



**FEDERAZIONE ITALIANA
EDITORI GIORNALI**

**CONFERENZA DELLE REGIONI
E DELLE PROVINCE AUTONOME**

COMMISSIONE PER LO SVILUPPO ECONOMICO

Audizione

della

Federazione Italiana Editori Giornali

**LA RETE DI VENDITA E DISTRIBUZIONE DELLA STAMPA COME
INFRASTRUTTURA ESSENZIALE PER IL PLURALISMO INFORMATIVO
E LA COESIONE TERRITORIALE**

Roma, 16 luglio 2026

Premessa

Gli editori di giornali italiani ritengono necessario richiamare l'attenzione delle Regioni e delle Province autonome sulla condizione di crescente fragilità in cui versa la rete di vendita e distribuzione della stampa nel nostro Paese e sulla conseguente esigenza di un intervento pubblico straordinario e strutturale.

La disponibilità di una rete capillare di accesso ai quotidiani e ai periodici non rappresenta infatti una mera questione commerciale o di organizzazione del mercato, bensì una componente essenziale dell'ecosistema democratico e informativo nazionale.

L'accesso diffuso all'informazione professionale e pluralista costituisce un presupposto fondamentale per l'effettivo esercizio delle libertà democratiche, per la partecipazione dei cittadini alla vita pubblica e per la piena realizzazione dei principi di uguaglianza sostanziale e di coesione sociale sanciti dalla Costituzione.

Per tali ragioni, la rete di vendita e distribuzione della stampa deve essere riconosciuta come una vera e propria infrastruttura civile e democratica, al pari di altri servizi essenziali che garantiscono la piena cittadinanza delle persone e l'integrazione dei territori.

Una emergenza nazionale: la desertificazione della rete di accesso all'informazione

Da anni il sistema della vendita e distribuzione della stampa è interessato da una progressiva e continua contrazione.

La chiusura di migliaia di punti vendita, l'aumento dei costi di distribuzione, la riduzione dei volumi trasportati e la crescente difficoltà di sostenere economicamente il presidio dei territori stanno determinando una vera e propria desertificazione della rete.

Interesse comunità locali risultano oggi prive di qualsiasi punto di accesso alla stampa quotidiana e periodica. In molti comuni, nelle aree interne, montane e periferiche, ma anche in numerosi quartieri urbani, il cittadino è costretto a percorrere distanze sempre maggiori per acquistare un giornale o, in molti casi, non dispone più di alcuna possibilità concreta di accesso al prodotto editoriale.

Si tratta di un fenomeno che non può essere considerato esclusivamente una conseguenza delle dinamiche di mercato.

Quando un territorio perde il proprio punto di accesso all'informazione professionale di qualità, viene meno un presidio di pluralismo, si riduce l'inclusione informativa di ampie fasce della popolazione e si accentuano le disuguaglianze territoriali tra cittadini.

La desertificazione della rete di vendita della stampa costituisce pertanto una questione di interesse pubblico che richiede una risposta istituzionale adeguata.

Il ruolo delle Regioni

Le Regioni, in virtù delle proprie competenze in materia di commercio, sviluppo economico territoriale, sostegno alle attività di prossimità, valorizzazione delle aree interne e coesione territoriale, possono e devono assumere un ruolo centrale nel contrasto a tale fenomeno.

L'obiettivo non deve essere quello di conservare assetti del passato, ma di garantire che ogni cittadino, indipendentemente dal luogo di residenza, possa continuare ad accedere in condizioni di effettiva prossimità all'informazione professionale e pluralista.

Per conseguire tale obiettivo è necessario agire – a nostro parere - simultaneamente su due fronti:

- una profonda liberalizzazione delle regole che governano la vendita della stampa;
- un sistema organico di misure di sostegno economico alla rete di vendita e distribuzione.

1. Liberalizzare la vendita della stampa

Gli editori ritengono non più rinviabile una revisione profonda dell'attuale assetto regolatorio.

Nelle aree prive di punti vendita o caratterizzate da una copertura insufficiente del servizio, la vendita di quotidiani e periodici dovrebbe essere qualificata come attività integralmente liberalizzata, *sottratta a qualsiasi vincolo amministrativo che possa limitarne la diffusione.*

L'obiettivo prioritario deve essere la massima espansione dei punti di accesso all'informazione.

Le Regioni dovrebbero pertanto:

- eliminare ogni limitazione territoriale o amministrativa non strettamente necessaria;
- promuovere regimi basati sulla semplice comunicazione di avvio dell'attività;
- consentire la vendita della stampa presso qualsiasi esercizio commerciale di prossimità interessato a svolgere tale servizio;
- favorire modelli innovativi e flessibili di distribuzione e vendita;
- individuare specifiche zone carenti o prive di servizio nelle quali la vendita della stampa sia considerata attività completamente deregolamentata.

La presenza di un punto vendita della stampa deve essere considerata un interesse pubblico da perseguire, non un'attività da limitare attraverso vincoli regolatori ormai incompatibili con l'attuale situazione del mercato.

2. Coinvolgere il commercio di prossimità

Per garantire la sopravvivenza della rete è necessario superare ogni impostazione che identifichi la vendita della stampa esclusivamente con il canale tradizionale delle edicole.

La diffusione dei giornali deve poter contare sul contributo dell'intera rete del commercio di prossimità.

Bar, tabaccherie, negozi alimentari, esercizi multiservizi e attività commerciali di vicinato rappresentano oggi una risorsa indispensabile per mantenere un accesso capillare all'informazione nei territori.

Le Regioni dovrebbero pertanto favorire e incentivare la partecipazione di tali operatori alla rete distributiva della stampa, riconoscendo formalmente il valore pubblico del servizio da essi svolto.

3. Istituire programmi regionali di sostegno ai punti vendita della stampa

L'accesso all'informazione costituisce un bene di rilevanza pubblica e come tale richiede adeguate politiche di sostegno.

Gli editori chiedono alle Regioni di istituire programmi permanenti di supporto economico destinati a tutti gli esercizi che assicurano in modo continuativo la vendita di quotidiani e periodici.

Tali programmi dovrebbero riguardare:

- edicole esclusive e non esclusive;
- bar;
- tabaccherie;
- negozi di vicinato;
- esercizi multiservizi;
- ogni altro punto vendita che contribuisca alla diffusione della stampa.

Le misure potrebbero includere:

- contributi annuali per il mantenimento del servizio;
- incentivi all'apertura di nuovi punti vendita nelle aree carenti;
- sostegni agli investimenti tecnologici e organizzativi;
- contributi per la riqualificazione delle attività;
- riduzioni e agevolazioni sui tributi regionali e locali;
- programmi di innovazione e formazione professionale.

4. Riconoscere la distribuzione della stampa come servizio di interesse generale

La distribuzione fisica dei giornali rappresenta il presupposto indispensabile affinché il diritto all'informazione possa essere concretamente esercitato sull'intero territorio regionale.

L'incremento dei costi logistici e la riduzione dei volumi distribuiti stanno mettendo a rischio la sostenibilità economica delle reti distributive, soprattutto nelle aree più periferiche e meno densamente popolate.

Gli editori chiedono pertanto che la distribuzione della stampa venga formalmente riconosciuta dalle Regioni quale attività di interesse generale e che siano attivati specifici strumenti di sostegno per:

- il trasporto e la consegna dei giornali;
- il mantenimento delle reti distributive territoriali;
- l'innovazione logistica e organizzativa;
- il presidio delle aree interne, montane e a domanda debole.

Senza una rete distributiva economicamente sostenibile non può esistere una reale universalità dell'accesso all'informazione.

5. Un piano straordinario per le aree interne e i territori fragili

Particolare attenzione deve essere riservata alle aree interne, montane, insulari e ai piccoli comuni.

In tali territori il punto vendita della stampa costituisce spesso uno degli ultimi servizi di prossimità ancora presenti e svolge una funzione che va ben oltre la semplice attività commerciale.

La presenza di un luogo nel quale i cittadini possano accedere quotidianamente all'informazione rappresenta un elemento di presidio civile, sociale e democratico che contribuisce alla vitalità delle comunità locali.

Gli editori propongono pertanto l'attivazione di programmi regionali straordinari dedicati a tali aree, finalizzati ad assicurare la permanenza e il rafforzamento della rete di vendita e distribuzione della stampa.

Conclusioni

Le Regioni sono oggi chiamate a una scelta di fondo.

Considerare la progressiva scomparsa dei punti vendita della stampa come un inevitabile fenomeno di mercato oppure riconoscere che l'accesso diffuso all'informazione costituisce un interesse generale che merita specifiche politiche pubbliche di tutela e promozione.

Gli editori di giornali italiani ritengono che la seconda opzione sia non soltanto auspicabile ma necessaria.

La presenza di una rete capillare di vendita e distribuzione della stampa rappresenta un elemento essenziale del pluralismo informativo, della partecipazione democratica, della coesione territoriale e dell'effettiva uguaglianza dei cittadini.

Per questo si chiede alle Regioni e alle Province autonome di promuovere con urgenza un'iniziativa coordinata fondata su tre pilastri:

1. piena liberalizzazione della vendita della stampa nelle aree prive o carenti di servizio, attraverso il coinvolgimento dell'intera rete del commercio di prossimità;
2. riconoscimento della vendita e distribuzione della stampa quale attività di interesse generale meritevole di specifiche misure di sostegno;
3. istituzione di programmi regionali permanenti di supporto economico ai punti vendita e alle reti distributive che garantiscono ai cittadini l'accesso all'informazione.

La tutela del pluralismo non riguarda esclusivamente la produzione dei contenuti editoriali. Essa richiede anche che tali contenuti possano raggiungere concretamente tutti i cittadini, in ogni territorio e in ogni comunità del Paese.

Garantire tale obiettivo significa investire nella qualità della democrazia italiana e nella coesione delle sue comunità.