

. VERBALE DEL CONSIGLIO FEDERALE FCP DI GIOVEDÌ 20 APRILE 2017

Il giorno giovedì 20 Aprile 2017, alle ore 09:00, presso la sede FCP in via Petrarca 6 - Milano, si è svolto il Consiglio Federale FCP, a seguito di regolare convocazione.

Presiede i lavori:

Il Presidente FCP Massimo Martellini

I Consiglieri della Federazione

Presenti:

Fausto Amorese SYSTEM 24
Massimo Bergia ED. DOMUS
Marco Cancelliere HEARST MAGAZINES ITALIA
Luigi Colombo PUBLITALIA
Massimo Crotti ITALIAONLINE
Uberto Fornara CAIRO PUBBLICITÀ
Stefano Fraschetti OPQ
Giorgio Galantis MEDIAMOND
Giancarlo Ropa ED. CONDÉ NAST
Raimondo Zanaboni RCS (collegamento telefonico)

Assenti:

Franco Cisco PIEMME
Domenico Ioppolo CLASS
Massimo Micheli SPORTNETWORK
Michele Muzii
Fabio Poli MOVIMEDIA
Angelo Sajeve CLASS

Partecipano ai lavori:

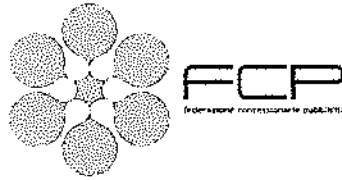
Fabrizio Loli SYSTEM 24
Marina Ceravolo, Alessandra Mapelli RAI PUBBLICITÀ

Luca Franzoni – Responsabile Generale FCP

Donatella Sciacca – Segreteria FCP

Ordine del Giorno

1. Dinamiche di mercato create dalle recenti gare al ribasso di Agenzie e Centri Media
2. Varie eventuali



VERBALE

Il Presidente Massimo Martellini, constatata come da Statuto la presenza della metà più uno dei componenti del Consiglio Federale e della metà più uno delle associazioni dei singoli mezzi, dichiara regolarmente costituito il Consiglio Federale e apre i lavori.

1. Dinamiche di mercato create dalle recenti gare al ribasso di agenzie e centri media

Il Presidente sottopone all'Assemblea il tema delle dinamiche di mercato create dalle recenti gare al ribasso promosse dai Centri Media. Il Consiglio Federale è stato convocato per verificare se c'è verso il problema una visione comune.

Sottolinea l'impatto che dette gare hanno nell'aggravare progressivamente la crisi del settore; di come sia importante arginarle attraverso una logica di sistema piuttosto che dare risonanza al problema a livello mediatico.

Si svolge una articolata discussione che evidenzia i seguenti punti:

- il problema sta assumendo proporzioni allarmanti e distorsive per il mercato
- riguarda alcuni tra i maggiori spender del mercato, in particolare settore Automotive ma non solo
- l'ordine di grandezza degli sconti richiesti può arrivare fino al 30%
- in particolare i mezzi interessati dal problema sono Televisione, Radio, e Web
- la richiesta di sconti da parte dei Centri Media non è basata su dati oggettivi: calo degli ascolti, utenti, ecc., ma sullo sconto come unica leva nei confronti del Cliente
- le gare non vengono fatte dai Centri Media concordando preventivamente le tariffe con le Concessionarie ma prescindendo da esse. I Centri Media trattano così un prodotto (spazi) delle Concessionarie senza averne mandato
- si registra una interferenza crescente dell'audit nella determinazione delle tariffe

Audit Il punto viene approfondito con diversi contributi.

Viene sottolineato il tema della riservatezza violata. Centri Media e auditor non sono autorizzati a utilizzare il risultato della trattativa con la Concessionaria come benchmark per regolare il mercato. Ovvero il Centro Media non dovrebbe comunicare all'auditor il risultato della trattativa.

Spesso nei contratti esistono già clausole di riservatezza che non vengono lette o rispettate.

I Consiglieri concordano sulla necessità di richiedere un consulto legale sulla materia (riservatezza del dato e utilizzo di un prodotto non proprio); di verificare altresì come il tema sia affrontato a livello internazionale, in particolare in Spagna dove la materia è regolamentata.

Delibera Il Consiglio valuta diverse possibilità per affrontare il problema.

Dare risonanza mediatica al tema senza averlo precedentemente discusso con Clienti e Centri Media può essere di nessuna utilità se non addirittura controproducente.

Il Consiglio converge invece sull'opportunità in prima istanza di seguire vie istituzionali per approcciare Clienti e Centri Media, valutando solo successivamente di comunicare alla Stampa.

Incarica il Presidente Martellini di contattare UPA per verificare la possibilità di discutere il tema nella Commissione Mezzi dell'associazione, e successivamente ASSOCOM.

2. Varie eventuali

Non vengono affrontati temi aggiuntivi e la riunione ha termine.

Alle ore 10:00 circa la riunione ha termine.

Massimo Martellini
Presidente FCP

Luca Franzoni
Responsabile Generale FCP