al limite della sostenibilità.

C'è chi vive vendendo i giornali e chi inizia a credere di poter vivere (o forse prosperare) "portando" i giornali a pagamento.

Editori ed edicolanti devono parlarsi prima che sia troppo tardi. Se la rete di vendita si dissolve, il mercato cartaceo muore e muore il diritto all'informazione a mezzo stampa.

Allora non avremo più niente da dirci.

Il Presidente SNAG Nazionale
Abbiati Armando