



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti,
dell'energia e delle comunicazioni DATEC

Ufficio federale delle comunicazioni UFCOM
Divisione di Servizi di telecomunicazione e posta
Sezione Posta

25 maggio 2020

Integrazione del recapito mattutino e domenicale nella promozione indiretta della stampa

Rapporto del gruppo di lavoro «Recapito mattutino»

Sintesi

Media indipendenti e diversificati adempiono in Svizzera una funzione importante per la politica statale e democratica. Soprattutto in situazioni di crisi assumono inoltre un fondamentale ruolo di conservazione del sistema, in quanto trattano in modo fondato contenuti che necessitano di spiegazioni e possono informare gli utenti dei media in modo duraturo. In simili circostanze la grande fiducia e l'elevata affidabilità di cui godono presso la popolazione rappresentano un vantaggio. Allo stesso tempo la loro situazione economica continua a peggiorare, poiché gli introiti pubblicitari e i ricavi derivanti dagli abbonamenti calano vertiginosamente. Tale sviluppo rischia di compromettere il mantenimento della pluralità del paesaggio mediatico svizzero. Particolarmente toccati, i media stampati versano in cattive condizioni finanziarie.

In Svizzera esiste attualmente una misura di promozione indiretta della stampa sotto forma di riduzione delle tariffe postali. Questa forma di agevolazione è legata al trasporto dei giornali tramite il canale ordinario della Posta Svizzera. Per i quotidiani e i settimanali in abbonamento il recapito mattutino e domenicale riveste un'importanza fondamentale per conquistarsi il favore dei lettori. In un'ottica generale, i quotidiani e i settimanali attualmente beneficiari della promozione distribuiscono più della metà della tiratura in abbonamento tramite il recapito mattutino e domenicale. Le percentuali di esemplari distribuiti rispettivamente nel canale del recapito regolare o in quello del recapito mattutino e domenicale però variano considerevolmente in base alla testata.

Alla luce di tale contesto, il DATEC ha istituito un gruppo di lavoro composto di rappresentanti delle case editrici dei giornali, delle organizzazioni che offrono il recapito mattutino e della Posta Svizzera, con l'incarico di esaminare sotto la guida dell'UFCOM le possibili soluzioni per estendere eventualmente la promozione indiretta della stampa al recapito mattutino e domenicale. Già durante la sessione autunnale 2018 era stata presentata in Parlamento un'iniziativa parlamentare che esige un ampliamento dell'attuale promozione indiretta della stampa (lv. pa. Engler del 13 dicembre 2018 «Sostegno alla stampa nella trasformazione digitale»).

Il gruppo di lavoro giunge alla conclusione che, a livello operativo, è fondamentale possibile ampliare la promozione indiretta della stampa al recapito mattutino e domenicale. Nel modello proposto le case editrici hanno la possibilità di scegliere liberamente non solo se ripartire la tiratura sul recapito mattutino o sulla distribuzione regolare, ma anche l'azienda a cui affidare il recapito mattutino. Il contributo federale viene versato tramite l'organizzazione responsabile del recapito mattutino, e solo quelle accreditate per tale servizio saranno considerate. Queste ultime sono tenute ad applicare integralmente la riduzione sul prezzo di distribuzione alle testate aventi diritto. L'amministrazione e la gestione del sussidio saranno affidate a un organo amministrativo. Rispetto al sistema attuale l'onere amministrativo sarà ben superiore. In tutte le circostanze in cui sia possibile, l'eventuale introduzione della promozione per il recapito mattutino e domenicale dovrà rifarsi alla prassi consolidata nell'ambito della promozione indiretta della stampa tramite la distribuzione regolare della Posta.

Con l'ampliamento al recapito mattutino e domenicale, sarebbero circa 270 milioni le copie supplementari ad aver diritto all'agevolazione. Per il recapito mattutino e domenicale, il gruppo di lavoro propone di partire da una riduzione di importo lievemente più basso per esemplare rispetto a quella applicata nel caso della distribuzione regolare. Si eviterebbe così il trasferimento di copie dal canale della distribuzione regolare a quello del recapito mattutino. Rispetto all'attuale riduzione sul prezzo della distribuzione regolare di 27 centesimi per esemplare, il gruppo di lavoro suggerisce di fissare quella per il recapito mattutino e domenicale a 22 centesimi per esemplare. Il finanziamento di questa nuova misura di promozione richiede quindi un fabbisogno di risorse aggiuntivo dell'ordine dei 60 milioni di franchi.

Il gruppo di lavoro considera necessario sottoporre regolarmente a una valutazione la promozione indiretta della stampa comprensiva del recapito mattutino e domenicale per far fronte al dinamico sviluppo di mercato. In particolare l'interazione e gli effetti di sostituzione tra i diversi canali di distribuzione vanno osservati attentamente per poter prendere per tempo misure adeguate.

Indice

1	Situazione iniziale.....	4
1.1	Situazione attuale.....	4
1.2	Pacchetto di misure del Consiglio federale.....	4
1.3	Confronto internazionale.....	5
1.4	Fatti e cifre.....	5
1.4.1	Mercato dei giornali.....	5
1.4.2	Recapito mattutino e domenicale.....	7
1.5	Interventi parlamentari.....	9
2	Integrazione del recapito mattutino e domenicale nella promozione della stampa.....	9
2.1	Recapito mattutino e domenicale esclusi dal servizio universale.....	10
2.2	Recapito mattutino e domenicale come servizio di distribuzione con libertà di scelta per le case editrici.....	10
2.3	Bilancio intermedio.....	11
3	Modello di remunerazione.....	11
3.1	Riconoscimento del diritto alla promozione indiretta della stampa per il recapito mattutino e domenicale.....	11
3.2	Accreditamento delle organizzazioni per il recapito mattutino.....	12
3.2.1	Relazioni contrattuali.....	12
3.2.2	Accreditamento.....	13
3.3	Determinazione della riduzione.....	14
3.3.1	Sistema attuale.....	14
3.3.2	Organo amministrativo.....	14
3.3.3	Mezzi di promozione.....	15
3.3.4	Procedura e calcolo della riduzione per la distribuzione.....	15
3.4	Fornitura delle prestazioni.....	16
3.5	Fatturazione delle prestazioni.....	16
3.6	Versamento della riduzione sul prezzo di distribuzione alle organizzazioni accreditate per il recapito mattutino.....	16
4	Ripercussioni finanziarie.....	17
5	Raccomandazioni.....	17

Indice delle figure

Figura 1:	Erosione delle tirature 2009-2019 (Fonte: Stampa Svizzera).....	6
Figura 2:	Evoluzione del fatturato totale e relativa ripartizione tra i quotidiani nel periodo 2008-2018 (Fonte: Stampa Svizzera).....	6
Figura 3:	Struttura dei costi delle case editrici (Fonte: rilevamento di Stampa Svizzera presso case editrici di diverse dimensioni).....	7
Figura 4:	Copertura territoriale del recapito mattutino (Fonte: Stampa Svizzera e Presto).....	8
Figura 5:	Rapporto tra recapito mattutino e distribuzione regolare in base alla categoria di testata (Fonte: Stampa Svizzera).....	8
Figura 6:	Modello di rimborso del recapito mattutino e domenicale (Fonte: rappresentazione propria).....	11
Figura 7:	Relazioni contrattuali per il recapito mattutino (a titolo di esempio).....	13

1 Situazione iniziale

Una delle più importanti funzioni dei media è la trasmissione di informazioni volta alla formazione delle opinioni e della volontà democratiche. I media stampati risentono fortemente dell'evoluzione tecnologica e versano in condizioni finanziarie difficili. Il calo degli introiti provenienti da abbonamenti e pubblicità si fa infatti sempre più marcato, un'evoluzione che rischia di compromettere il mantenimento della pluralità dei media. Di recente le richieste di un maggiore sostegno alla stampa cartacea si sono fatte sempre più numerose.

A fronte di tale contesto, l'associazione Stampa Svizzera e la Posta Svizzera hanno chiesto congiuntamente al Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni (DATEC) di istituire un gruppo di lavoro per sondare le possibilità di ampliamento della promozione indiretta della stampa a canali di distribuzione alternativi.

Il DATEC ha affidato la direzione del gruppo di lavoro all'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM). Il gruppo di lavoro riunisce rappresentanti delle case editrici dei giornali, delle organizzazioni che offrono il recapito mattutino e della Posta Svizzera. Nel corso di sei incontri il gruppo di lavoro ha sviluppato un possibile modello di integrazione del recapito mattutino e domenicale nella promozione indiretta della stampa. Nel corso di questa valutazione sono emersi interrogativi in merito al diritto alla promozione, all'attuazione operativa, alle remunerazioni, ai possibili effetti correlati sul servizio universale postale e, infine, al finanziamento. Il presente rapporto riassume i risultati elaborati dal gruppo di lavoro.

Altre richieste avanzate, come ad esempio l'abbassamento della soglia di tiratura o un rafforzamento del sostegno a favore della stampa associativa e delle fondazioni non rientrano nel mandato del gruppo di lavoro e non sono quindi menzionate nel presente documento.

1.1 Situazione attuale

In considerazione dell'importanza della stampa per la politica statale, sono state create da anni agevolazioni per la distribuzione dei giornali in abbonamento. Nel 2007 il Parlamento ha stabilito l'abbandono del sistema denominato «principio dell'annaffiatoio», in vigore fino a quel momento, per passare a una promozione specifica della stampa regionale e locale a bassa tiratura. Hanno diritto alla riduzione sul prezzo di distribuzione i quotidiani e settimanali in abbonamento che rientrano nel canale di distribuzione regolare della Posta Svizzera e la cui tiratura complessiva è compresa in media tra i 1000 e i 40 000 esemplari. Le testate devono presentare una parte redazionale pari almeno al 50 per cento e non possono far parte di una rete di edizioni locali con propria testata la cui tiratura media complessiva superi i 100 000 esemplari per edizione (art. 16 cpv. 4 LPO in combinato disposto con l'art. 36 cpv. 1 OPO). Gli inserti propri sono considerati parte integrante del giornale e beneficiano della sovvenzione.

1.2 Pacchetto di misure del Consiglio federale

Il 28 agosto 2019 il Consiglio federale si è espresso a favore di misure efficaci e di rapida attuazione a sostegno dei media online e dei giornali. Nella prima metà del 2020 sottoporrà al Parlamento un pacchetto di misure a sostegno dei media che poggia su tre capisaldi:

- sostegno finanziario ai media online: il sussidio è stanziato a chi vende contenuti mediatici digitali e punta ad assicurare in questo modo il finanziamento durevole delle prestazioni giornalistiche nel settore online. A medio termine il Consiglio federale prevede un fabbisogno finanziario di 50 milioni di franchi all'anno;
- possibilità di finanziamento per l'intero settore dei media: istituti di formazione e perfezionamento, agenzie di stampa, organizzazioni di autoregolamentazione e progetti informatici a favore dei media elettronici;
- promozione indiretta della stampa: la cerchia di quotidiani e settimanali in abbonamento aventi diritto dovrà essere ampliata eliminando l'attuale limite massimo di tiratura a 40 000 esemplari,

nonché il criterio relativo alla rete di edizioni locali con propria testata. Al contempo la Confederazione aumenterà i fondi a 50 milioni di franchi. La riduzione sul prezzo di distribuzione per esemplare diventa così sensibilmente più elevata dell'ammontare attuale e, in futuro, le testate che già beneficiano del sussidio saranno ulteriormente agevolate finanziariamente.

Anche la SSR e le emittenti radiotelevisive locali e regionali forniscono importanti prestazioni informative. Il Consiglio federale non intende modificare le condizioni quadro cui sottostanno tali media.

1.3 Confronto internazionale

Anche nei Paesi limitrofi si riscontra un'analoga tendenza nelle tirature dei quotidiani. Nell'ottica di sostenere una distribuzione capillare dei giornali in abbonamento, sono state adottate diverse misure. Tali provvedimenti includono tanto misure dirette quanto misure indirette, come ad esempio tariffe postali ridotte, riduzioni degli oneri sociali per chi recapita i giornali e per i giornalisti, esenzione dalle imposte commerciali, nonché la riduzione dell'imposta sul valore aggiunto sui ricavi di vendita.

La promozione del recapito mattutino è al momento attuata in Belgio. L'azienda di servizi postali bpost trasporta i giornali a una tariffa stabilita dallo Stato e li recapita entro le ore 7.30 nei giorni lavorativi ed entro le ore 10.00 il sabato. Tali prestazioni sono sussidiate dallo Stato con circa 200 milioni di euro all'anno. Inizialmente questa convenzione rientrava negli obblighi di bpost per assicurare il servizio universale. Dal 2016 l'azienda si è aggiudicata per la prima volta il mandato per il recapito mattutino dei giornali nell'ambito di una gara pubblica.

L'associazione del commercio al dettaglio VFP (Vlaamse Federatie voor Persverkopers) ha riscontrato in questa pratica una violazione del diritto europeo della concorrenza. L'associazione sosteneva che, in questo modo, lo Stato avrebbe monopolizzato il recapito dei giornali. Il ricorso è stato ritirato nel febbraio 2019, dopo che bpost si è assunta l'obbligo di rafforzare il proprio impegno a favore dei venditori indipendenti di giornali. Concretamente, bpost intende supportare i commercianti nel far fronte al mutato contesto economico e alla digitalizzazione, anche se spetterà all'associazione del commercio al dettaglio sviluppare misure concrete.

1.4 Fatti e cifre

1.4.1 Mercato dei giornali

I giornali che dal 2009 al 2019 hanno goduto ininterrottamente del sostegno hanno accusato minori cali nella tiratura rispetto a quelli che non hanno ricevuto alcun sostegno (cfr. figura 1). In questo arco di tempo le testate beneficiarie del sostegno hanno registrato un calo pari in media al 2,7 per cento annuo della tiratura in abbonamento e negli ultimi tre anni questa tendenza al ribasso evidenzia un'accelerazione, attestandosi al 3,1 per cento. Nello stesso periodo i quotidiani che non avevano diritto al sostegno hanno subito un calo annuo del 5 per cento della propria tiratura in abbonamento. Il ribasso nel numero di esemplari si è accelerato negli ultimi tre anni, analogamente a quanto avvenuto alle testate sussidiate.

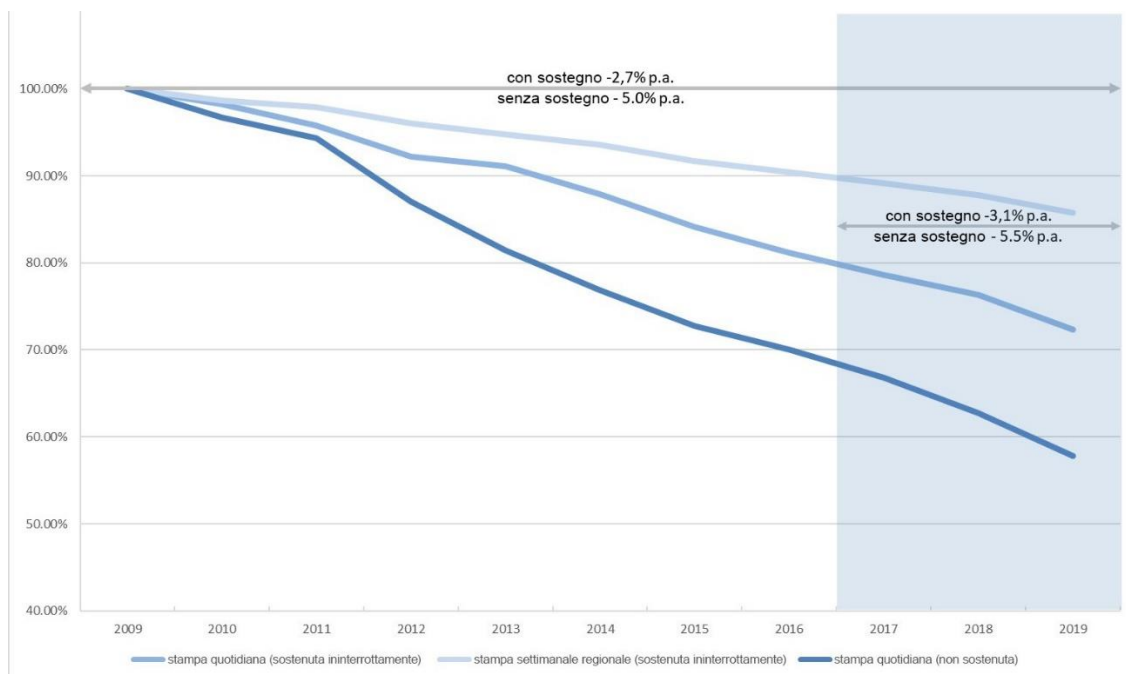


Figura 1: Erosione delle tirature 2009-2019 (Fonte: Stampa Svizzera)

Il mercato dei giornali negli ultimi 10 anni ha subito perdite pari a circa un miliardo di franchi, ossia il 64 per cento del volume pubblicitario. Ogni anno viene a mancare al settore più di un miliardo di franchi. Secondo le previsioni, la tendenza al calo proseguirà ancora ad un tasso del 10 per cento all'anno. Gli investimenti pubblicitari sono migrati principalmente verso il settore online delle grandi piattaforme internazionali come google, amazon e Facebook. Si evidenzia un andamento stabile o una lieve ripresa nei ricavi degli abbonamenti, grazie a un aumento del loro prezzo di vendita. Il costo più elevato degli abbonamenti rende però più difficile acquisire nuovi clienti. In totale, le case editrici hanno perso negli scorsi 10 anni circa il 45 per cento del proprio fatturato.

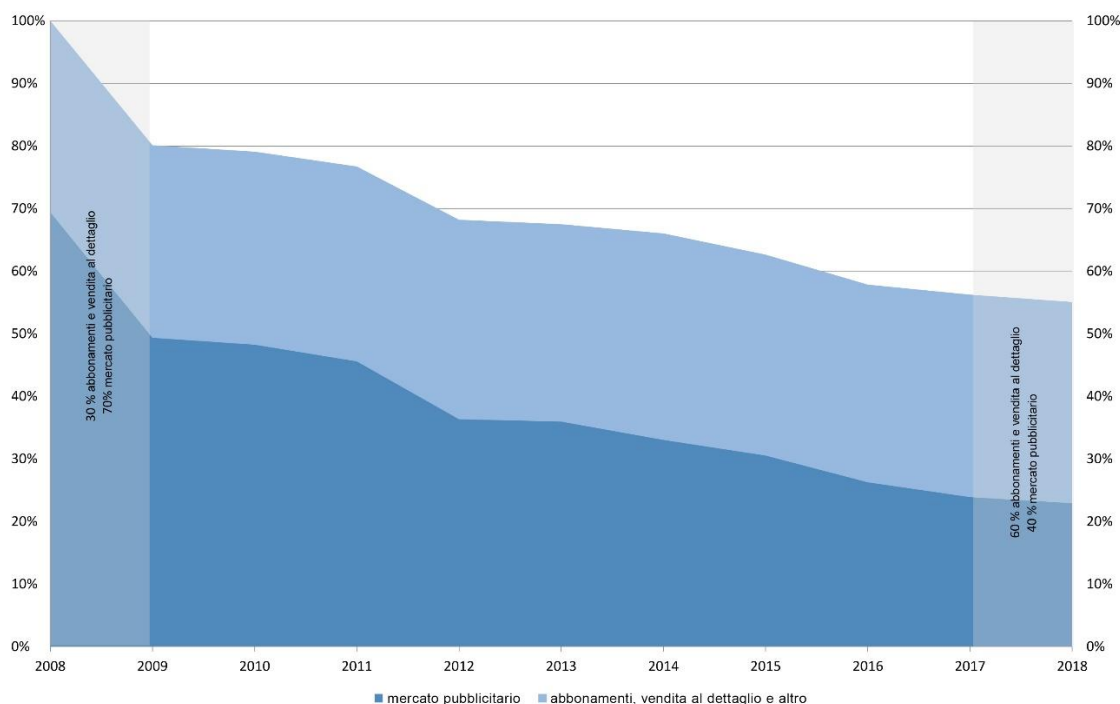


Figura 2: Evoluzione del fatturato totale e relativa ripartizione tra i quotidiani nel periodo 2008-2018 (Fonte: Stampa Svizzera)

La struttura dei costi delle case editrici è ripartita per un terzo in spese per il personale, per un altro terzo in costi di produzione (carta, stampa e distribuzione) e per un terzo in altre spese (marketing, informatica/locali/costi indiretti). Se i ricavi nel mercato pubblicitario calano, i costi restano praticamente invariati. Le perdite in termini abbonamenti riducono i costi solo in misura limitata. Le perdite di fatturato si riflettono perciò maggiormente nel risultato d'esercizio e minano la base economica delle case editrici. Di conseguenza negli ultimi anni si sono verificati fenomeni di concentrazione e la chiusura di giornali. I potenziali insiti in questi processi saranno però presto esauriti.

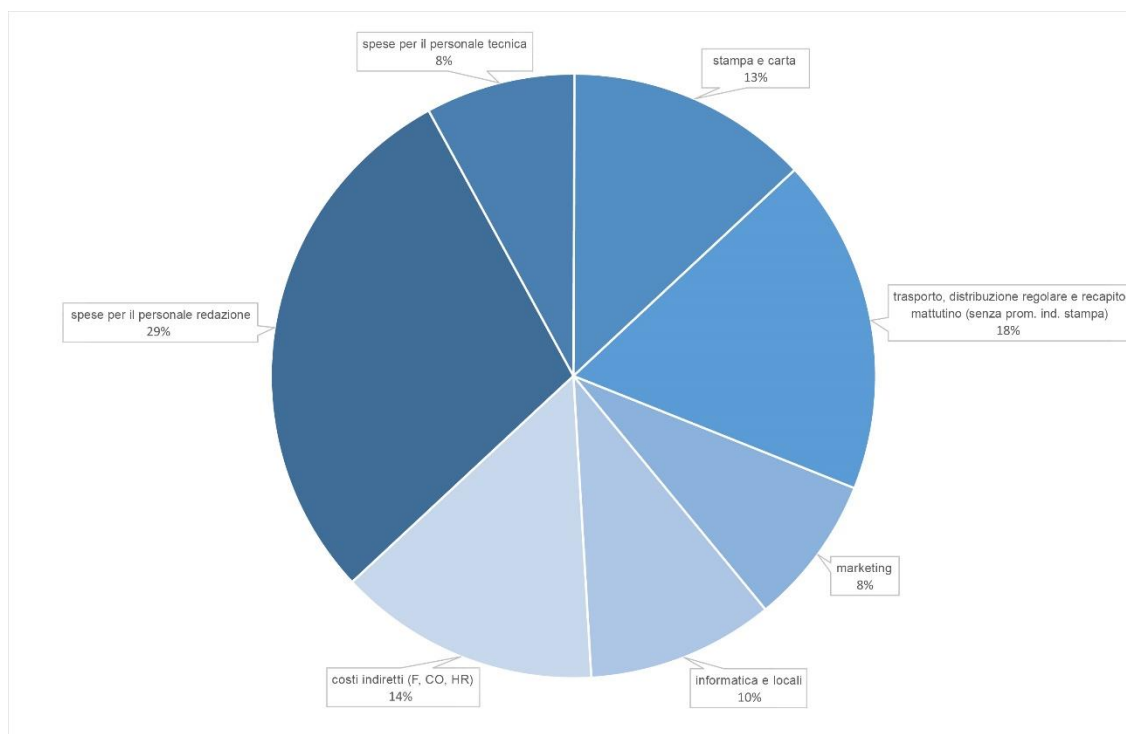


Figura 3: Struttura dei costi delle case editrici (Fonte: rilevamento di Stampa Svizzera presso case editrici di diverse dimensioni)

Alla persistente pressione economica si risponde riducendo i costi. Fatta eccezione per i costi di redazione, il margine di manovra è tuttavia limitato. Le conseguenze sono tagli in termini di contenuti, cooperazioni a livello redazionale, abbandono delle edizioni regionali o la chiusura dell'intera testata. Un aumento della promozione indiretta della stampa nel circuito di distribuzione allevierebbe la pressione economica e permetterebbe di contrastare questa evoluzione negativa.

1.4.2 Recapito mattutino e domenicale

Il recapito mattutino prevede che la consegna sia assicurata nei giorni lavorativi entro le ore 6.30, mentre il recapito domenicale entro le 7.30. La capillarità del servizio sul territorio è strettamente legata alla domanda e alla redditività della prestazione per la casa editrice (numero di esemplari e possibilità di finanziamento grazie ai ricavi degli abbonamenti). Siccome la promozione indiretta della stampa nella vigente legge sulle poste è basata sulla distribuzione regolare realizzata dalla Posta, il recapito mattutino e domenicale non rientra nell'attuale sistema di promozione, e ciò indipendentemente dal fornitore della prestazione. Il recapito mattutino e domenicale è effettuato da aziende specializzate nella distribuzione¹.

¹ Alcune di esse sono: Presto Presse-Vertriebs AG, Epsilon SA, Schazo AG, AZ-Vertriebs AG, VS Vertriebs GmbH, Messageries du Rhône, Somedia Distribution AG, Corriere del Ticino, Hersant, Walliser Bote

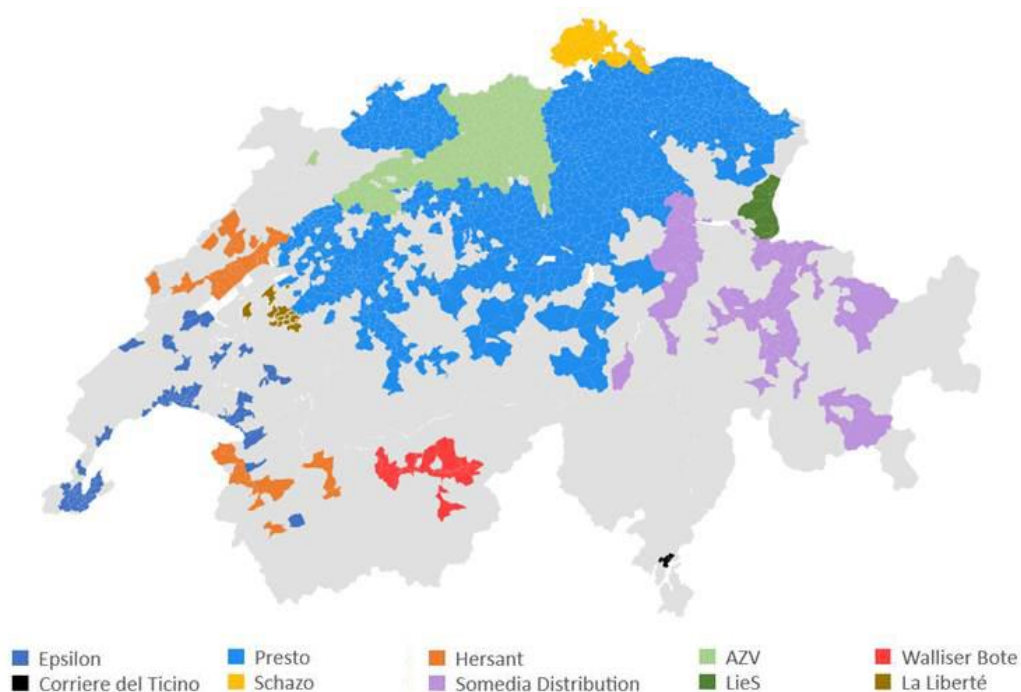


Figura 4: Copertura territoriale del recapito mattutino (Fonte: Stampa Svizzera e Presto)

Siccome le case editrici si orientano alle esigenze della clientela nella scelta del canale di distribuzione (recapito mattutino o distribuzione regolare), le organizzazioni che effettuano il recapito mattutino si occupano anche dei giornali sussidiati, che però hanno diritto all'agevolazione soltanto nell'ambito della distribuzione regolare. A titolo esemplificativo, nel recapito mattutino confluiscono il 62 per cento della tiratura de «La Liberté» di Friburgo e il 92 per cento della tiratura di «Schaffhauser Nachrichten». Per le copie distribuite in questo canale le case editrici non ricevono alcun sussidio.

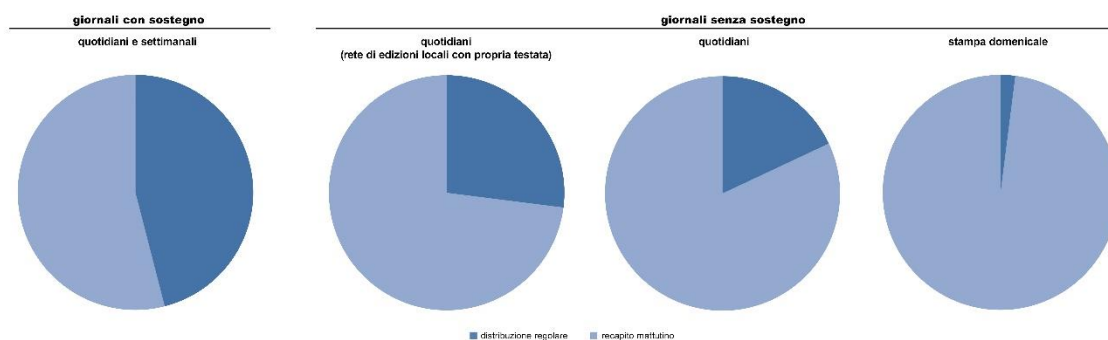


Figura 5: Rapporto tra recapito mattutino e distribuzione regolare in base alla categoria di testata (Fonte: Stampa Svizzera)

L'eliminazione del limite massimo di tiratura, così come previsto nel pacchetto di misure elaborato dal Consiglio federale, aggraverebbe ulteriormente la situazione. Le testate che secondo il nuovo ordinamento avrebbero diritto alla promozione indiretta della stampa ne potrebbero di fatto beneficiare soltanto per il 20-25 per cento della tiratura. La stampa domenicale, che è consegnata esclusivamente dalle organizzazioni che offrono il servizio di recapito mattutino (98 %), resterebbe ancora del tutto esclusa dal sussidio.

1.5 Interventi parlamentari

Nella sessione invernale 2019 il Parlamento ha discusso diverse iniziative parlamentari volte a creare la base costituzionale per il sostegno diretto alla stampa². Fatta eccezione per l'iniziativa parlamentare Lombardi del 12 dicembre 2018 (18. 473 I media nella Costituzione federale) il Parlamento ha tuttavia respinto questi interventi.

Già durante la sessione autunnale 2019 il Parlamento ha dato seguito all'iniziativa parlamentare Engler del 13 dicembre 2018 (18.479 Sostegno alla stampa nella trasformazione digitale). L'iniziativa chiede un'estensione dell'attuale promozione indiretta della stampa. La competente Commissione dei trasporti e delle telecomunicazioni del Consiglio degli Stati (CTT-S) è attualmente impegnata a elaborare un'apposita base legale. Altri interventi parlamentari concernenti la promozione indiretta della stampa sono ancora pendenti³.

2 Integrazione del recapito mattutino e domenicale nella promozione della stampa

Attualmente la Svizzera dispone soltanto di un sistema di promozione indiretta della stampa che si basa su agevolazioni per l'invio postale dei giornali in abbonamento. Il trasporto delle copie di giornale nel canale di distribuzione regolare della Posta gode di una tariffa ridotta.

Per ragioni storiche e politiche (segnatamente grazie ai volumi assicurati in base al monopolio concernente le lettere fino a 50 gr.), la Posta offre il recapito dei giornali a tariffe molto basse rispetto ai prezzi per gli invii della posta-lettere. I ricavi non coprono i costi della prestazione. Il recapito mattutino invece non rientra nel servizio universale e al momento non è fornito in modo capillare su tutto il territorio nazionale. Su richiesta delle case editrici, le organizzazioni che effettuano il recapito mattutino valutano la possibilità di offrire il servizio nelle zone ancora sprovviste. Per fissare il costo della prestazione, le aziende si basano sui costi effettivi. Le case editrici decidono, in base a criteri economici, se usufruire di questa offerta o meno. Siccome nelle aree scarsamente abitate il trasporto risulta molto costoso, in queste zone la maggior parte dei giornali sono recapitati tramite la distribuzione regolare della Posta, entro le ore 12.30.

L'integrazione del recapito mattutino nella promozione indiretta della stampa è stata oggetto di ripetuti dibattiti in passato (2007, 2010). A fronte del fatto che il recapito mattutino non è disponibile capillarmente su tutto il territorio, il Parlamento si è sempre pronunciato a sfavore di un suo sostegno statale. L'opinione condivisa era che la Posta non potesse essere obbligata a offrire il recapito mattutino su tutto il territorio, perché questa prestazione sarebbe risultata estremamente costosa. Assegnare un sussidio unicamente alle organizzazioni del recapito mattutino del gruppo Posta, ma non ad altri fornitori, è un'opzione che all'epoca era stata scartata perché non equa.

In linea di massima sarebbe possibile sviluppare ulteriormente la promozione indiretta della stampa, nella misura in cui il legame con la distribuzione sia mantenuto. Questo presupposto sarebbe soddisfatto nel caso di un'estensione al recapito mattutino e domenicale.

² 18.470 Iv. pa. Aebischer del 12.12.2018 I media nella Costituzione federale, 18.471 Iv. pa. Guhl del 12.12.2018 I media nella Costituzione federale, 18.472 Iv. pa. Feller del 12.12.2018 Creare la base costituzionale per ampliare le forme di sostegno alla stampa, 18.473 Iv. pa. Lombardi del 12.12.2018 I media nella Costituzione federale, 18.474 Iv. pa. Grossen del 12.12.2018 Servizio universale in ambito mediatico nella Costituzione federale

³ 18.3941 Ip. Guhl del 27.09.2018 Valutare e migliorare il sostegno indiretto alla stampa, 18.3514 Mo. Quadri del 13.06.2018 Per una vera tutela della pluralità mediatica: togliere una parte del canone alla SSR ed assegnarla alla stampa cartacea

2.1 Recapito mattutino e domenicale esclusi dal servizio universale

L'attuale riduzione sul prezzo della distribuzione regolare dei giornali è correlata all'obbligo della Posta di fornire il servizio universale. Questo mandato potrebbe essere in linea di massima esteso al recapito mattutino, fissando quindi l'obbligo per la Posta di garantire il recapito mattutino in ogni località.

In occasione della revisione totale della legislazione sulle poste nel 2010, il legislatore ha volutamente rinunciato a iscrivere nella legge il recapito mattutino. Da una parte l'obbligo di garantire una copertura capillare genererebbe costi troppo elevati, considerato che occorrerebbe creare un'organizzazione di distribuzione completamente nuova e che non si potrebbero sfruttare economie di scopo per la distribuzione di lettere e pacchi. Dall'altra parte, si partiva dal presupposto che il recapito mattutino per i quotidiani in abbonamento rappresentasse un fattore concorrenziale centrale e che la dinamica di mercato svolgesse un ruolo sufficiente. Nel 2017 il Consiglio federale ha nuovamente proposto di respingere la mozione che chiedeva di garantire dal lunedì al sabato il recapito mattutino dei quotidiani da parte della Posta. La mozione è stata ritirata⁴.

Anche la Posta è scettica nei confronti di questa misura, e ciò per ragioni finanziarie. Richiama l'attenzione sul fatto che un recapito mattutino capillare, facente parte delle prestazioni obbligatorie del servizio universale, sarebbe molto costoso perché estremamente complicato da realizzare sul piano logistico. Anche i termini delle redazioni e le tempistiche di stampa per la produzione dei giornali dovrebbero essere anticipati enormemente alla sera precedente. Il recapito mattutino finirebbe per soppiantare la distribuzione regolare, con un conseguente aumento di prezzo per quest'ultima prestazione.

2.2 Recapito mattutino e domenicale come servizio di distribuzione con libertà di scelta per le case editrici.

In alternativa si potrebbe valutare un approccio che include l'intera tiratura del giornale, indipendentemente dalla modalità di distribuzione. Le agevolazioni dovranno applicarsi sia alle copie recapitate tramite la distribuzione regolare della Posta (come succede già oggi), sia a quelle distribuite tramite il recapito mattutino. Le case editrici godono così della massima libertà nella scelta della modalità di distribuzione della propria testata. Oltre a poter ripartire liberamente la tiratura tra il recapito mattutino e la distribuzione regolare, le case editrici dovranno poter scegliere liberamente anche a quale azienda affidare il recapito mattutino.

Il contributo federale è ripartito tramite le diverse aziende che offrono il recapito mattutino. Queste ultime sono tenute ad applicare integralmente la riduzione sul prezzo di distribuzione alle testate aventi diritto. In questo modo, si continua a garantire che il sussidio non vada direttamente alle case editrici (mancanza di una base costituzionale).

L'amministrazione e la gestione del sussidio sarà assegnata a un organo amministrativo incaricato (cfr. in merito n. 3.3.2). Rispetto al sistema attuale l'onere amministrativo sarà ben superiore. Saranno ammesse soltanto le aziende che sono accreditate per il recapito mattutino.

Analogamente alla prassi attuale, l'UFCOM sarà competente per la valutazione del diritto alla promozione per le testate. La novità è rappresentata dalla verifica delle domande di accreditamento presentate dalle organizzazioni di recapito mattutino.

⁴ 17.3016 Mo. Feller del 27.02.2017 Garantire il recapito mattutino dei quotidiani di informazione da parte della Posta dal lunedì al sabato senza aumenti tariffari

2.3 Bilancio intermedio

Alla luce delle considerazioni sopra esposte, il gruppo di lavoro predilige la variante che prevede la libertà di scelta nella modalità di distribuzione. Il modello di remunerazione illustrato qui di seguito si basa pertanto sul presupposto che il recapito mattutino e domenicale sia un servizio di distribuzione che può essere scelto liberamente dalle case editrici e fornito da diverse organizzazioni.

3 Modello di remunerazione

In base alla variante che prevede la libertà di scelta, il gruppo di lavoro ha sviluppato un possibile modello di rimborso, secondo il quale le copie distribuite nel canale del recapito mattutino e domenicale possono beneficiare di una nuova tipologia di riduzione sul prezzo di distribuzione.

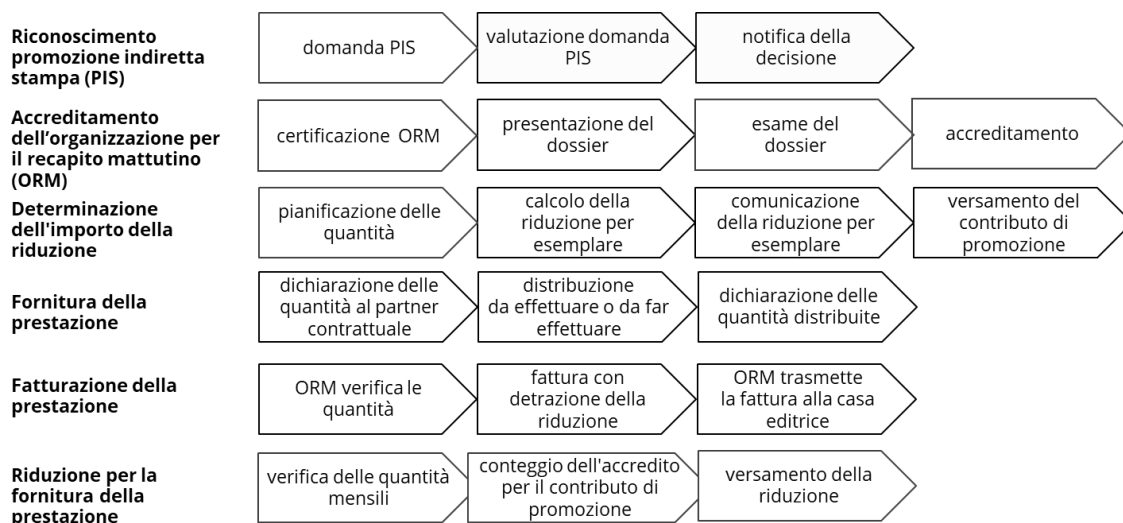


Figura 6: Modello di rimborso del recapito mattutino e domenicale (Fonte: rappresentazione propria)

Qui di seguito è illustrato il modello proposto. Nella misura del possibile, è opportuno rifarsi alla prassi consolidata nell'ambito della promozione indiretta della stampa attraverso il canale di distribuzione regolare della Posta (art. 16 cpv. 4–7 LPO⁵, art. 36 cpv. 1 OPO⁶). Tra le procedure consolidate rientrano la valutazione del diritto alla promozione e il calcolo delle riduzioni effettuato dall'UFCOM, come anche lo svolgimento delle operazioni di versamento da parte della Posta. Le procedure nuove sono l'accreditamento delle organizzazioni per il recapito mattutino, la fornitura delle prestazioni e la relativa fatturazione da parte di queste aziende e, infine, lo svolgimento delle operazioni di versamento del sussidio da parte dell'organo amministrativo (Posta). Le procedure già instaurate rappresentano processi semplici e collaudati, che originano un onere amministrativo minimo per tutte le parti coinvolte (case editrici, Posta, UFCOM). Per via del forte parallelismo tra distribuzione regolare e recapito mattutino, se possibile bisognerà sempre rifarsi alle procedure consolidate, adattandole se necessario.

3.1 Riconoscimento del diritto alla promozione indiretta della stampa per il recapito mattutino e domenicale

Nel modello proposto, l'UFCOM è competente per la valutazione del diritto alla promozione. Ciascuna testata deve presentare all'UFCOM un'apposita domanda per beneficiare della promozione indiretta della stampa. Le domande possono essere presentate in qualsiasi momento nel corso dell'anno. Il diritto alla promozione è valido dal primo giorno del mese seguente la presentazione della domanda (analogamente alla regolamentazione legale attualmente in vigore per la promozione indiretta della stampa).

⁵ RS 783.0

⁶ RS 783.01

Se i requisiti sono soddisfatti, il diritto alla promozione vale per gli esemplari che confluiscono nel recapito mattutino e domenicale, a condizione che il trasporto sia effettuato da un'organizzazione accreditata per il recapito mattutino (cfr. di seguito n. **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). Contro le decisioni dell'UFCOM si possono adire le vie legali.

Per il diritto alla promozione di una testata nell'ambito del recapito mattutino e domenicale vigono gli stessi criteri già in vigore, fatto salvo per quello che prevede di affidare alla Posta le copie per la distribuzione regolare (art. 36 cpv. 1 lett. b OPO). Questo è sostituito dall'esigenza di affidare gli esemplari a un'organizzazione accreditata ai fini del recapito mattutino e domenicale.

Le testate che secondo la legislazione vigente hanno già diritto alla promozione per la distribuzione regolare effettuata dalla Posta devono presentare una nuova domanda per poter far valere il proprio diritto a beneficiare della promozione anche per gli esemplari da distribuire nel canale del recapito mattutino.

Le testate aventi diritto devono presentare periodicamente un'autodichiarazione all'UFCOM per confermare che continuano a soddisfare i requisiti. In caso contrario, se i requisiti per aver diritto ai contributi di promozione non sono più soddisfatti tutti in modo cumulativo, bisogna comunicarlo all'UFCOM entro 30 giorni per scritto. Il diritto alla riduzione si estingue l'ultimo giorno del mese in cui i requisiti non sono più soddisfatti. L'UFCOM può effettuare controlli a campione in qualsiasi momento. Per il resto si applicano le disposizioni della legge sui sussidi (LSu)⁷.

L'UFCOM pubblica le testate aventi diritto alla promozione sul proprio sito Internet e le comunica alla Posta e alle organizzazioni accreditate per il recapito mattutino.

Nel caso in cui il trasporto degli esemplari sia affidato a un'organizzazione non accreditata per il recapito mattutino, non è previsto alcun tipo di sanzione a carico della casa editrice. Una simile regolamentazione non appare necessaria. È una questione di responsabilità individuale della casa editrice cooperare con organizzazioni accreditate per poter beneficiare della riduzione sul prezzo di distribuzione. Gli esemplari trasportati da organizzazioni non accreditate sono automaticamente esclusi dalla promozione.

3.2 Accredimento delle organizzazioni per il recapito mattutino

3.2.1 Relazioni contrattuali

Le case editrici dei giornali collaborano fundamentalmente con un'organizzazione per il recapito mattutino (il cosiddetto appaltatore generale). Le organizzazioni per il recapito mattutino operano solitamente in una determinata zona. La distribuzione dei giornali al di fuori della propria zona di competenza è affidata, con un cosiddetto contratto di subappalto, all'organizzazione per il recapito mattutino della relativa località. I subappaltatori effettuano la distribuzione e comunicano all'appaltatore generale le unità recapitate per ogni testata, il quale a sua volta fattura alla casa editrice del giornale la prestazione totale.

⁷ RS 616.1

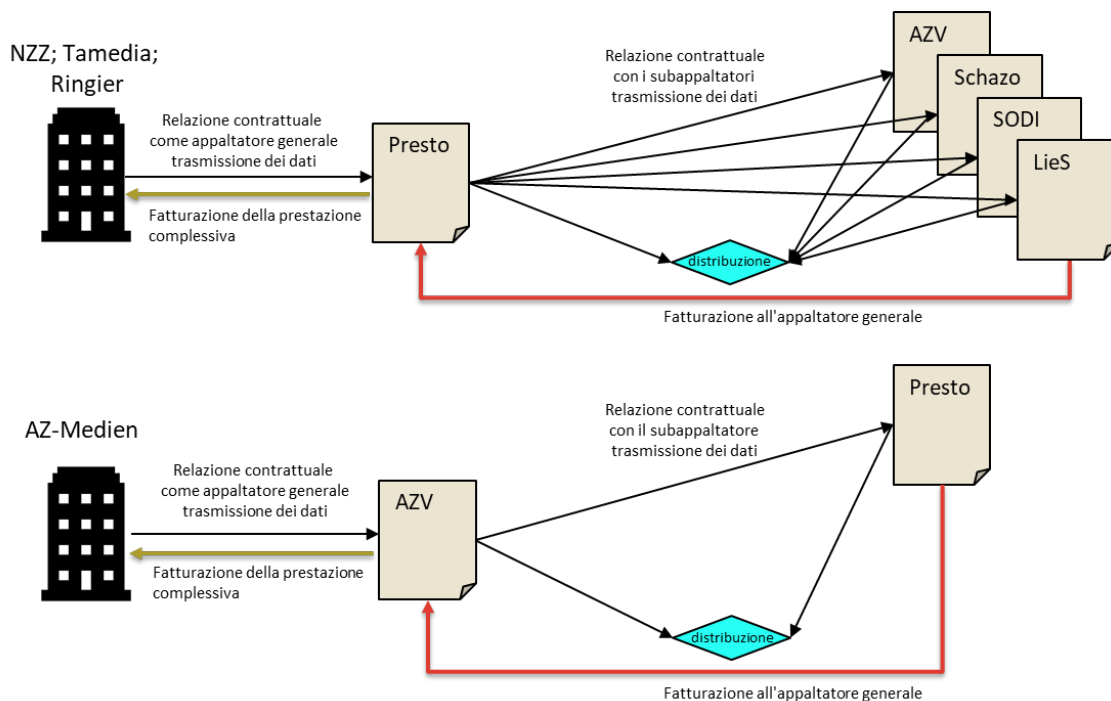


Figura 7: Relazioni contrattuali per il recapito mattutino (a titolo di esempio)

3.2.2 Accreditamento

Per operare nel quadro di una promozione indiretta della stampa comprensiva del recapito mattutino, le relative organizzazioni devono farsi accreditare. Lo stesso vale anche per le organizzazioni per il recapito mattutino che effettuano tale prestazione in una determinata zona per conto di un'altra azienda (i cosiddetti subappaltatori).

L'accreditamento serve innanzitutto a garantire che le organizzazioni per il recapito mattutino rispettino gli standard minimi obbligatori per assicurare lo svolgimento delle operazioni (ad es. conformità delle interfacce per la trasmissione dei dati). Secondariamente, questa esigenza mira a evitare gli abusi salariali.

L'accreditamento prevede l'adempimento di determinati criteri, che il Consiglio federale disciplinerà a livello di ordinanza. Tra i possibili requisiti vi potrebbero essere:

- forma giuridica propria (da comprovare con l'estratto del registro di commercio; ossia l'iscrizione nel registro di commercio quale società di distribuzione, con sede in Svizzera e finalizzata ai servizi di distribuzione, giuridicamente distinta dalla società della casa editrice), conto annuale con revisione limitata;
- prova della fornitura della prestazione di «recapito mattutino»: descrizione della copertura territoriale della prestazione (numeri postali di avviamento coperti dal servizio, eventuali case/vie, durata del servizio), organigramma e processi, infrastruttura informatica con procedure di calcolo delle quantità e fatturazione distinte dalla gestione della casa editrice, gestione della qualità;
- prova della trasmissione dei dati tramite interfacce conformi e coerenza dei dati;
- dati dei subappaltatori;
- contratti di distribuzione noti al momento, testate da conteggiare direttamente con l'organo amministrativo;
- prova del rispetto delle prescrizioni in materia di diritto del lavoro (ad es. salario minimo, obbligo di assicurazione, sicurezza sul lavoro e protezione della salute, tempo di lavoro e di riposo, permessi di lavoro, lavoro in nero).

I criteri dovranno essere soddisfatti in modo cumulativo.

Le organizzazioni per il recapito mattutino che intendono farsi accreditare preparano l'intera documentazione e richiedono a proprie spese la certificazione presso un ente competente. Infine è necessario presentare all'UFCOM una richiesta di accreditamento che includa la documentazione richiesta e il rapporto di certificazione. Su questa base l'UFCOM verifica la domanda di accreditamento presentata e delibera in merito al rilascio della certificazione emanando una decisione. In caso di respingimento è possibile adire le vie legali.

Una domanda di accreditamento può essere presentata in qualsiasi momento dell'anno. L'UFCOM la esamina entro un termine ragionevole. L'accREDITamento decorre dalla data della decisione dell'UFCOM.

Le organizzazioni per il recapito mattutino sono tenute a farsi accreditare un'unica volta. Di principio l'UFCOM può effettuare controlli a campione per verificare che le condizioni per l'accREDITamento siano ancora adempiute.

L'UFCOM comunica le organizzazioni accreditate alla Posta e pubblica le aziende accreditate sul proprio sito web.

3.3 Determinazione della riduzione

3.3.1 Sistema attuale

Conformemente al diritto vigente la Posta gestisce su incarico dell'UFCOM i mezzi stanziati nell'ambito della promozione. La Posta è tenuta a indicare separatamente il sussidio nella contabilità e a poterne comprovare in qualsiasi momento la corretta utilizzazione. Siccome il diritto a beneficiare della promozione è legato al servizio di distribuzione regolare della Posta, è opportuno ed efficace che sia la Posta a gestire e amministrare il sussidio. La Posta detrae l'importo della riduzione dalla fattura e, ogni anno, dichiara all'UFCOM le quantità di copie effettivamente inviate aventi diritto alla promozione.

L'attuale modello di calcolo per la riduzione sul prezzo di distribuzione è regolamentato all'articolo 47 capoverso 5 OPO, secondo il quale la riduzione è determinata ogni anno sulla base del numero di copie delle testate aventi diritto alla promozione che sono state recapitate durante l'anno precedente nel quadro della distribuzione regolare effettuata dalla Posta. Eventuali differenze vengono compensate l'anno successivo quando viene decisa la nuova riduzione. Uscite maggiori o inferiori possono verificarsi nel caso in cui l'effettiva quantità di invii annuali (da gennaio a dicembre) si discosti dalla quantità di invii adottata come base di calcolo (da ottobre a settembre). Le ragioni di queste divergenze possono essere diverse, ad esempio la scomparsa di una testata o la creazione di una nuova, come anche variazioni nel numero di abbonamenti.

Per quanto possibile, occorre rifarsi al presente modello di calcolo per determinare l'importo della riduzione per il recapito mattutino e domenicale. Nei paragrafi seguenti sono illustrate più approfonditamente alcune tappe della procedura.

3.3.2 Organo amministrativo

La gestione dei sussidi per il recapito mattutino e domenicale deve essere affidata a un organo amministrativo. I sussidi per il recapito mattutino e la distribuzione regolare possono essere gestiti da un unico servizio o da diversi enti. Anche in questo caso occorre basarsi sulle esperienze maturate nell'ambito della promozione indiretta della stampa nella distribuzione regolare. La ripartizione della responsabilità su due enti amministrativi accrescerebbe l'onere amministrativo senza motivo e appesantirebbe le procedure di verifica (controllo e compensazione delle quantità).

Il gruppo di lavoro raccomanda di affidare la gestione alla Posta. Questa può contare sull'esperienza maturata dal 2013 nello svolgimento interno dei processi. La collaborazione con l'UFCOM, competente per la valutazione del diritto alla promozione, è ben collaudata e ha dato buoni risultati già in passato.

L'UFCOM versa all'organo amministrativo il contributo di promozione annuale per il recapito mattutino e domenicale ai fini dell'assegnazione della riduzione sul prezzo di distribuzione. La responsabilità di garantire il sussidio di promozione resta in qualsiasi fase della procedura all'UFCOM. L'organo amministrativo è indennizzato per i lavori svolti. I relativi costi vengono dichiarati all'UFCOM che ne verifica la computabilità. I costi che sono stati autorizzati vengono detratti dall'importo del sussidio.

3.3.3 Mezzi di promozione

Nella vigente legge sulle poste i contributi federali per la categoria della stampa regionale e locale e quelli per la categoria della stampa associativa e delle fondazioni sono disciplinati separatamente. A questa impostazione bisognerà attenersi anche per l'integrazione del recapito mattutino, perché quest'ultimo è importante soprattutto per i quotidiani. In questo modo si garantisce che i 20 milioni di franchi riservati per la stampa associativa e delle fondazioni possano essere veramente impiegati secondo la volontà del legislatore.

Per quanto riguarda la stampa regionale e locale, in linea di massima si potrebbe immaginare di regolamentare legalmente la suddivisione dei contributi di promozione in due fondi, rispettivamente per il canale di distribuzione regolare e per quello del recapito mattutino. Un fondo unico concederebbe maggiore flessibilità, ma incentiverebbe allo stesso tempo il trasferimento di volumi da un canale di distribuzione all'altro. Al contrario, le previsioni di evoluzione dei volumi nella distribuzione regolare e nel recapito mattutino fanno propendere a favore di un disciplinamento separato dei contributi di sussidio. Anche dal punto di vista giuridico è opportuna una regolamentazione separata, che vede la distribuzione regolare come parte del servizio universale, mentre il recapito mattutino e domenicale, non rientrando nel catalogo delle prestazioni del servizio universale, sarà regolamentato in un altro capitolo. Riassumendo, il gruppo di lavoro consiglia di disciplinare separatamente i sussidi per i due canali di distribuzione (due fondi).

La riduzione sul prezzo di distribuzione per esemplare risulta dalla divisione del contributo di sussidio della relativa categoria per il numero degli esemplari aventi diritto alla promozione. La procedura è descritta dettagliatamente al seguente numero 3.3.4. Con questa procedura l'importo della riduzione sul prezzo di distribuzione per esemplare risulta essere diverso nei due canali di distribuzione. Tra recapito mattutino e domenicale non si opera invece alcuna distinzione. Gli esemplari recapitati nei giorni lavorativi godono della stessa riduzione per unità di quelli recapitati la domenica.

3.3.4 Procedura e calcolo della riduzione per la distribuzione

La procedura esposta qui di seguito parte dal presupposto che vi sia un solo organo amministrativo (Posta) e due fondi di finanziamento, uno per ciascun canale di distribuzione. La procedura si ispira a quella attualmente in uso per la distribuzione regolare (art. 47 cpv. 5 e 6 OPO).

Ogni anno, nel mese di ottobre, le organizzazioni per il recapito mattutino comunicano all'organo amministrativo il numero di esemplari delle testate aventi diritto alla promozione che sono stati distribuiti nell'anno precedente. Tale volume corrisponde al numero effettivo di copie che un'organizzazione accreditata per il recapito mattutino ha distribuito nei giorni lavorativi e la domenica nel periodo compreso tra ottobre dell'anno precedente e settembre dell'anno in corso. Le case editrici devono garantire che le cifre comunicate siano rilevate integralmente e senza sovrapposizioni con gli esemplari recapitati dalla Posta tramite la distribuzione regolare.

L'organo amministrativo si occupa di verificare e approvare le cifre comunicate per l'anno precedente sia per la distribuzione regolare che per il recapito mattutino e domenicale. Eventuali casi particolari devono poter essere motivati dalla casa editrice all'organo amministrativo e all'UFCOM.

L'importo delle riduzioni è determinato dividendo le risorse disponibili per il numero comunicato di esemplari che beneficiano della riduzione (quantità dell'anno precedente). I mezzi a disposizione sono determinati dall'ammontare del contributo federale stabilito per legge e dalle eventuali maggiori o minori uscite nell'anno precedente. Le eventuali risorse attinte in eccesso vengono detratte, le minori uscite vengono addizionate.

La riduzione per esemplare non potrà in nessun caso essere superiore al prezzo per il trasporto applicato dalle aziende. La base è rappresentata dal prezzo di recapito per il giornale, inserti propri inclusi. Ai fini della promozione non sono considerati invece gli inserti di terzi. Gli esemplari delle grandi tirature godranno della stessa riduzione per esemplare.

L'organo amministrativo comunica all'UFCOM le riduzioni versate nell'anno precedente e il numero di esemplari che sono stati distribuiti l'anno precedente per ciascuna testata avente diritto alla riduzione. Basandosi sui dati e sulle informazioni trasmessigli dalla Posta, l'UFCOM calcola la riduzione sul prezzo di distribuzione per il recapito mattutino e domenicale (analogamente alla prassi per la distribuzione regolare). Il DATEC chiede al Consiglio federale, al più tardi a dicembre, di approvare le riduzioni sul prezzo di distribuzione per l'anno successivo. Non appena il Consiglio federale ha emanato la decisione, le riduzioni sul prezzo di distribuzione che ha approvato sono pubblicate direttamente sulla pagina principale del sito Internet dell'UFCOM.

L'UFCOM comunica all'organo amministrativo e alle organizzazioni per il recapito mattutino le riduzioni sul prezzo di distribuzione stabilite per l'anno successivo.

3.4 Fornitura delle prestazioni

Le case editrici trasmettono quotidianamente alla rispettiva organizzazione per il recapito mattutino e all'organo amministrativo, tramite l'interfaccia definita (v. condizioni per l'accreditamento), la quantità di copie da recapitare il giorno seguente nell'ambito del recapito mattutino e domenicale. La comunicazione simultanea a due enti diversi dovrebbe prevenire eventuali abusi.

L'organizzazione per il recapito mattutino effettua il recapito dei giornali grazie alle liste di distribuzione generate quotidianamente o, in veste di appaltatore generale, affida la distribuzione a una delle organizzazioni accreditate per il recapito mattutino (v. n. 3.2.).

3.5 Fatturazione delle prestazioni

Le organizzazioni per il recapito mattutino verificano mensilmente il numero di copie che le case editrici hanno affidato loro per la distribuzione e preparano la fatturazione. Le organizzazioni per il recapito mattutino fatturano a cadenza mensile la propria prestazione alle case editrici. Per gli esemplari aventi diritto all'agevolazione la riduzione sul prezzo di distribuzione è detratta direttamente sulla fattura.

Le cifre riguardanti le copie aventi diritto alla riduzione prese in carico dall'organizzazione per il recapito mattutino e fatturate da quest'ultima alla casa editrice devono essere dichiarate mensilmente all'organo amministrativo. Nel caso in cui la distribuzione sia affidata a un subappaltatore, la comunicazione ufficiale delle cifre è effettuata dall'azienda che fattura la distribuzione alla casa editrice. Le case editrici e le organizzazioni per il recapito mattutino sono responsabili di dichiarare all'organo amministrativo il numero corretto di copie distribuite.

L'organo amministrativo deve garantire in qualsiasi momento all'UFCOM la possibilità di consultare le cifre. In caso di sospetto l'UFCOM può rivolgersi direttamente alle case editrici e alle organizzazioni per il recapito mattutino, che sono tenute in qualsiasi momento a fornire informazioni.

3.6 Versamento della riduzione sul prezzo di distribuzione alle organizzazioni accreditate per il recapito mattutino

Le organizzazioni per il recapito mattutino dichiarano mensilmente all'organo amministrativo il numero di esemplari recapitati aventi diritto alla promozione. L'organo amministrativo si occupa di verificare e approvare le cifre comunicate. Sulla base di questi dati l'organo amministrativo calcola a cadenza mensile l'ammontare dell'accredito per il recapito mattutino degli esemplari aventi diritto alla promozione ed effettua il versamento alle organizzazioni accreditate.

4 Ripercussioni finanziarie

Con l'ampliamento al recapito mattutino e domenicale, sarebbero circa 270 milioni in più le copie aventi diritto all'agevolazione. Di queste, circa la metà appartiene a testate che beneficiano già oggi della promozione nel canale della distribuzione regolare, il 44 per cento è rappresentato da giornali con una tiratura superiore a 40 000 esemplari o appartenenti a una rete di edizioni locali con propria testata, e infine il 6 per cento da giornali domenicali. La riduzione per esemplare dovrà essere di importo uguale per tutti.

Il fabbisogno di risorse aggiuntivo dipende dall'importo desiderato per la riduzione sul prezzo di distribuzione per esemplare. La Posta e Stampa Svizzera concordano sul fatto che un'estensione della promozione indiretta della stampa al recapito mattutino e domenicale non determinerà sostanziali trasferimenti di volumi dalla distribuzione regolare a questo canale. Un trasferimento di questo genere indebolirebbe la distribuzione regolare e provocherebbe un aumento dei prezzi di recapito della Posta. Per questo motivo l'importo dell'agevolazione per il recapito mattutino e domenicale dovrebbe essere lievemente inferiore rispetto a quello per la distribuzione regolare. Attualmente il sussidio per la distribuzione regolare ammonta a 27 centesimi per esemplare. Fissando l'importo dell'agevolazione per il recapito mattutino e domenicale a 22 centesimi per esemplare, il fabbisogno di risorse ammonterebbe a 60 milioni di franchi all'anno.

5 Raccomandazioni

Come illustrato in questo rapporto, secondo l'avviso del gruppo di lavoro, applicare la promozione indiretta della stampa al recapito mattutino è possibile e consono. Stanziare ulteriori 60 milioni di franchi all'anno per la promozione indiretta della stampa, e segnatamente per il recapito mattutino e domenicale, permetterebbe di sgravare considerevolmente le case editrici in quest'era di trasformazione digitale, alleviando fortemente la pressione economica cui sono sottoposte. Si potrebbero così evitare provvedimenti drastici, o per lo meno ridurli.

Alla luce di queste considerazioni, il gruppo di lavoro raccomanda le seguenti misure:

- la promozione indiretta della stampa deve includere anche il recapito mattutino e domenicale di quotidiani e settimanali in abbonamento;
- per la promozione del recapito mattutino e domenicale è stanziato un contributo annuo pari a 60 milioni di franchi;
- i diversi strumenti adottati per la promozione indiretta della stampa sono sottoposti a valutazione periodica, in modo da valutarne l'appropriatezza rispetto alla dinamica di mercato. Questo genere di verifica è destinato in particolar modo a individuare tempestivamente eventuali interazioni e processi di sostituzione tra distribuzione regolare e recapito mattutino e domenicale, cosicché sia possibile prendere provvedimenti adeguati.

Allegato 1: Pareri in merito all'audizione del 2 aprile 2020

In occasione della videoconferenza del 2 aprile 2020 il gruppo di lavoro ha presentato il modello di remunerazione da esso elaborato per l'integrazione del recapito mattutino e domenicale nella promozione indiretta della stampa. I partecipanti avevano la possibilità di presentare un parere scritto entro il 16 aprile 2020. I pareri pervenuti sono elencati qui di seguito.

L'associazione **NPO Media** evidenzia che le proposte del Consiglio federale e del gruppo di lavoro "recapito mattutino" altererebbero l'equilibrio esistente tra promozione della stampa editoriale e promozione della stampa associativa e delle fondazioni. Fa leva sul fatto che anche questa seconda categoria svolge una funzione importante; infatti, da una parte contribuisce alla pluralità mediatica e dall'altra integra i resoconti della stampa quotidiana e settimanale, focalizzata sull'attualità, trattando in modo approfondito e continuativo tematiche di particolare interesse per i propri membri o donatori. Inoltre, assolve un ruolo d'integrazione, animando il dibattito al di là delle frontiere linguistiche e, non da ultimo, promuovendo la responsabilità individuale e la partecipazione della popolazione con la creazione di reti di volontari e la divulgazione di informazioni sugli oggetti in votazione. Alla luce di tale contesto, NPO Media chiede il raddoppiamento del contributo federale per la stampa associativa e delle fondazioni a 40 milioni di franchi all'anno nonché l'abrogazione del limite massimo di tiratura a 300 000 esemplari. Secondo NPO Media, queste misure permetterebbero di riequilibrare il sistema, che godrebbe di maggior appoggio nel dibattito parlamentare. A medio termine bisognerebbe in aggiunta valutare l'estensione della promozione della stampa ad altre organizzazioni di distribuzione che offrano un servizio di recapito capillare. Infine, NPO Media critica il fatto che l'organo amministrativo non sia indipendente.

L'associazione **KEP&Mail** sottolinea che un ampliamento della promozione indiretta della stampa attraverso il canale postale avrà un effetto sulla concorrenza nel mercato postale. L'ambito del monopolio sarà di fatto ampliato e si impedirà così che operatori alternativi alla Posta, che offrono prezzi vantaggiosi, si affermino nel settore della distribuzione. L'associazione lamenta da tempo il fatto che i propri membri non abbiano nessuna possibilità di fare offerte per il recapito dei giornali che possano beneficiare della riduzione sul prezzo di distribuzione e siano così concorrenziali. Siccome ora si devono cambiare le regole, è importante prendere in considerazione la situazione della distribuzione dei giornali nel suo insieme. Anche i fornitori privati dovrebbero godere degli stessi diritti della Posta e delle sue società affiliate private, per qualsiasi tipo di distribuzione. Con l'integrazione del recapito mattutino e domenicale, la promozione indiretta della stampa andrà a includere un settore che sottostà alle dinamiche della concorrenza. Pertanto, anche i fornitori privati dovrebbero ricevere contributi per ridurre il prezzo di distribuzione dei giornali. Gli editori dovrebbero essere liberi di scegliere l'organizzazione di recapito e le imprese che non soddisfano le esigenze della clientela non verrebbero prese in considerazione. Conseguentemente non vi sarebbe la necessità, da parte delle istituzioni, di esigere l'accreditamento, una procedura che per di più sarebbe eccessivamente dispendiosa e già soddisfatta dall'obbligo di notifica presso la PostCom. Le organizzazioni per il recapito che riescono ad aggiudicarsi le riduzioni sul prezzo di distribuzione saranno privilegiate. Invece di un organo amministrativo, sarebbe preferibile che il conteggio fosse effettuato dalla PostCom.

La fondazione **Konsumenteninfo** rileva che il mantenimento della pluralità del paesaggio mediatico è compromesso dalla concentrazione delle case editrici e non dai costi di distribuzione. Attualmente la tariffazione della Posta privilegia i quotidiani e, rispetto alla stampa associativa e delle fondazioni, è la stampa regionale e locale a beneficiare fortemente della promozione indiretta della stampa. Il pacchetto di misure previsto dal Consiglio federale acuisce ancora di più questa disparità. D'ora in poi la stampa regionale e locale dovrebbe ricevere circa 110 milioni di franchi, mentre la stampa associativa e delle fondazioni continuerebbe a essere sostenuta con soli 20 milioni di franchi. Il trasferimento dell'organo amministrativo in seno alla Posta pone problemi di politica istituzionale. La Posta entrebbe così in possesso di dati di mercato della concorrenza diretta e la promozione indiretta della stampa degenererebbe in una promozione della Posta. La promozione indiretta della stampa nella distribuzione regolare dovrebbe includere anche la distribuzione effettuata da organizzazioni per il recapito private.