

|  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|---|
| <b>SINAGI</b><br>aff. SLC-CGIL<br>00165 ROMA<br>Via Gregorio VII 350 | <b>SNAG-<br/>CONFCOMMERCIO</b><br>20123 MILANO<br>Via S. Vito 24 | <b>FENAGI-<br/>CONFESERCENTI</b><br>00184 ROMA<br>Via Nazionale 60 | <b>UILTuCS-<br/>GIORNALAI</b><br>00145 ROMA<br>Via G. Gozzi 35 | <b>USIAGI-<br/>UGL</b><br>95124 CATANIA<br>Via Orto S. Clemente 25 | <b>FeLSA<br/>CISL</b><br>00185 ROMA<br>Via dei Mille 56 |
|--|--|--|--|--|---|

Milano, 13 aprile 2016

Gent.mo dott.  
**Alessandro Bompieri**  
c/o **Federazione Italiana Editori Giornali**  
Via Piemonte, 64  
00187 ROMA (RM)

invio a mezzo e-mail: [alessandro.bompieri@rcs.it](mailto:alessandro.bompieri@rcs.it)

Egr. dott. Bompieri,

come richiesto nell'ultima riunione del 22 marzo u.s. le trasmettiamo le proposte delle scriventi Organizzazioni Sindacali per il rinnovo dell'Accordo Nazionale.

Con l'occasione porgiamo i nostri migliori saluti.

SINAGI aff. SLC-CGIL - *Giuseppe Marchica*

SNAG-Confcommercio - *Armando Abbiati*

FENAGI-Confesercenti - *Giovanni Lorenzetti*

UILTuCS-Giornalai - *Enzo Bardi*

USIAGI-UGL - *Aldo Romeo*

FeLSA CISL - *Roberto Ricciotti*

Handwritten signatures of the six syndical organizations mentioned in the list to the left. The signatures are: Giuseppe Marchica, Armando Abbiati, Giovanni Lorenzetti, Enzo Bardi, Aldo Romeo, and Roberto Ricciotti.

All.: n° 1

|  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|---|
| <b>SINAGI</b><br>aff. SLC-CGIL<br>00165 ROMA<br>Via Gregorio VII 350 | <b>SNAG-</b><br><b>CONFCOMMERCIO</b><br>20123 MILANO<br>Via S. Vito 24 | <b>FENAGI-</b><br><b>CONFESERCENTI</b><br>00184 ROMA<br>Via Nazionale 60 | <b>UILTuCS-</b><br><b>GIORNALAI</b><br>00145 ROMA<br>Via G. Gozzi 35 | <b>USIAGI-</b><br><b>UGL</b><br>95124 CATANIA<br>Via Orto S. Clemente 25 | <b>FeLSA</b><br><b>CISL</b><br>00185 ROMA<br>Via dei Mille 56 |
|--|--|--|--|--|---|

## PROPOSTE PER IL RINNOVO DELL'ACCORDO NAZIONALE

Il mantenimento di una rete di vendita dedicata all'informazione, capillarmente diffusa su tutto il territorio, anche nelle zone rurali e nei piccoli centri, patrimonio comune di tutti i soggetti della filiera editoriale, rappresenta la linea guida che deve essere sviluppata nei rapporti contrattuali al fine di garantire il servizio di diffusione e vendita della stampa sull'intero territorio nazionale, posto che lo stesso deve assicurare la veicolazione in condizione di parità di tutte le testate che ne hanno diritto in base al principio di parità di trattamento.

L'incremento del livello qualitativo del servizio offerto al pubblico e un adeguato accesso all'informazione a mezzo stampa, sono obiettivi che possono essere raggiunti solo attraverso un tangibile riconoscimento, anche in termini economici, del ruolo e del lavoro svolto dalla rete di vendita.

Per raggiungere tali obiettivi è altresì indispensabile che con il nuovo Accordo Nazionale sia ripristinato un corretto rapporto, anche giuridico, tra i soggetti della filiera (editori, distributori, edicolanti) e ciò può avvenire solo con norme chiare e di facile applicazione per tutti.

Devono altresì essere previsti adeguati meccanismi per garantire l'effettivo rispetto delle regole che si andranno a definire tra le parti.

In questa ottica, al fine di poter svolgere in un clima sereno la discussione per il rinnovo dell'Accordo Nazionale, le scriventi Organizzazioni Sindacali reputano sia indispensabile, e costituisca un segnale importante per tutto il sistema, mantenere la maggior stabilità delle situazioni in essere per tutto il periodo della trattativa.

Le scriventi Organizzazioni Sindacali, pur rilevando, con estremo biasimo, le gravissime violazioni del vigente Accordo Nazionale attualmente esistenti in varie zone del territorio nazionale, in un'ottica di cooperazione, per prevenire una diffusa conflittualità che sarebbe di ostacolo al prosieguo delle trattative e per evitare l'aggravamento delle già critiche condizioni della rete di vendita, **propongono di congelare le situazioni esistenti, senza che ciò implichi alcuna acquiescenza e/o riconoscimento della legittimità delle situazioni in essere, con l'impegno di tutte le parti a non modificare lo status quo per tutto il tempo necessario alla definizione del nuovo Accordo Nazionale.**

A tal fine si propone di sottoscrivere un verbale tra le parti nel quale si ribadisca la validità dell'Accordo Nazionale e si garantisca il funzionamento degli istituti e delle Commissioni ivi previste.

Le scriventi Organizzazioni Sindacali ritengono di assoluta importanza concordare un calendario di incontri che rendano serrato il confronto, al fine di definire con urgenza le nuove regole contrattuali.

|  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|---|
| <b>SINAGI</b><br>aff. SLC-CGIL<br>00165 ROMA<br>Via Gregorio VII 350 | <b>SNAG-</b><br><b>CONFCOMMERCIO</b><br>20123 MILANO<br>Via S. Vito 24 | <b>FENAGI-</b><br><b>CONFESERCENTI</b><br>00184 ROMA<br>Via Nazionale 60 | <b>UILTuCS-</b><br><b>GIORNALAI</b><br>00145 ROMA<br>Via G. Gozzi 35 | <b>USIAGI-</b><br><b>UGL</b><br>95124 CATANIA<br>Via Orto S. Clemente 25 | <b>FeLSA</b><br><b>CISL</b><br>00185 ROMA<br>Via dei Mille 56 |
|--|--|--|--|--|---|

Si propongono, quindi, i seguenti gruppi di lavoro:

- **Gruppo di lavoro in merito al censimento della rete di vendita**

Si ritiene utile un censimento della rete di vendita da realizzarsi attraverso un gruppo di lavoro costituito dai rappresentanti dei distributori locali, delle strutture sindacali e degli editori, con l'obiettivo di conoscere il numero esatto delle edicole in attività, la loro collocazione territoriale, la tipologia (se in chiosco o negozio, esclusivi o non), in quale contesto operano (se vicini ad una scuola o a un supermercato, ecc.).

- **Gruppo di lavoro in merito alla “professionalità” dell'intera filiera**

Lo sviluppo professionale deve riguardare l'intera filiera (e non solo la rete di vendita).

Se si richiede alle edicole un servizio professionale identica professionalità (intesa anche come correttezza professionale oltre che specifiche caratteristiche) deve pretendersi anche da distributori ed editori nello svolgimento delle loro funzioni e nell'adempimento dei loro doveri.

Un punto vendita professionale per esempio si ritiene possa essere un'edicola informatizzata, che condivida un sistema che garantisca l'ottimale agibilità della rete di vendita, con orari garantiti e aperture alternate in modo da consentire la copertura del territorio, adeguata superficie di vendita, numero minimo di testate poste in vendita, un'edicola che promuova e gestisca sistemi di abbonamento anche attraverso strumenti elettronici, che sia disponibile a dare ulteriori servizi attraverso il sistema informatizzato, e che garantisca la parità di trattamento sulle testate regolari, come sancito dalle leggi dello Stato.

Il gruppo di lavoro sarà chiamato a formulare un'ipotesi che si richiama a questi principi, guardando a un'edicola moderna quale centro di diffusione e vendita del prodotto editoriale e dei servizi connessi, consapevole che tutto ciò ha un notevole valore economico e che la nostra idea di rete professionale non può prescindere dal riconoscimento di incentivi economici agli edicolanti che sceglieranno di farne parte.

Le edicole professionali dovranno avere garantita l'effettiva distribuzione del prodotto quotidiano e periodico con modalità franco punto vendita (responsabilità diretta degli editori in caso di violazione).

In questo quadro la possibile crescita del sistema, che si ritiene elemento essenziale, e gli approfondimenti relativi alle potenzialità di sviluppo delle vendite, possono essere analizzate per realizzare le procedure e le norme consequenziali.

- **Gruppo di lavoro in merito a fidejussioni e garanzie**

I costi a cui vanno incontro gli edicolanti per il rilascio delle fidejussioni, diventano sempre più alti, e diventa sempre più complicato, se non impossibile, ottenere le coperture da istituti bancari o assicurativi.

|  |   |   |   |   |  |
|--|---|---|---|---|--|
| <b>SINAGI</b><br>aff. SLC-CGIL<br>00165 ROMA<br>Via Gregorio VII 350 | <b>SNAG-</b><br>CONFCOMMERCIO<br>20123 MILANO<br>Via S. Vito 24 | <b>FENAGI-</b><br>CONFESERCENTI<br>00184 ROMA<br>Via Nazionale 60 | <b>UILTuCS-</b><br>GIORNALAI<br>00145 ROMA<br>Via G. Gozzi 35 | <b>USIAGI-</b><br>UGL<br>95124 CATANIA<br>Via Orto S. Clemente 25 | <b>FeLSA</b><br>CISL<br>00185 ROMA<br>Via dei Mille 56 |
|--|---|---|---|---|--|

Si ritiene necessario analizzare il quadro complessivo per affrontare questo aspetto delicato, individuando i soggetti tenuti a prestare la garanzia e dettando una normativa pattizia di riferimento a livello nazionale che tenga in debita considerazione i contrapposti interessi e che non sia di ostacolo al libero esercizio di impresa, che stabilisca entità, limiti e modalità di escussione e beneficiari, evitando che richieste di garanzie eccessive, rispetto al volume d'affari, possano pregiudicare l'esercizio dell'attività di vendita della stampa e assicurando che le fidejussioni vengano azionate in conformità ai principi di proporzionalità, correttezza e buona fede.

Può altresì analizzarsi l'ipotesi di istituzione di un fondo interno, gestito da un trust, professionista esterno alla filiera (ispirandosi ai modelli della distribuzione dei Tabacchi o dei carburanti o delle società che gestiscono giochi e lotterie), ipotesi che il gruppo di lavoro dovrà analizzare, come si dovranno esaminare i problemi attuali, ovviamente coinvolgendo la distribuzione locale.

#### - **Gruppo di lavoro in merito all'informatizzazione**

Per la realizzazione di una rete completamente informatizzata, aperta anche ad altri utilizzi, condivisa da tutti i componenti della filiera, al fine di promuovere l'efficienza distributiva e l'introduzione nei punti vendita di servizi a valore aggiunto è necessaria una disciplina pattizia dettagliata che possa consentire all'informatizzazione di diventare uno strumento di efficienza e di sviluppo anche per le edicole e bisogna evitare che l'informatizzazione sia per le edicole solo una fonte di doveri, di obblighi e di oneri. Anche in questo caso bisogna prevedere un equilibrato sistema di diritti e di doveri con una disciplina unica a livello nazionale.

Un impegno comune e condiviso, anche al fine di evitare che scelte di singoli soggetti in sede locale abbiano il sopravvento su altri in posizione più debole.

A questo scopo si possono valutare degli osservatori permanenti nelle diverse aree di distribuzione per monitorare l'evoluzione della situazione e il rispetto degli accordi che saranno sottoscritti.

Inoltre, essendo opportuno ricercare e sviluppare nuove modalità di vendita al fine di incrementare le vendite, prevedendo una differenziazione del prodotto editoriale e delle relative percentuali di sconto, inserendo altresì incentivi e premi per valorizzare l'attività dell'edicolante e aumentare le vendite o almeno favorire la tentata vendita, si propongono i seguenti Gruppi ristretti di lavoro con i relativi temi da trattare.

#### - **Gruppo proposte innovative per aumentare le vendite in edicola**

- ricerca e sviluppo di nuove modalità di vendita al fine di incrementare le vendite come gli abbonamenti in edicola (stipula e consegna), le vendite on-line e altro.

#### - **Gruppo classificazione del prodotto e remunerazione dei punti vendita**

- ridefinizione della classificazione, della remunerazione e della defiscalizzazione dei prodotti editoriali quotidiani e periodici;

| SINAGI<br>aff. SLC-CGIL            | SNAG-<br>CONFCOMMERCIO         | FENAGI-<br>CONFESERCENTI       | UILTuCS-<br>GIORNALAI         | USIAGI-<br>UGL                           | FeLSA<br>CISL                  |
|------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|
| 00165 ROMA<br>Via Gregorio VII 350 | 20123 MILANO<br>Via S. Vito 24 | 00184 ROMA<br>Via Nazionale 60 | 00145 ROMA<br>Via G. Gozzi 35 | 95124 CATANIA<br>Via Orto S. Clemente 25 | 00185 ROMA<br>Via dei Mille 56 |

- gestione e remunerazione per gli abbinamenti, per le compieghie e per le vendite a prezzo ribassato (cosiddetto “Cut Price”), promozionali e sovrasconti di Natale;
- ricerca e sviluppo di sistemi di incentivazione, sistemi premiali e bonus per le edicole (es. premio per la tentata vendita, premi per obiettivi, indennizzi per la lavorazione resa etc...).

La presente proposta rappresenta la volontà politica delle scriventi organizzazioni sindacali di arrivare alla stesura di un nuovo Accordo quadro che realizzi le condizioni per salvaguardare e rilanciare il patrimonio “edicole”, accrescendone la professionalità, rilanciandone la centralità nella diffusione e vendita del prodotto editoriale e, al contempo, sviluppi le sinergie tra i soggetti della filiera, in linea con i principi enunciati in apertura.

SINAGI aff. SLC-CGIL - *Giuseppe Marchica*

SNAG-Confcommercio - *Armando Abbiati*

FENAGI-Confesercenti - *Giovanni Lorenzetti*

UILTuCS-Giornalai - *Enzo Bardi*

USIAGI-UGL - *Aldo Romeo*

FeLSA CISL - *Roberto Ricciotti*

The image shows six handwritten signatures, each corresponding to one of the organizations listed on the left. From top to bottom, the signatures are: Giuseppe Marchica (SINAGI aff. SLC-CGIL), Armando Abbiati (SNAG-Confcommercio), Giovanni Lorenzetti (FENAGI-Confesercenti), Enzo Bardi (UILTuCS-Giornalai), Aldo Romeo (USIAGI-UGL), and Roberto Ricciotti (FeLSA CISL). The signatures are written in black ink and are somewhat stylized.