

ASSOCIAZIONE NAZIONALE DISTRIBUTORI STAMPA

Sulla via della stampa
La crisi del mercato e il futuro visto dagli attori della filiera

Viareggio, 6 giugno 2002 – Centro Congressi Principe di Piemonte

Paolo Stella Monfredini

dottore commercialista

Studio: Piazza Stradivari, 12 – 26100 Cremona

Tel +390372463979 +390372530443 Fax +390372530442

email info@studiostellamonfredini.it

I PROGETTI F.I.E.G. – A.NA.DI.S. NELL'AMBITO DELLA CONVENZIONE

Con il verbale del 21 giugno 2000, F.I.E.G. ed A.NA.DI.S., individuarono una serie di obiettivi primari cui dare riconoscimento ed attuazione e di cui determinare forme e modalità di realizzazione attraverso la condivisione di una Convenzione che costituisse il punto di riferimento dell'intero settore e di tutti i rapporti giuridici ed economici connessi.

Vennero istituiti 4 gruppi di lavoro: il gruppo A si sarebbe occupato delle definizioni, dell'individuazione delle attività che compongono il servizio standard di distribuzione, dei contenuti del contratto di distribuzione; il gruppo B del sistema di certificazione del software di resa; il gruppo C dello schema di regolazione automatica delle forniture di copie alle edicole ed infine il gruppo D, dello schema di classificazione dei punti di vendita. In seguito al verbale di accordo del 24.11.2000, venne introdotto un gruppo di lavoro impegnato sul sistema di remunerazione del servizio standard di distribuzione.

Il 28 giugno 2001 venne firmata la convenzione F.I.E.G. – A.NA.DI.S. sulla distribuzione. Il 18 dicembre 2001 sono state sciolte le riserve legate alla condivisione delle intese sul sistema di compenso delle attività standard di distribuzione ed è stata data attuazione ai progetti condivisi.

Le motivazioni che hanno indotto le parti a condividere la convenzione e i relativi progetti possono essere sommariamente richiamati nella dinamica delle vendite a valore sostanzialmente stazionaria, nell'introduzione della legge 108/1999 e del conseguente decreto legislativo di riforma del sistema diffusionale dei prodotti editoriali, nell'evoluzione dei modelli di consumo, nella necessità delle amministrazioni editoriali di allargare il mercato con conseguente bisogno di conoscere le caratteristiche dei diversi

punti vendita e delle diverse forme distributive che operano nel settore. L'analisi di quest'ultimo punto non poteva eludere una puntuale classificazione dei punti di vendita (gruppo D) al fine di poter ottenere le necessarie informazioni per realizzare politiche di marketing (lancio di nuovi prodotti, ristrutturazioni di testate già esistenti, ecc.). La rilevazione dei dati dovrebbe comportare una migliore definizione dei quantitativi di prodotto da distribuire generando un ciclo virtuoso nella filiera distributiva: in altre parole ci si aspettano benefici risultati sia sul lato della diffusione (quantitativi rispondenti al reale assorbimento della zona) che su quella della conoscenza (i dati rilevati potranno essere validamente integrati dai D.L. nei propri sistemi informatici al fine di migliorare i propri standard diffusionali), miglioramento dei rapporti commerciali con la rete vendita. In questo contesto le Parti hanno concordato che la fornitura del dato relativo al singolo punto di vendita sia anonima; e questo sia in funzione della legge 675/96 che per esigenze di autonomia commerciale dello stesso D.L.

Allargare il mercato significa pensare ad interventi che permettano di aumentare i livelli di efficienza degli operatori e quindi di aumentare le risorse a disposizione del sistema.

L'affermazione contenuta nella Convenzione non poteva che avere un riferimento diretto alla resa, la cui gestione richiede una complessa serie di operazioni (controllo, carico, scarico, stoccaggio e trasporto) che si traduce in un forte impegno di risorse umane e finanziarie per tutti i soggetti della catena distributiva.

In questo contesto si è innestato il lavoro del gruppo B volto alla realizzazione di un sistema di certificazione del software dei D.L. per la contabilizzazione delle copie. La conseguente certificazione delle rese ed il venir meno di una serie di operazioni collegate alla fase di lavoro in esame, consentirà ad editori e distributori locali di ottenere significative riduzioni di costi. Risulta essere indispensabile per il

raggiungimento di questo scopo l'introduzione di un'automazione che da un lato consenta alle amministrazioni editoriali di aver certezza del dato a loro addebitato (necessaria identità tra i valori delle pubblicazioni inviate al macero ed i valori addebitati quale resa nelle liquidazioni mensili) e dall'altro permetta al D.L. di svolgere in modo completamente automatico l'intera fase di lavorazione della resa. Per ottenere tali risultati risulta essere indispensabile la presenza su tutte le pubblicazioni veicolate nella filiera distributiva, di un codice a barre, costruito in modo conforme alle specifiche tecniche previste. Per "spingere" le imprese editoriali all'adozione del bar – code, A.NA.DI.S. e F.I.E.G. hanno concordato una penalizzazione rispettivamente pari a Lire 30 per ogni copia di quotidiano e Lire 60 per ogni copia di periodico, costituenti resa non compatibile con lo standard definito di attrezzature adottate dall'impresa di distribuzione locale per la lettura del codice a barre. La penalizzazione colpirà per il primo semestre 2002 esclusivamente le testate prive di codice a barre mentre nel secondo semestre dello stesso anno sarà applicata anche alle pubblicazioni con codice a barre non leggibile. Mentre Vi parlo, sono già stati inviati agli associati A.NA.DI.S., gli elenchi delle pubblicazioni prive del bar – code, distribuite nei mesi di gennaio e febbraio del corrente anno.

Alcune amministrazioni editoriali ben difficilmente rinunceranno alla bancalizzazione ed alla restituzione delle copie costituente resa effettiva. Il problema è stato affrontato in collegamento alla definizione del servizio standard di distribuzione.

Con tale termine ci si riferisce all'elencazione delle attività che costituiscono il normale ciclo dell'impresa di distribuzione locale. L'elencazione che ritrovate nella Convenzione, è tassativa. Lo svolgimento di eventuali servizi accessori o straordinari attinenti la

distribuzione delle pubblicazioni non rientranti nell'attività standard di distribuzione, avrà un riconoscimento economico autonomo.

Nuovo sistema di remunerazione:

Per la prima volta una parte della remunerazione del servizio standard di distribuzione svolto dai D.L., sarà determinata in relazione ai costi generati all'interno di ciascuna impresa di distribuzione locale, dalle singole amministrazioni editoriali.

La finalità del nuovo sistema di remunerazione è quella di individuare le testate che registrano comportamenti logisticamente inefficienti rispetto al valore generato per il Distributore Locale nelle attività di distribuzione, trasporto, resa. Sono confrontati i ricavi conseguiti dalla vendita (sconto) e lavorazione (rimborso trasporto, over 38%, compensi di distribuzione, ecc.) di ogni testata, con i costi che la stessa testata genera in ciascuna agenzia nelle fasi di distribuzione, trasporto e resa.

L'intera struttura di costi del D.L. (compresi gli oneri figurativi), è ripartita sulle singole testate attraverso l'applicazione della metodologia activity based costing l'unica in grado di "spiegare" realtà con un'altissima percentuale di costi generali.

La necessaria "schermatura" di ciascuna impresa di distribuzione locale è stata ottenuta mediante convenzioni tra le Parti che, da un lato hanno permesso di attribuire un costo medio ponderato uniforme all'interno di ciascuna categoria di prodotti editoriali investigati e dall'altro hanno eliminato dall'analisi, mediante l'utilizzo di un duplice filtro, le amministrazioni editoriali e le testate che, sulla base della remunerazione complessiva percentuale concessa, si sono dimostrate in grado di "coprire" i costi generati. Non era intenzione delle Parti infatti giungere ad un sistema di controllo interno di gestione troppo spinto che permettesse di effettuare confronti diretti tra i vari D.L. e i vari editori.

Il meccanismo sviluppato da Trade Lab con i necessari affinamenti, può rappresentare lo strumento di remunerazione futuro delle imprese di distribuzione locale consentendo di far emergere e di superare le gravi difficoltà operative e pertanto economiche e finanziarie in cui versa la rete distributiva.

L'affermazione è confermata dai dati emergenti dall'analisi svolta da Trade Lab su 15 imprese di distribuzione locale su valori relativi all'anno 2000. Il 77,32% delle amministrazioni editoriali distribuite non è stato escluso dal filtro di calcolo; ciò significa che solo il 22,68% delle aziende editoriali investigate nelle 15 agenzie, per l'anno 2000, ha riconosciuto ai D.L. una remunerazione sufficiente a coprire i costi dalle stesse generati. Le unità di copie oltre soglia critica e pertanto penalizzabili sono risultate essere 217,8 milioni con una media di 14,52 milioni per singola agenzia. E' necessario comunque sottolineare che la forte variabilità riscontrata nei risultati, unitamente alle caratteristiche del gruppo di distributori locali esaminato, rende non generalizzabili i dati stessi. I risultati dell'applicazione del modello hanno infatti evidenziato rilevanti differenze tra le piazze esaminate, le amministrazioni / proprietà editoriali, le tipologie di prodotti editoriali. L'ampliamento e l'affinamento delle analisi da parte di Trade Lab dovrebbe consentire il superamento di tali ostacoli.

L'Osservatorio previsto nell'ambito della Convenzione dovrebbe permettere il naturale adattamento della stessa alle modifiche del futuro (si pensi solo alla diffusione delle nuove tecnologie ed all'evoluzione della free-press) e consentire, attraverso la raccolta dei dati e l'organizzazione di eventi pubblici, di far emergere a livello nazionale il lavoro svolto da F.I.E.G. ed A.NA.DI.S., mentre un apposita Commissione Paritetica avrà il compito di effettuare verifiche trimestrali congiunte sullo stato di avanzamento dei

progetti esposti, sulla corrispondenza alle volontà espresse nonché sul progressivo grado di integrazione tra i progetti stessi.

Mi sia consentito infine richiamare la Vostra attenzione su un aspetto tanto delicato quanto non ancora investigato con metodologie condivise. Mi riferisco all'analisi finanziaria delle imprese di distribuzione locale. Alla luce dell'esperienza positivamente maturata dalle Parti con riferimento all'analisi degli elementi di natura economica ed operativa, è ineludibile la necessità di affrontare la dimensione finanziaria che stà lentamente ma continuamente peggiorando all'interno delle imprese di distribuzione locale. Il problema riguarda entrambi i versanti: editore – distributore e distributore – rivenditore.

La necessità di rendere coerente la rotazione dei crediti e dei debiti – in altre parole la tempistica con la quale sono effettuati incassi e pagamenti – al pari delle garanzie concesse ed ottenute, non potrà essere ulteriormente procrastinata. E questo anche in funzione di un quadro normativo di riferimento per il settore distributivo editoriale, profondamente mutato.

dott. Paolo Stella