

Stati generali dell'editoria

“Informazione online: sfide, opportunità e trattamento per gli editori nativi digitali”

anso[®]
Associazione Nazionale Stampa **Online**

Il mondo dell'editoria digitale italiana

Tre date hanno segnato il mondo dell'editoria digitale italiana:

- **15 novembre 2016** entra in vigore la legge 198 del 26 ottobre 2016 che definisce i criteri di un quotidiano online e ne fissa le caratteristiche.
- **13 aprile 2018** Agcom pubblica il primo osservatorio sulle testate online, fortemente voluto da ANSO, e prima fotografia del mondo dell'editoria digitale.
- **1 giugno 2018** siglato il CCNL di riferimento per i giornalisti assunti presso testate online prevalentemente locali.

Le tipologie di editori

Come dimostrato dalle conclusioni dell'osservatorio AGCOM esistono tre tipologie di editori digitali

1. **Grandi gruppi** che puntano all'informazione generalista su tutto il territorio
2. **Editori specializzati** su verticali specifiche come TomsHardware, Calciomercato.com, Bloglo
3. **Piccoli editori locali** con un bacino d'utenza prevalentemente provinciale

I modelli di business sono per la quasi totalità basati sulla pubblicità, nelle sue varie forme, e sono rarissimi i casi di paywall o sistemi di sottoscrizione.

La raccolta pubblicitaria nel caso dei piccoli editori è prevalentemente diretta e in pochi casi affidata ad una concessionaria esterna.

I piccoli editori vendono ancora la pubblicità a tempo e sono marginalmente colpiti dalle problematiche legate al programmatic e alla vendita di banner in CPM che invece sono le modalità di vendita principali per i grandi gruppi e le testate verticali.

Chi sono gli editori nativi digitali

- Sono nella maggior parte dei casi editori puri, molto spesso giornalisti espulsi da media tradizionali che si sono “riciclati” inventandosi editori.
- Sono aziende nate negli ultimi 10 anni, anche se alcune possono vantare anche oltre 20 anni di anzianità
- Gli editori nativi digitali locali sono forti nelle comunità che raccontano e sono parte integrante del territorio spesso abbandonato quasi totalmente dagli editori tradizionali (carta, tv, radio)
- La presenza su territori scarsamente presidiati dai media tradizionali trasforma le testate in sentinelle e di fatto sono sempre le prime ad arrivare sulla notizia.
- Al contrario nelle grandi città è difficile per un editore locale affermarsi e infatti sono presenti solo “brand” nazionali

Stessa industria, diverso trattamento

Nell'incontro di **giovedì 20 giugno** dedicato agli editori è emersa una forte preoccupazione per la ridefinizione/riduzione dei contributi diretti all'editoria.

Gli editori digitali sono stati esclusi da questo tipo di sostegno fino alla fine del 2016, hanno quindi imparato a fare impresa editoriale senza alcun contributo pubblico, ma in un contesto notevolmente sbilanciato verso chi quei contributi li ha sempre presi.

Non parliamo solo della carta stampata dove i vincoli per ottenere il sostegno pubblico sono "stretti" ma da televisioni e radio private locali che ovviamente, anche grazie al contributo pubblico possono operare con un notevole sostegno da parte dello Stato facendo informazione anche sul web e quindi lavorando in concorrenza con editori digitali che non hanno invece accesso a misure simili.

Chiediamo che tutto questo sistema venga armonizzato per garantire a tutti le **medesime opportunità**.

Cosa chiediamo #1 Querele temerarie

Gli editori digitali, sempre secondo quanto emerso nell'osservatorio AGCOM, sono delle PMI dell'editoria e per questo sono soggette ad una più facile azione ricattatoria da parte di soggetti che vogliono mettere a tacere la stampa "non allineata".

A riprova di un abuso sistematico a scopo intimidatorio sulla pelle dei cronisti, un rapporto ministeriale ne documenta l'archiviazione del 90% sulle 6.000 presentate negli ultimi 3 anni.

Se per i grandi gruppi editoriali questa pratica non rappresenta un grande disturbo per i piccoli editori locali sparsi sul territorio, questa arma rappresenta un vero e proprio bazooka pronto a sparare contro il piccolo editore.

Importante per i piccoli editori che si trovi una soluzione a questa situazione.

Cosa chiediamo #2 Riforma del copyright



Gli editori nativi digitali AMANO il COPYRIGHT, gli editori locali non possono far riferimento su agenzie di stampa e media tradizionali per reperire le loro notizie, al contrario però sono spesso vittime da parte dei grandi editori e delle agenzie che per “semplicità” e velocità pescano indiscriminatamente dalle news locali una volta che queste sono diventate “nazionali”.

Cosa chiediamo #2 Riforma del copyright

ANSO è stata l'unica associazione di categoria in Italia a schierarsi contro la riforma del copyright a livello europeo. La speranza è che a livello di recepimento della direttiva vengano tutelati gli interessi di tutti e non solo quelli dei grandi editori, nell'eterna lotta contro gli OTT i nativi digitali rischiano di essere i "danni collaterali".

Quello che chiediamo al Parlamento è di prevedere degli obblighi da parte degli OTT di dover obbligatoriamente siglare un contratto di licenza con tutti gli editori e allo stesso tempo di prevedere la possibilità per ogni editori di concedere "gratuitamente" la licenza di utilizzo dei propri contenuti.

In ogni caso chiediamo che la "burocrazia" sia gestita in maniera trasparente e che la gestione della riscossione sia sotto il controllo di una agenzia pubblica come ad esempio l'AGCOM e non lasciata alla libera contrattazione dei singoli.

Grazie per l'attenzione!