



NETWORK DIFFUSIONE MEDIA Associazione Distribuzione Locale Stampa



Chi siamo:

- Circa 50 Agenzie - imprese Associate
(in particolare operanti nelle grandi città e di maggiori dimensioni)
- Oltre il 70% della realtà distributiva locale italiana stampa rappresentata
- Anno 2015 (solo x aziende associate)
 - Quotidiani forniti: oltre 520 milioni di copie (senza copie in bustina, blister, ecc.)
 - Periodici forniti: oltre 500 milioni di copie (senza copie in bustina, blister, ecc.)
- Pv serviti: oltre 20.000
- KM percorsi GIORNALMENTE: circa 90.000 (70 volte l'Italia..)



Distribuzione – Percezione e Disciplina

La distribuzione storicamente appare
operatore o sconosciuto o “elemento critico
e inutilmente costoso” nella filiera;

E’ Veramente così?



PREMESSA

L'eventuale dismissione della filiera “carta”, in favore di nuove forme e nuove modalità di cessione e utilizzo del prodotto “Informazione”, deve attentamente trovare specifica ed oculata gestione e condivisione nella scelta dei tempi e dei modi;

IL Business di oggi e gli investimenti sul “nuovo”, almeno ora, si fanno con il “vecchio”.

Ufficio Studi Mediobanca (10/11/2015): “*è in atto una riorganizzazione dei ricavi; il peso della diffusione aumenta, La pubblicità cala; il digitale cresce ma continua ad avere un ruolo secondario* “



Distribuzione Locale - tesi

- Le Agenzie di distribuzione esprimono il fulcro logistico tra Editore e rete vendita:
 - esercitano specifica attività d'impresa, senza alcun contributo o intervento pubblico diretto od indiretto
 - Occupano, direttamente od indirettamente, circa 10.000 lavoratori su tutto il territorio italiano, garantendo la collocazione sul mercato d'ogni pubblicazione, 360 gg. all'anno.

Permettono l'incontro tra il prodotto editoriale e il mercato

- La remunerazione delle proprie attività di logistica avanzata (diffusione, trasporto, resa, incasso per conto terzi) è determinata esclusivamente in % sul prezzo di copertina, delle sole copie effettivamente vendute, garantendo alla rete vendita diritto di resa
- Anomalia - I costi sono determinati sulla base dei servizi che svolgo - vengo remunerato sulle vendite (e non sui servizi che svolgo)



- In Italia il costo medio della distribuzione si attesta, all'incirca intorno al 5% sul prezzo di copertina del venduto, negli altri paesi tale valore è stabilmente fissato a circa al 10-11%
- L'effetto combinato del calo delle vendite e della collocazione verso il basso del prezzo del prodotto editoriale periodico nel mercato, determina una situazione di CERTA insostenibilità, impedendo nei fatti la stessa copertura dei meri costi industriali di lavorazione.
- Nessuna posizione di “monopolio di fatto” delle Agenzie di Distribuzione (Indagine Conoscitiva AGCM IC/20 e IC/35 II° Parte).
- Chiunque può accedere all'attività di Distributore, semplicemente predisponendo i servizi a supporto: magazzini, strutture, organizzazione flessibile del lavoro e del trasporto, investimenti cospicui in tecnologia (macchine resa, ecc.), garanzie ai propri fornitori, acquisizione dei mandati distributivi...ecc.

...il tutto con possibilità di disdetta degli affidamenti editoriali con preavviso di 30 gg.



- Cosa fa la Distribuzione locale? Attività di Logistica avanzata: Diffusione, distribuzione, trasporto, resa, incasso.

L'esempio di una pubblicazione settimanale femminile (con prezzo di copertina 0.50€ - caso concreto)

- **N°y di "Pubblicazione X" a € 0,50:** arrivo copie 6.175, resa 1.418, venduto 4.756, quindi un totale di 7.593 copie fisicamente lavorate
- Ora, ricordiamo quali sono i processi necessari per la distribuzione di ogni singola pubblicazione:
- Arrivo...; scarico notturno dei bancali, apertura dei bancali e controllo del numero delle copie in arrivo, approntamento dei piani di diffusione per circa 830 rivendite, distribuzione delle singole copie nelle casse delle rivendite, carico e trasporto delle 830 ceste su 33 autofurgoni per le consegne alle singole rivendite con una percorrenza giornaliera di oltre 4.300 km in 92 comuni di 5 provincie, ritiro delle ceste contenenti le rese precedenti, scarico manuale delle stesse al reparto rese.
- Ancora...; controllo di 830 singole rese, conteggio, smistamento e posizionamento della pubblicazione nel bancale editoriale, confezionamento del bancale editoriale con allestimento in contenitore e chiusura con cellophane, movimentazione e stoccaggio del singolo bancale di resa, ed infine movimentazione e carico dello stesso sui Tir, per il ritorno. (in caso di macero, automazione della mera fase di resa a fronte dell'investimento in impianti del costo di circa 7/800.000€ + operatori, software, ecc.)
- Infine...; stampa delle bolle di consegna e stampa dell'estratto conto settimanale, controllo incasso, versamento di acconti sulle forniture a favore dei propri fornitori, contabilità generale editoriale e contabilità delle rivendite, servizi generali, ammortamenti, investimenti, ecc.

Remunerazione?

Lavorando in uscita ed in resa fisicamente 7.593 copie, (6.175. in arrivo e 1.418 in resa) con un ricavo lordo settimanale sul venduto (comprensivo della portatura sul venduto, e complessivamente presupposto quindi un 6%) di 142,68 euro, si determina circa 1,8 cent. di €. (lordi) a settimana, per singola copia lavorata.



L'asserita «libertà della Distribuzione»:

■ Le regole che interessano la distribuzione determinano nei fatti un mercato fortemente regolato, in cui le possibilità d'azione delle Agenzie sono circoscritte.

Tra le altre:

- l'obbligo a distribuire di cui all'art. 16 L. 416/81 I° comma;
- la mancata applicazione del 2° comma dello stesso articolo, relativo a provvidenze pubbliche o degli enti territoriali per l'attività distributiva svolta;
- L'impossibilità nel contrattare sconti superiori nei confronti dell'Editore e del DN (anche alla luce delle concentrazioni createsi nel mercato);
- la sostanziale impossibilità per la distribuzione di autodeterminare la misura del prodotto a lei stessa fornito;
- l'impossibilità di incidere sulla componente del prezzo e modalità di cessione del prodotto;



Situazione del mercato

La Distribuzione locale è forse allora una certa e sicura opportunità

Le Agenzie di Distribuzione appaiono OGGI soggetti imprenditoriali più forti e capaci di nuove sinergie

Il mercato sembra concentrarsi su pochi e qualificati interlocutori



Situazione del mercato

- -7/8 % rispetto all'analogo mese del 2015 (circa - 12% quotidiani)
- complessivamente -40 % negli ultimi 5 anni
- Molte Amministrazioni Editoriali e 2 Distributori Nazionali in procedura fallimentare
- circa 35 Agenzie di distribuzione Locale chiuse traumaticamente negli ultimi 4 anni

Tendenze

- Ulteriore concentrazione delle Agenzie di distribuzione
- Naturale delinearisi di limite minimo dimensionale per Agenzia (in pv sottesi)



Interventi

1) Nuova struttura della rete vendita - occorre cogliere domanda marginale

PV professionali - pv di mercato. La nuova legge determinerà un profondo mutamento dell'esistente.

1) Unione e specializzazione degli operatori della Distribuzione (in un mercato espressamente concorrenziale)

2) Sinergie e ottimizzazioni con l'esistente, anche nel settore logistico primario



Interventi

Iniziative

- Accordo di Settore (Accordo Fieg e Distribuzione 26 maggio 2015) – timidi risultati

- La concertazione Nazionale sembra tuttavia non reggere alla complessità e velocità della filiera
- Occorre perseguire accordi diretti e espressamente commerciali tra imprese o gruppi di operatori
 - La Distribuzione, o almeno parte, nota, è pronta