

Nuova legge editoria – La Proposta di Stampa Romana

4mila posti di lavoro persi nell'ultimo decennio. Una erosione lenta ma costante delle copie vendute di quotidiani e periodici. Il passaggio di testimone dall'era dell'editoria all'epoca delle piattaforme, dall'era della produzione delle notizie all'età della condivisione gratuita delle stesse. L'uso sempre più ridotto dei fondi pubblici per sostenere il settore. La crisi drammatica in cui versa l'Inpgi, in cui si concentrano tutte le difficoltà del sistema. Una massa crescente di lavoratori autonomi, la maggior parte dei quali vive senza tutele, senza paghe adeguate, senza prospettive per il futuro.

Chiedere alla nuova legge sull'editoria che risolva una volta per tutte questi problemi ci sembra azzardato.

Ci sembra invece cosa buona e giusta che si propongano soluzioni che non aiutino solo a gestire il momento, e per momento intendiamo anche quello caratterizzato dalla pandemia, ma che garantiscano un futuro sostenibile su un orizzonte medio lungo di tempo.

Non ci possiamo permettere solo misure tampone per quanto indispensabili. Dobbiamo individuare un orizzonte degno di una professione sulla quale si gioca il presente e il futuro di una democrazia compiuta.

Nei 40 anni di vita della legge 416 è letteralmente cambiato il mondo. La comunicazione ha ampliato a dismisura gli orizzonti. Peccato che di questi orizzonti i produttori di notizie raccolgano briciole.

Stampa Romana individua una serie di questioni e di proposte per costruire una possibile risalita.

CONSISTENZA DEL FONDO

Senza adeguate risorse in campo la ripartenza del settore rischia di sbandare alle prime difficoltà. *Certamente un assegno importante può e deve arrivare dal Recovery fund anche per mettere in sicurezza i conti dell'Inpgi.* Ma il fondo non può vivere solo di un contributo una tantum seppure importante.

Lo Stato negli ultimi anni ha tagliato le provvidenze tra contributi diretti e indiretti.

Oggi è necessario che fondi strutturali e costanti siano garantiti anche dalla web tax (o digital tax).

La direttiva europea ha aperto la strada alla negoziazione del pagamento dei diritti con gli over the top, una negoziazione non semplice.

Guardiamo a quanto sta accadendo in Francia dove la legge esiste e dove il tema è stato correttamente inquadrato dai tribunali come una distorsione del mercato pubblicitario e come una concentrazione impropria dello stesso da parte delle grandi piattaforme (vedi anche la recente apertura dell'istruttoria dell'Antitrust italiano nei confronti di Google).

Non ci nascondiamo che se oggi lo stato fornisce contributi per decine e decine di milioni l'anno dai colossi del settore deve arrivare una forma analoga di finanziamento (da calcolare o in percentuale sul fatturato prodotto nel nostro paese o in cifra fissa). Poichè la fruizione del prodotto digitale passa oggi essenzialmente dagli smartphone non si deve escludere che siano anche i produttori di apparecchi a versare qualche euro nelle casse di questo fondo.

USO DEL FONDO

La 416 è stata utilizzata per ristrutturare il settore in un momento di grande novità industriale, di cambiamento della filiera produttiva. Oggi le aziende hanno sì effettuato una prima transizione al digitale ma non l'hanno completata, o almeno non lo hanno realizzata con le figure più adatte per produrre e distribuire il prodotto in questa nuova chiave.

A volte, contando sul ruolo pubblico sia nel finanziamento diretto sia in quello indiretto tramite gli ammortizzatori sociali, hanno rinunciato a svolgere il ruolo di imprese tout court, cioè di organismi produttivi che vivono di mercato o quanto meno provano a realizzare profitti tra copie vendute e ricavi pubblicitari.

E' vero che i principali destinatari del contributo ex 416 sono le aziende a "fallimento di mercato" cioè le testate espressioni di idee, di pluralismo, di minoranze linguistiche e non. Sappiamo che da sole non riuscirebbero a vivere di edicola e di inserzioni pubblicitarie. E' altrettanto vero che forse sarebbe utile inserire qualche elemento manageriale nella gestione delle aziende in una prospettiva industriale che oggi non può che essere digitale.

associazione stampa romana

E' anche necessario che il ruolo di sostegno pubblico sia giustificato dalla creazione di occupazione stabile, in grado di fornire stabilità al settore e alla previdenza.

Per questo motivo chiediamo che a ogni uscita ci sia il vincolo di un nuovo ingresso così da favorire il turnover generazionale.

Le aziende potranno vantare un diritto soggettivo al contributo pubblico in presenza di contratti di lavoro firmati dal sindacato e dagli editori come accade oggi con il termine di un anno per il riconoscimento del diritto soggettivo a patto che individuino all'interno del perimetro aziendale:

- **Una figura cui affidare la gestione dei ricavi da tutta la filiera produttiva** (digitale, cartacea, radio, tv ecc ecc). Fungerebbe da cerniera tra la destinazione del contributo pubblico e la ricettività dell'offerta informativa sul mercato;

- **Una figura giornalistica in grado di comunicare al dipartimento i risultati di una progressiva digitalizzazione** sia sull'organizzazione del lavoro (redazione integrata) sia sulla distribuzione e diffusione digitale del prodotto. L'organo di controllo verificherà in un lungo arco di tempo (ogni tre anni?) che i soldi destinati alle imprese siano stati usati per la trasformazione digitale.

Oggi le aziende che beneficiano del contributo pubblico diretto sono inserite in una "short list". Sono esclusi i grandi editori.

Pensiamo che i grandi editori, più a loro agio con il mercato, possano ricevere incentivi diretti se creano nuove iniziative editoriali in cui impiegare in larga misura colleghi che sono stati espulsi dal mercato del lavoro tra licenziamenti e cassa integrazione.

In questo modo ci sarebbe uno scambio virtuoso. In cambio di un recupero di una *generazione "perduta" di giornalisti tra i 50 e i 60 anni* è possibile riconoscere anche a chi ha come priorità il profitto un aiuto dello Stato, riconoscendo con più vigore il ruolo sociale dell'impresa editoriale.

La riqualificazione di giornalisti e giornaliste sarà accompagnata dalla formazione continua strutturata tra le parti sociali con il danaro disponibile dai fondi europei (e regionali).

In tutti questi casi **il danaro pubblico sarà erogato solo a tutte le aziende che rispetteranno le norme sull'equo compenso per il pagamento del lavoro autonomo**, giusto compenso da definire al più presto.

RIFORMA ORDINE E NUOVE FIGURE PROFESSIONALI

Tra le figure digitali da inserire all'interno dei perimetri aziendali ci sono le professioni che non producono direttamente notizie. Un largo perimetro costituito da social media manager, architetti dell'informazione, videomaker, data analyst, "conversatori con i lettori". I comunicatori sono figure necessarie per una impresa digitale moderna in continuo contatto con i cittadini. Ed è necessario riconoscerle in un rinnovato ordine professionale.

Lo si può fare aprendo **un apposito albo**, che li includa. Si separino le due funzioni - giornalismo e comunicazione - professionalmente (esempio: i comunicatori non hanno una gerarchia redazionale per il controllo di cosa si produce; i giornalisti produrranno notizie in una organizzazione redazionale e smaschereranno le fake news) e deontologicamente (esempio: un social media manager può essere integrato in una redazione e allora il suo riconoscimento professionale avverrà con i canali tradizionali, la dichiarazione del direttore, l'esame di stato oppure potrà essere riconosciuto sul lato dei comunicatori e allora non avrà bisogno della dichiarazione di un direttore di testata ma dovrà avere vincoli deontologici chiari) ma li si accolga in un unico e rinnovato ordine professionale.

Il dipartimento potrà con un tavolo apposito far incontrare le due categorie e porre le basi perché si cambi la legge istitutiva dell'Ordine dei giornalisti datata 1963. La riforma deve essere costruita e condivisa da tutti gli attori in campo. Solo così sarà corretto avere una cassa previdenziale identica per tutti, non prima di avere con altrettanta chiarezza definito i numeri in campo. Quanti comunicatori sono oggi lavoratori dipendenti? Quanti sono autonomi? Quanti lavorano nel privato, quanti nella pubblica amministrazione?

FLESSIBILITA' IN USCITA E FINTO LAVORO AUTONOMO

Sullo sfondo di questo tema c'è la sostenibilità dell'Inpgi. Il tema però agganciato a quello del ricambio generazionale è la modularità dell'uscita.

L'innalzamento dell'età della pensione anticipata su uomini e soprattutto donne in vigore dal 2017 ha creato squilibri tra i giornalisti e le giornaliste. Così come la costante richiesta da parte delle aziende di danaro per prepensionamenti che erodono e distruggono occupazione ha scaricato gli oneri sulle casse dell'istituto di previdenza.

Bisogna a nostro avviso trovare maglie più flessibili.

Se le aziende vogliono mandare in quiescenza i colleghi prima dei 62 anni di età possono farlo con la creazione di un fondo a loro carico. Così potrebbero agevolare il miglio che precede il trattamento pensionistico magari accompagnandolo a un impegno lavorativo ridotto, ad esempio i part time.

Si uscirebbe dalla finzione di stati di crisi creati ad arte per scaricare i costi sulla collettività.

Queste misure autofinanziate di anno in anno dagli editori che negli ultimi anni hanno ricevuto miliardi di euro di benefici pubblici potrebbero favorire, in una misura da definire, il turn over legato ad investimenti digitali.

Inoltre il sostegno a una occupazione più strutturata con un forte ripristino della legalità del settore può arrivare dalla emersione di rapporti di lavoro finto autonomo per trasformarli in contratti di lavoro subordinato. E il delta contributivo per favorire l'emersione potrebbe essere caricato dallo Stato (con danaro da prelevare su questo fondo o con soldi che dal ministero del lavoro transitano per Inpgi) **per un periodo tra i 2 e i 5 anni.**

ORGANO DI CONTROLLO

Sono noti a tutti gli scandali, le ruberie, le appropriazioni indebite di danaro pubblico che hanno danneggiato tutti: gli editori onesti, i lavoratori costretti a perdere il posto di lavoro, l'amministrazione che ha dovuto ingaggiare contenziosi per recuperare esborsi ingiustificati, l'opinione pubblica che ha associato l'editoria a una specie di sanguisuga parassitaria, un animale ancora più pericoloso in un momento di grave crisi economica e sociale del paese.

I meccanismi che abbiamo descritto hanno bisogno di una camera di controllo nella quale intervenire con immediatezza e con sanzioni adeguate nel caso di irregolarità e imbrogli e di una camera di compensazione in grado di segnalare al dipartimento e al legislatore possibili criticità nel funzionamento della legge.

Noi immaginiamo un **organismo a 9** composto da un rappresentante del dipartimento dell'editoria e da uno del ministero del lavoro, da due rappresentanti degli editori (profit e no profit), da due rappresentanti del sindacato uno per i giornalisti e uno per gli altri sindacati (poligrafici, edicolanti ecc ecc), e di tre rappresentanti delle autorità di vigilanza e controllo come Agcom, Antitrust e Agenzia del lavoro.

associazione stampa romana

A loro il compito di sanzionare chi viola la legge e di controllare il funzionamento della legge, riportando al Parlamento un monitoraggio semestrale di un settore in rapidissima trasformazione.