**BOZZA VERBALE DEL CONSIGLIO FEDERALE FCP DI GIOVEDÌ 26 MARZO 2020**

Il giorno giovedì 26 marzo 2020, alle ore 09:30, in conference call 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 24 ORE SYSTEM

Francesco Barbarani RAI PUBBLICITÀ

Matteo Cardani PUBLITALIA

Giuliano Cipriani CAIRO

Massimo Crotti ITALIAONLINE

Alessandro Furgione MANZONI

Giorgio Galantis MEDIAMOND

Monica Gallerini RDS

Massimo Micheli SPORTNETWORT

Fabio Poli MOVIEMEDIA

Angelo Sajeva CLASS

Federico Silvestri 24 ORE SYSTEM

Raimondo Zanaboni RCS

**Partecipa ai lavori:**

Donatella Sciacca – Segreteria FCP

**Ordine del Giorno**

1. Comunicazioni del Presidente
2. Moratoria Pubblicazione Dati
3. Varie eventuali

**VERBALE**

Il Presidente FCP 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.

Il Presidente saluta i presenti ringraziandoli per la partecipazione a distanza attraverso l’applicazione zoom in considerazione dell’attuale emergenza sanitaria.

Il Presidente FCP Massimo Martellini illustra l’iniziativa della lettera inoltrata all’On. Martella (sottosegretario PdCdM) e le misure definite a sostegno del settore Cinema (l'istituzione del Fondo per le emergenze nei settori dello spettacolo e del cinema e audiovisivo)e del settore Editoria Stampa e TV Locali.

Per il 2020 è stato definito infatti un regime straordinario del credito d’imposta sulla pubblicità incrementale su quotidiani e periodici (anche online) e sulle emittenti radiotelevisive locali. In particolare, il credito d’imposta sarà riconosciuto, alle stesse condizioni e agli stessi soggetti già contemplati ma nella misura del 30 per cento del valore degli investimenti effettuati, e non già entro il 75% dei soli investimenti incrementali all’interno del decreto 17 marzo 2020.

Il Presidente FCP Massimo Martellini prosegue spiegando poi di avere iniziato un primo giro di orientamento per verificare la fattibilità e le possibili modalità di una sospensione della pubblicazione dei dati AC Nielsen AdEx, almeno nelle modalità attuali che prevedono la totale tracciabilità (lordi, netti, sconti, spazi, etc).

Il Presidente FCP Massimo Martellini completa l’esposizione spiegando come questa possibile moratoria o sospensione della pubblicazione del dato Nielsen va considerata come la misura più estrema in un “combinato disposto” che prevede come presupposti le seguenti misure (allegato 1)

* Moratoria 1: Le concessionarie stanno aiutando le imprese a ripartire sia in termini di media che di iniziative di contenuto studiate con i propri editori, un aiuto di reciproco sostegno tra media e azienda. La regola condivisa suggerisce il tracciamento delle condizioni speciali (sconti/omaggi) a livello di singola concessionaria per fare in modo che le condizioni speciali nella relazione cliente-agenzia-concessionaria non costituiscano base storica per il futuro – sono condizioni non replicabili
* Moratoria 2: in quanto condizioni speciali non replicabili non entrano in alcun benchmark di media audit pool e non possono costituire base per gare media attuali e future
* Moratoria 3: in quanto condizioni speciali non possono nemmeno rientrare nelle misurazioni ufficiali di mercato (Nielsen) – viene misurato il valore in quantità e qualità ma non in economico lordo o netto

L’implicazione condivisa con tutti è che i futuri possibili sostegni governativi al settore editoria in qualche modo e misura devono trasferirsi anche al settore delle concessionarie che garantiscono una risorsa strategica di sostenibilità agli editori medesimi.

La conclusione relativa a questo punto è che qualunque iniziativa (lettera aperta al governo, richieste di misure dal credito d’imposta al sostegno al lavoro (dipendenti/agenti), defiscalizzazione degli investimenti pubblicitari) sul tema non può essere condotta a livello di singolo mezzo ma dalla presidenza FCP per la totalità dei mezzi rappresentati.

Per quanto riguarda l’invio dei dati a NIELSEN, si apre tra i partecipanti un dibattito relativo ad alcune possibili linee guida condivisibili, le alternative possibili – sono

* + - La non pubblicazione totale del dato – ne’ spazi ne’ economici = totale discontinuità
    - La sola pubblicazione del dato a spazi (secondi, spot etc.) autonomamente rilevato da Nielsen = continuità minima
    - La pubblicazione del dato a spazi e per l’economico del solo lordo senza fattori di abbattimento (sconti) = continuità media ; con il nota bene che la pubblicazione dei soli lordi ha una implicita distorsione di aumento delle quote a favore delle concessionarie che avevano varato aumenti di listino maggiori per il periodo Marzo, Aprile, Maggio prima dell’emergenza

Il Presidente FCP Massimo Martellini inizierà a brevissimo una fase di verifica sia con AC Nielsen sul tema pubblicazione del dato con un mandato ampio di tutti i mezzi rappresentati in FCP chiedendo a Nielsen di pensare alle possibili soluzioni tecniche, che con Replay per le necessarie valutazioni da adottare anche per gli Osservatori FCP.

Non vengono discussi argomenti aggiuntivi e alle ore 11:00 circa la riunione ha termine.

Massimo Martellini Donatella Sciacca

Presidente FCP Segreteria FCP