

I.

SEDUTA ANTIMERIDIANA DI MARTEDI' 9 OTTOBRE 1973

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE CARIGLIA

Segue:

INDAGINE CONOSCITIVA DELLA
II COMMISSIONE PERMANENTE

*(Affari della Presidenza del Consiglio -
Affari interni e di culto - Enti pubblici)*

VI LEGISLATURA

N. 25 — PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE
IN ITALIA A MEZZO STAMPA

La seduta comincia alle 9,45.

PRESIDENTE. A nome mio personale e della Commissione saluto il dottor Granzotto ed i componenti la giunta esecutiva della Federazione nazionale della stampa italiana, che hanno cortesemente aderito al nostro invito.

GRANZOTTO, Presidente della Federazione italiana editori di giornali. Ringrazio il Presidente ed i membri della Commissione. Mi sia concesso presentare i colleghi con me intervenuti: sono Pelloni, presidente della categoria giornali quotidiani a diffusione nazionale e regionale; Rizzoli, presidente della categoria periodici; Pelizzari, presidente della categoria giornali quotidiani di provincia; Corradini, membro del consiglio federale della FIEG; Benigni, membro del consiglio federale della FIEG; Lupetti, segretario generale della FIEG e Zingoni, dirigente dell'ufficio sindacale della FIEG.

PRESIDENTE. Desidero, all'inizio dei nostri lavori, richiamare l'attenzione di tutti gli interessati sull'opportunità che, durante il periodo dell'indagine, non vi siano prese di posizione, ed atteggiamenti aventi come scopo quello di influire sulla indagine stessa. Intendo dire che, in nessun caso, dobbiamo essere distolti dall'obiettivo che ci siamo prefissati; faccio pertanto appello al senso di responsabilità di tutti per quanto riguarda l'atteggiamento che dovrà essere tenuto nei confronti di quanto verrà detto in quest'aula.

Soltanto alla fine dell'indagine potremo trarre delle conclusioni, non prima; ecco perché auspico che si possano condurre i lavori senza essere minimamente influenzati.

GRANZOTTO, Presidente della Federazione italiana editori di giornali. Se mi è consentito - visto che è questa la prima audizione dedicata alla indagine sulla stampa - desidero porre al presidente un quesito che si ricollega a quanto detto prima; mi riferisco al fatto che proprio pochi mi-

nuti fa ci è stato chiesto da alcuni rappresentanti della stampa se, all'uscita da quest'aula, avremmo rilasciato qualche dichiarazione. Io ho risposto che si trattava di un quesito da porre al presidente della Commissione, e che noi ci saremmo attenuti alle sue decisioni. Però - e questo è ovvio - se qualcuno farà delle dichiarazioni, le faremo anche noi.

PRESIDENTE. Se chi partecipa alle nostre riunioni ritiene di comunicare quanto ha detto in quest'aula non possiamo impedirlo. Non si tratta di una inchiesta.

Do ora la parola al dottor Granzotto, presidente della Federazione editori di giornali.

GRANZOTTO, Presidente della Federazione italiana editori di giornali. Onorevole presidente, cercherò, nei limiti del possibile, di essere succinto. Abbiamo provveduto a far pervenire alla Commissione un documento generale concernente i problemi della stampa (da qualcuno è stato chiamato « libro bianco », anche se per la verità la sua copertina è gialla) e vi si fa cenno al problema del prezzo dei giornali.

Una parola di premessa per quanto riguarda la Federazione che io rappresento. Essa comprende tutti gli editori dei quotidiani italiani (le testate sono 76), dall'*Unità* alla *Notte*, tanto per fare qualche esempio. Si tratta dunque di una associazione di editori nella loro veste di soggetti della libertà di stampa (e non oggetti), in quanto l'esercizio di questa libertà dipende dalla loro volontà di dar vita ad una impresa e dal loro pieno diritto di esercitare la libertà di stampa.

Inizierò questo mio intervento con una nota lieta. Dirò, infatti, che nel corso dell'ultimo anno, cioè dall'ottobre scorso (Olimpiadi di Monaco per dare un punto di riferimento), la tiratura e la diffusione della stampa in Italia hanno subito un costante incremento; un incremento in misure sconosciute dall'inizio del dopo guerra. Esso si aggira su una percentuale non inferiore al dieci per cento; si tratta di un fenomeno che investe tutti i quotidiani italiani. Si

è passati, quindi, da una diffusione di 6 milioni e mezzo a 7 milioni di copie. È la prima volta che ciò si verifica, ripeto, e si tratta di un dato importante e confortante.

Ma il dato positivo si trasforma immediatamente in dato negativo, perché essendo i giornali italiani venduti largamente sotto-costo, per ogni copia venduta in più il loro *deficit* aumenta, e l'incremento di diffusione non si traduce in un logico vantaggio, ma in un illogico svantaggio. Ciò avviene perché in Italia — unico paese in Europa — il prezzo di vendita del giornale è un prezzo politico.

Vorrei attirare l'attenzione degli onorevoli commissari su questo elemento perché esso costituisce il punto di partenza di tutto il nostro discorso e di tutti i problemi che solleveremo. Dunque il giornale in Italia è sottoposto ancora ad un prezzo politico che non può essere modificato se non con una decisione politica la quale troppo spesso prende, o rischia di prendere, l'aspetto di una concessione politica. Noi ci eravamo abituati a vivere in questo assurdo regime di vincolo e sosteniamo che questa è la ragione non unica ma certo fondamentale della crisi dei quotidiani, oltre che costituire un evidente anacronismo verso il dettato costituzionale della libertà di stampa. Io credo che tutti coloro che hanno a cuore questa libertà e la intendono rivendicare e difendere appoggeranno senza discriminazioni di sorta la nostra battaglia per la liberalizzazione del prezzo del giornale quotidiano da ogni condizionamento politico.

Del resto i due problemi, della libertà della stampa e dell'informazione da un lato e della crisi economica dei quotidiani dall'altro, non sono distinti ma connessi l'uno con l'altro. Non può esserci libertà di stampa, nel senso di indipendenza politica nel far udire la propria voce, senza la indipendenza economica dei veicoli che la debbono comunicare. Parlare di libertà di stampa senza preoccuparsi di risolvere prima i problemi della indipendenza economica dei giornali è fare della pura retorica, come si è fatto negli scorsi anni, e non credo che questa sia la volontà di questa Commissione.

Il perché del valore determinante del prezzo del giornale è nel contesto della crisi che colpisce la stampa quotidiana. L'ultima volta che la Commissione centrale dei prezzi, come organo tecnico, si è occupata del problema (nel maggio scorso), ha valu-

tato il costo reale di una copia di quotidiano mediamente in 131,50 lire. Oggi i quotidiani vengono venduti a 90 lire, con un ricavo netto per l'editore, dopo le detrazioni delle percentuali fisse ai rivenditori, di 67,50 lire. Cioè i giornali quotidiani oggi sono venduti in Italia a 64 lire in meno di quanto costano, meglio di quanto costavano in maggio. È vero che interviene poi a migliorare questo squilibrio disastroso la pubblicità. Però ha anch'essa i suoi costi, e per ricavare 64 lire di pubblicità, per colmare il passivo tra spese ed entrate, occorre produrre pubblicità almeno per 80-90 lire per ogni copia di giornale prodotto: e questo è uno sforzo che oggi praticamente nessun quotidiano è in grado di sopportare, tenendo conto che si deve moltiplicarlo per il numero di tutte le copie della sua tiratura, con un impegno di produzione pubblicitaria che è direttamente proporzionale all'entità della dimensione dell'azienda.

Ogni 10 lire di aumento del prezzo di vendita (che si riducono a 7,50 lire di introito per quella detrazione dei costi fissi di distribuzione) significano in un anno circa 15 miliardi di entrate in più per l'insieme dei quotidiani italiani. Se il prezzo di vendita fosse libero, e fosse stato libero negli anni passati, noi riteniamo che oggi i giornali quotidiani sarebbero venduti almeno a 120 lire; e ciò coerentemente con le indicazioni della commissione centrale dei prezzi e con il prezzo di vendita liberamente fissato dai periodici, che hanno oggi un prezzo medio di 300 lire. Ora non è sostenibile che il contenuto del periodico valga tre volte di più il contenuto di un quotidiano.

Dalle 90 lire di oggi alle 120 lire che il quotidiano varrebbe se il prezzo non fosse stato bloccato, vi sono 30 lire. Esse rappresentano un volume di 45 miliardi di introito in più. L'attuale *deficit* dei quotidiani italiani nel loro insieme va valutato intorno ai 36-38 miliardi. Se il prezzo invece di essere politico e bloccato fosse stato libero i quotidiani italiani non sarebbero oggi sommersi dai debiti, in stato di collasso e di liquidazione come lo sono per la maggior parte, ma potrebbero vivere e prosperare e trovare un margine di reddito indispensabile al rinnovamento tecnologico e agli investimenti che oggi sono assolutamente impossibili e neanche ipotizzabili. Questo è un altro elemento della crisi dei quotidiani. Tutto questo significa che non vi sarebbero giornali alla ricerca di nuove e

diverse partecipazioni azionarie, che la loro vita non dipenderebbe più da interventi di forze finanziarie che possono permettersi il lusso di perdere molti o pochi miliardi; la loro indipendenza sarebbe in grado di difendersi da qualunque intervento politico di soccorso, non sarebbero più necessarie articolazioni di veri e propri aiuti di Stato che gli editori di giornali sono portati a respingere come vincolo alla loro libertà. Ed anche tutti i temi di dibattito e di dissenso sulla concentrazione e pluralità necessaria alle testate verrebbero non dico a cadere, ma a perdere quella drammaticità che hanno ora. Di più, aumenterebbe positivamente la possibilità di vita di testate nuove.

Non nascono nuovi quotidiani in Italia da oltre un decennio e noi stiamo disputandoci vecchie frontiere, come se il mondo dell'informazione dovesse restare confinato in questa area ristretta e insufficiente. Noi siamo i primi, come editori, a volere che non solo i grandi poteri industriali, ma associazioni politiche, gruppi di cittadini, movimenti culturali, cooperative di giornalisti, le regioni, i partiti nella loro articolazione più genuina e spontanea, vengano alla ribalta dell'informazione quotidiana. E così gli editori che vogliamo chiamare puri, vale a dire non condizionati da altre attività prevalenti. Essi sono la maggioranza nelle altre associazioni di stampa all'estero, mentre in Italia sono ormai quasi introvabili, si sono ristretti come una pelle di zigrino, travolti da una crisi che dura da 10 anni, senza speranza di soluzioni future. Riprendendo il filo di questo argomento, noi diciamo dunque che lo sblocco del prezzo politico è la soluzione più rapida, pronta ed efficace per portarci fuori dall'abisso in cui rischiamo di sprofondare definitivamente. Non risolveremmo nulla limitando, condizionando o discriminando quel poco che è rimasto; mentre potremmo nutrire tutte le speranze allargando l'orizzonte che oggi appare sbarrato. Cogliamo quest'occasione, che per noi è la migliore, per rivolgere tale appello alle forze politiche.

Molte volte, nelle nostre assemblee, abbiamo udito amare proteste, e molti hanno espresso questo concetto: il potere politico non ci aiuterà mai a superare la crisi, perché la sua volontà è di tener agganciata la stampa quotidiana alle sue difficoltà; al fine di toglierle, con l'indipendenza economica, anche quella politica. Io a questa tesi non credo, e l'ho apertamente dichiarato in più

occasioni. Ma sta alle forze politiche dimostrare che si tratta di un falso sospetto: se il prezzo politico verrà tolto, nessuno potrà più dubitare della buona volontà del Governo e dei partiti, ma se esso verrà conservato, il sospetto diventerà purtroppo una realtà.

Per non incorrere in equivoci, vorrei fare qualche ulteriore precisazione. Noi non affermiamo che tutto dipende dallo sblocco del prezzo politico, ma che ogni altra necessaria soluzione dipende in primo luogo da tale sblocco: fin quando non avremo abolito il prezzo politico, sarà ozioso parlare di altri rimedi, dal momento che l'indipendenza economica è il punto di partenza per ogni discorso di pluralità e di libertà. In secondo luogo desidero dire che noi chiediamo l'abolizione del prezzo politico, ma non per giungere ad un prezzo libero e concorrenziale; la volontà espressa molto chiaramente dagli editori durante le loro riunioni è in favore di un prezzo concordato, che sarà accettato da tutti come prezzo unitario. Ripeto che noi siamo l'unico Paese in Europa ad avere ancora questo residuo medievale, antidemocratico, illiberale ed in contrasto con la Costituzione, laddove essa parla di libertà di stampa. Tanto che noi siamo disposti, su questo punto, ad adire la Corte costituzionale ove fosse necessario, dal momento che ci chiediamo: è libera una stampa costretta a vendere sotto costo i suoi prodotti, e a chiudere in passivo i suoi bilanci? Non c'è dubbio sulla risposta a questa domanda, né sui mezzi cui conviene ricorrere, ancor prima che questa indagine si concluda. Io mi permetto di avanzare una proposta all'onorevole Presidente ed ai membri di questa Commissione, a proposito del prezzo dei quotidiani; da due anni e mezzo abbiamo chiesto di portare il prezzo da 90 a 100 lire (il che sarebbe anche una comodità per chi acquista il giornale, poiché spesso non riceve le 10 lire di resto), e durante tutto questo periodo il Governo non meno di nove volte ci ha risposto di noi, pregandoci di attendere, ora perché c'era una certa incidenza sulla congiuntura, ora perché non era il momento, ora per altri motivi; nove volte il Governo, facendo uso del suo potere politico, ci ha detto di no. Ora pensate cosa significa aver fatto una richiesta del genere da due anni (per un aumento di 10 lire) e rischiare di ottenere l'aumento non certo dal prossimo 1° novembre, ma magari dall'anno venturo: che

cosa sono le 100 lire richieste alla fine del 1971, paragonate con quelle che saranno ottenute nel 1974? Una tale concessione non avrebbe più senso, e mi domando se dovremo aspettare forse altri due anni e mezzo per ottenere un ulteriore aumento di 10 lire. A quel punto, forse, voi vi curverete con molto affetto sul malato, che però, intanto, sarà già morto e sepolto. Ecco perché pensiamo che esistano alcuni tipici provvedimenti, che noi chiediamo vengano presi subito, ancor prima che si sia conclusa quest'indagine, e non appena avrete orientato i vostri pensieri.

C'è anche un altro problema da prendere in considerazione. Noi tutti abbiamo visto con piacere aumentare la tiratura dei quotidiani: siamo contenti di quest'impetuoso crescere della diffusione della stampa italiana (fenomeno del quale potremmo forse discutere anche le cause, dal momento che abbiamo cercato di comprenderle). Ma un tale aumento come prima conseguenza porta all'aumento del *deficit*, e come seconda ad un maggior consumo di carta, ed è proprio su quest'ultimo fenomeno che desidero attirare la vostra attenzione. La scarsità di carta è cosa generale: il 2 ottobre scorso i nostri fornitori cartai, produttori di carta per giornali quotidiani (sono in tutto sette-otto) ci hanno comunicato nel modo più angosciato, ma anche più preciso, che non sono più in grado di poterci fornire ogni mese, tutti insieme, più di 210 mila quintali di carta. Ora, i 76 quotidiani italiani consumavano fino al 1971 complessivamente 200 mila quintali di carta: oggi questi quotidiani hanno bisogno di 250 mila quintali, sia per l'aumento della tiratura, sia per l'aumento del numero delle pagine di cui sono attualmente composti i quotidiani. Dopo questa comunicazione dei cartai, noi dobbiamo trovare gli altri 40 mila quintali di carta di cui abbiamo bisogno - e rapidamente, se non vogliamo giungere all'unica conclusione di questo discorso, che, cioè, sia necessario razionare il numero delle pagine dei quotidiani italiani. Sarebbe un'evenienza del tutto negativa, in questo momento di crescita e di diffusione della stampa italiana: un'evenienza, quindi, da scartare. Ma vorrei ora soffermarmi un po' sulle cause di questa situazione. Dal dopoguerra ad oggi si è creato in Italia un monopolio della fornitura di carta da quotidiani, ed il mercato di questo tipo di carta è completamente legato alla produzione nazionale. Sono vari i motivi - sarebbe inutile ora esaminarli -

che hanno condotto a questo, fino al limite che i cartai italiani ad un certo momento addirittura producevano più carta di quella che potevano esitare sul mercato italiano, ed avevano pertanto da affrontare anche loro dei grossi problemi. Noi dal nostro canto abbiamo ricevuto da questa condizione alcuni vantaggi: c'è una certa comodità a fornirsi della carta in Italia, si ha sicurezza di fornitura, brevità di trasporti, possibilità di formarsi delle scorte. Rimaneva il problema del prezzo: poiché noi non abbiamo in Italia le materie prime necessarie alla produzione di carta, il prezzo di quest'ultima era in Italia superiore a quello praticato sul mercato mondiale. Interveniva allora l'Ente cellulosa, con integrazioni al prezzo che gli editori pagavano ai cartai italiani. Fino al 1972 e all'inizio del 1973, gli editori italiani di quotidiani pagavano la carta intorno alle 112 lire al chilo, e l'Ente cellulosa forniva le altre 10-12 lire al chilo per giungere al prezzo di 124 lire richiesto dai cartai italiani. (Do delle medie molto generali, soltanto indicative, e ricordo che in quel periodo il prezzo della carta sul mercato mondiale era di circa 100 lire il chilo: ma da noi si dovevano mantenere in occupazione gli operai delle cartiere ed in vita il complesso delle cartiere stesse). Nel 1973 è esploso il prezzo della carta sul mercato mondiale; sono saliti i prezzi delle materie prime, della cellulosa, delle paste, e la situazione per i cartai italiani è diventata insostenibile. Il prezzo della carta è oggi di oltre 150 lire ed i cartai, in due fasi successive, hanno chiesto un aumento di 30 lire. Noi certamente in questo momento non possiamo dare nemmeno una lira. Lo potremmo fare se si aumentasse il prezzo del giornale, ma non si potrebbe comunque mai parlare delle 30 lire di cui hanno bisogno. Allora i cartai faranno altre produzioni, non faranno più la carta da giornale, e noi dove la prenderemo, dato che sui mercati esteri nella attuale congiuntura non se ne trova più?

Pertanto, o i giornali italiani usciranno con un numero ridotto di pagine, o non usciranno più per niente, o pagheranno il giusto prezzo della carta in Italia, con conseguenze micidiali per i loro bilanci.

Abbiamo chiesto al Presidente del Consiglio di prendere a cuore la questione, affinché il Governo intervenga quanto prima per integrare l'attuale prezzo della carta: in modo che i giornali non subiscano ulte-

riori aggravati, ed i cartai abbiano il loro giusto compenso. Potremmo aumentare la nostra quota di importazione nell'ambito del MEC portandola a 50 mila tonnellate (il Ministro dell'industria si è già interessato della cosa), ma sono operazioni possibili soltanto in teoria perché la carta all'estero, ripeto, non si trova; il discorso potrebbe sortire qualche risultato tra un anno quando il malato, seguendo il normale decorso della malattia, sarà arrivato alla estrema unzione. Questo il primo problema. Il secondo, è trovare rapidamente il canale giusto per compensare la differenza tra il prezzo del giornale ed il prezzo della carta che i cartai richiedono.

Come ho già detto, i cartai hanno chiesto 30 lire in più, il che vuol dire in un anno 9 miliardi; gli editori, se il prezzo del giornale verrà portato a 100 lire, potranno dare ai cartai 5 lire in più, e i miliardi di differenza si ridurranno a 7 e mezzo. Il problema è grave, e lo sottoponiamo alla vostra attenzione assieme a quello del prezzo politico.

La soluzione di entrambe le questioni non dovrebbe seguire i vostri lavori, ma precederli, altrimenti sarà troppo tardi.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Granzotto per l'ampia esposizione. Prima di dare la parola ai colleghi, desidero ricordare come, in sede di ufficio di presidenza, quando abbiamo affrontato questo tema, numerosi problemi sono stati espressi relativamente al secondo punto del nostro schema, riguardanti, cioè, le società editoriali e le loro proprietà.

A questo proposito, pur sapendo che esistono pubblicazioni dalle quali si evince il tipo di proprietà, al fine di rendere la cosa più esplicita, lei ritiene ci possa essere un modo di conoscere la effettiva proprietà dietro una testata?

GRANZOTTO, Presidente della Federazione italiana editori di giornali. Si tratta di un quesito che ci siamo posti anche noi. Io personalmente ho molti dubbi. Quello che è certo è che la Federazione non conosce esattamente le effettive proprietà dei giornali. Ciò che in proposito sappiamo è ciò che tutti sanno, cioè che esistono società anonime composte da un certo pacchetto di azioni; e fino a che non ci sia una apposita legge di carattere generale, non credo si possa venirne a capo. Ciò che è palese è la composizione dei consigli

d'amministrazione. È questo l'unico modo che abbiamo di sapere qualcosa.

Facciamo un caso pratico: sappiamo bene - ad esempio - qual è la proprietà del *Corriere della sera*, poiché i reali proprietari sono direttamente rappresentati nel consiglio d'amministrazione. In altri casi si possono avere dei dubbi, ma in che modo possiamo chiarirli?

PRESIDENTE. Altra domanda che emerge dallo schema è quello sulla concentrazione delle testate. Non vogliamo dare attraverso le domande delle risposte di natura politica, ma volevamo sapere se la concentrazione delle testate, dal punto di vista puramente gestionale, comporta la riduzione dei costi, oppure se è operazione che si svolge anche per altri fattori.

GRANZOTTO, Presidente della Federazione italiana editori di giornali. Bisogna intendersi sulla terminologia. Non vi è concentrazione delle testate perché negli ultimi tempi il numero di esse non è diminuito. Vi è stata solo una concentrazione di partecipazioni azionarie nelle varie testate.

Si parla del *Telegrafo*. Era un giornale passivo, ed è stato tenuto in vita senza fonderlo con altri, anche se vi sono difficoltà sia da parte degli editori sia dei lavoratori. Noi, se possiamo, cerchiamo di non fare morire le testate e in linea generale ci riusciamo.

Il presidente mi chiede se esistono fattori economici e politici nelle concentrazioni di partecipazioni azionarie: la tendenza del mondo editoriale degli altri paesi industrializzati è quella della concentrazione azionaria delle testate per consentire una gestione economica, come avviene in Inghilterra, negli Stati Uniti e in Francia. In Francia i veri editori di quotidiani sono circa 12 mentre le testate sono 82, e ciò perché è stato necessario allineare certi giornali di provincia lungo un'unica matrice. Ma anche da noi esiste il problema economico, e sempre più esisterà quanto più i giornali saranno venduti sotto costo. Se questa incidenza passiva dovesse divenire ancora più grave è logico che alcuni giornali pur di continuare a vivere cercheranno qualcuno che li compri. L'intervento può anche avere ragioni politiche, ma la ragione iniziale è sempre economica. E se possono esservi anche interessi di diversa natura sta a noi ridurli al minimo toglien-

do tentazioni e necessità di offrire in vendita questi giornali.

Altro punto. Diciamo subito che non esiste in Italia un quotidiano che non venda meno del 70 per cento della tiratura nella sua regione. *La Stampa* vende l'80 per cento delle copie in Piemonte e solo quel che resta entra nella cosiddetta distribuzione nazionale; anche *Il Messaggero* a Milano vende all'incirca 500 copie. Molti giornali sono addirittura concentrati nella loro provincia, e le leggi della loro diffusione sono dettate dagli spazi vuoti degli altri. *Il Corriere della sera* concentra in Lombardia il 70 per cento delle sue vendite, ma nelle province lombarde che hanno un quotidiano locale, come Brescia, Bergamo, Mantova, Cremona, Varese, *Il Corriere* passa al secondo posto nelle vendite. La configurazione dei giornali in Italia è territoriale. Intorno a Roma, in Umbria ed in Abruzzo, vi sono zone senza quotidiani dove arriva il giornale di Roma, della Toscana o della Romagna. Così nel sud, come in Calabria dove il recentissimo giornale locale non ha ancora raggiunto una larga diffusione mentre si vendono ancora *La gazzetta del mezzogiorno* o *la Gazzetta del sud*. Le poche eccezioni a questa regola sono costituite dai maggiori giornali che a costo di grandi spese per la diffusione fuori zona hanno un certo margine di presenza nazionale: ma in ogni caso si tratta di un margine modesto.

PRESIDENTE. L'intenzione della Commissione era di avere un rapporto fra la territorialità delle testate e la gestione aziendale, cioè sapere in che misura le testate minori sono, dal punto di vista della gestione, più o meno deficitarie rispetto alle grandi testate o viceversa.

GRANZOTTO, Presidente della Federazione italiana editori di giornali. La misura è in rapporto alla dimensione dell'azienda. Ciascun giornale sa a quali lettori si rivolge sia nell'ambito territoriale, sia nell'ambito delle loro tendenze sociali (non voglio dire politiche). A questo proposito, devo aggiungere che non credo al concetto di servizio pubblico dell'informazione, nel senso di attribuire ad ogni impresa editoriale le responsabilità di un interesse sociale generale; si può concepire, appunto, il concetto di servizio pubblico come interesse globale, ma ogni singola azienda non lo può rappresentare in questi termini ampi e completi, operando in un settore limitato

— e ben limitato — del servizio informativo. Il giornale di Brescia, per esempio, avrà come obiettivo il pubblico di quella città, di cui conosce le abitudini, il tipo di notizie che desidera, e così via. Si rivolgerà, insomma, ad un pubblico con un certo indirizzo nel senso dell'impatto sociale, e non servirà pubblicamente che quel determinato settore.

Accade così che se le ambizioni di un giornale sono maggiori di quelle che gli sono consentite per la propria stessa struttura, e se gli errori di interpretazione nei confronti del pubblico cui si rivolge saranno rilevanti, le spese a cui andrà incontro saranno tali da porlo senz'altro in difficoltà, e ciò indipendentemente dalle sue dimensioni. Se invece gli orientamenti e gli obiettivi sono conformi alle esigenze del pubblico, i giornali piccoli possono vivere meglio di quelli di grande tiratura. In questo tipo di scelte, essenziali per i risultati da ottenere, sta la funzione insopprimibile dell'editore. Soltanto questi può assumersi il compito definitivo della decisione. Ciò spiega perché in Italia esiste solo una cooperativa di giornalisti che amministra un giornale (*la Gazzetta di Mantova*); in Francia vi è *Le Monde* che ha questo tipo di conduzione, ma la sua piattaforma di partenza era molto diversa da ciò che sarebbe oggi. Ci sono stati dei casi, in Francia, in cui cooperative di giornalisti sono fallite dopo soli due mesi di gestione. Non dimentichiamo che la responsabilità della gestione deve essere affidata a persone professionalmente preparate, cioè agli editori: che sono un soggetto della libertà di stampa, come ho avuto modo di dire, e ai quali non può venire imposto un modo di gestire il giornale che contraddica a questa loro libertà di scelta. Non possono esistere padroni della libertà di stampa.

ZAMBERLETTI. È evidente che il problema del prezzo politico del giornale costituisce una delle ragioni di crisi dei quotidiani, soprattutto per quanto concerne la libertà di stampa e l'autonomia delle aziende giornalistiche. Tuttavia vorrei far rilevare che questo problema della crisi è mondiale e non soltanto italiano, cioè di tutti i paesi occidentali. Del resto anche il Consiglio d'Europa si sta occupando della questione non soltanto riguardo alla fusione delle testate, ma anche con riferimento ai gruppi che controllano le varie aziende editoriali. In un volume uscito recentemente

in Francia ad opera di Jean Louis Servant-Sreiber si dice che il fenomeno che più si evidenzia è quello che nelle aziende editoriali tendono ad essere collocati interessi esterni alla vicenda editoriale stessa, e che questi interessi molto spesso finiscono per determinare scelte ed indirizzi.

Come ho detto, si tratta di un fenomeno mondiale. Quindi, è necessario cercare di risolvere nel modo migliore il problema; l'elemento prezzo ha certamente la sua importanza, ma non risolve tutti gli altri problemi delle aziende: costituisce, comunque, un passo avanti importante. Prendiamo, per esempio, il caso del *Telegrafo* e del *Giornale d'Italia*, appartenenti ad una stessa azienda; forse il *Telegrafo* ha un passivo inferiore all'altro giornale, ma questo si stampa a Roma, e ciò può costituire un altro elemento di valutazione.

Vorrei sapere, quindi, dal dottor Granzotto che cosa ci può dire su questo fenomeno della presenza di gruppi di interessi che sono al di fuori del settore editoriale.

Un'altra domanda riguarda il prezzo concordato. Ciò significherebbe un aumento di tutti i quotidiani, senza alcuna libertà e senza riferimento alla quantità. È stato detto che, almeno in generale, l'informazione costituisce un servizio pubblico, ma anche i trasporti sono un servizio pubblico, eppure il loro costo è graduato alla loro funzione. Non c'è dubbio che l'equilibrio economico di un giornale e il suo costo dovrebbero essere graduati in questo modo, e non decidere un aumento per tutti dall'alto. Tutto questo non potrebbe costituire degli svantaggi per la stampa minore? I giornali minori potrebbero realizzare un equilibrio anche senza un aumento che invece è necessario per gli altri giornali?

Da qualche tempo a questa parte si è parlato di inserire dei rappresentanti dei poligrafici e dei giornalisti nei consigli di amministrazione. Come giudica il dottor Granzotto questa proposta?

L'ultima domanda è questa: vorrei dei dati sulle aziende editoriali in attivo oggi e conoscere quali sono i problemi di equilibrio interno e le condizioni ottimali che consentono questo attivo.

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Comincerò a rispondere alla quarta domanda che riguarda le aziende editoriali oggi in attivo. Non so con esattezza quanti quotidiani ita-

liani siano oggi in attivo, certamente però si contano sulla punta delle dita. Di più, tengo a dire che l'attivo di questi quotidiani è così lieve che se i loro proprietari depositassero in un conto corrente in banca i denari che hanno investito nel giornale, certamente e riceverebbero un profitto molto maggiore. Nessun giornale oggi è in grado di finanziare i suoi rinnovamenti tecnologici. Quando si dice che *Il Corriere della Sera* ha necessità di investire venti miliardi per rinnovamenti tecnologici, si deve aggiungere che questi miliardi deve trovarli, perché non gli possono certo venire dall'utile dell'azienda: come dovrebbe essere, e come invece non è. So di un giornale, il *Secolo XIX* di Genova, che è in attivo perché non fa l'edizione del lunedì, una edizione per tutti disastrosa in quanto viene a costare da sola circa un terzo del costo totale. Non è un problema di dimensioni, lo dicevamo prima. I costi di un giornale piccolo e di un giornale grande sono commisurati alla loro ampiezza; all'interno di questa ampiezza vi possono essere introiti maggiori o minori, a fianco di spese altrettanto maggiori o minori. Ma nell'insieme, proprio perché il prezzo di vendita è sottocosto, i bilanci non riescono più ad essere salvati; e quei pochi giornali che, per le ragioni più diverse, hanno qualche attivo, lo hanno di minima misura, inferiore come si è detto a quello che si otterrebbe depositando in banca l'equivalente del capitale: il che costituirebbe una rendita parassitaria, che nessuno di noi vuole sostenere.

Per quanto riguarda le rappresentanze dei giornalisti e dei tipografi, vi sono oggi in ogni giornale italiano due organismi, il comitato di redazione e il comitato di azienda. In Europa siamo quasi gli unici ad avere questi due tipi di rappresentanza. In Francia infatti vi sono le *sociétés des redacteurs*, che sono un specie di surrogato dei nostri comitati di redazione. Si sono formati perché in Francia i rapporti dell'editore sono con l'insieme di tutti i dipendenti, giornalisti e tipografi in una unica rappresentanza sindacale. Per questo i redattori hanno voluto formare un loro organismo, che è ancora impreciso sul piano sindacale. In Italia oggi nelle aziende editoriali i rapporti con le categorie di dipendenti sono le più ampie che esistano in ogni altro confronto straniero. (La legislazione sindacale italiana in materia è la più avanzata d'Europa). Da alcuni dibattiti che

si sono svolti sono emerse alcune proposte, come per esempio quella di imporre una certa composizione dei consigli di amministrazione, ovvero il principio della immutabilità della linea politica del giornale dal momento in cui nasce. Noi riteniamo che tipi di imposizione di questo genere urtano contro la vigente condizione giuridica e soprattutto contro le garanzie costituzionali. La libertà di stampa è tutelata costituzionalmente anche per gli editori. Su questi punti abbiamo compilato una memoria.

Rispondo per quanto riguarda il prezzo. Quando avremo la liberazione dal prezzo politico, saremo come un paese che si è liberato non dico da una dittatura, ma da una condizione molto avvilente, perché dovrete sapere che cosa significa per due anni e mezzo chiedere a più riprese al Governo l'autorizzazione per l'aumento di 10 lire e sentirsi sempre dire di no. L'istinto, la reazione prima degli editori sarebbe che, se il primo di novembre ci si rifiutasse di nuovo l'aumento, il 2 novembre aumenterebbero essi stessi il prezzo, lasciando poi al Governo la facoltà o di sospendere le pubblicazioni di tutta la stampa italiana, oppure di regolarizzare la situazione. Ma si tratta soltanto di una reazione istintiva. Ora noi vogliamo uscire al più presto da condizioni di questo tipo e pensiamo di poterci arrivare per gradi. In un primo momento siamo tutti d'accordo di accettare un prezzo che valga per ogni testata e che sia concordato con la commissione dei prezzi, cioè sia un prezzo tecnicamente concordato e accettato da tutti. Escludiamo che si possano stabilire prezzi volontari al di sotto di un minimo comune, perché un giornale molto potente e ricco potrebbe essere venduto alla metà degli altri e questa sarebbe una concorrenza sleale; mentre non è dannoso che un giornale venga venduto ad un prezzo superiore se ha più materiale. Lei, onorevole Zamberletti, dice che la crisi è in tutto il mondo. Certo, è in tutto il mondo, ma ha manifestazioni diverse e fattori diversi. Uno dei nostri fattori, che altri non hanno, è il prezzo politico e finché lo manterremo non potremo partire da un ragionamento coerente.

Mi sono guardato dal dire che questo sia l'unico modo di risolvere il problema; ma è certo il modo che deve precedere tutti gli altri. Forse, quando avremo risolto questo punto di partenza, che sta a monte di

tutto, a valle ci troveremo in condizioni analoghe e simili a quelle di altri paesi nei quali la crisi dell'informazione esiste.

Io conosco bene il libro di Servan-Schreiber, ma occorre anche guardarsi da certe generalizzazioni. Noi abbiamo dei contatti molto frequenti con gli editori tedeschi, inglesi, francesi e possiamo quindi dire con conoscenza dei fatti che in questi paesi la situazione non è così drammatica come da noi - a parte la carenza della carta, che è problema comune (gli editori inglesi si domandano se non sia il caso di razionare il numero delle pagine dei quotidiani). La situazione esistente nel nostro paese si distingue per la sua particolare gravità.

Per quanto riguarda gli editori puri (coloro cioè che scelgono l'attività editoriale e praticano solo quella), posso dire - e questo l'abbiamo notato anche ai raduni europei ed ai congressi della federazione mondiale delle associazioni degli editori - che noi siamo probabilmente il paese che ha meno editori puri: da noi si contano infatti sulle dita e tutti loro che sono presenti ne conoscono i nomi.

Vedendo i problemi che affliggono gli altri paesi, non è che noi ce ne rallegriamo, né pensiamo che saremo salvi quando riusciremo a raggiungere le condizioni degli altri Stati: la salvezza si raggiunge per gradi, e se non conquistiamo il primo, a che serve dilungarci sugli altri successivi? Ecco perché ho insistito sull'eliminazione del prezzo politico dei quotidiani, che se non è l'unico modo per definire i problemi della stampa, è però quello indispensabile per cominciare a risolverli.

COTTONE. Abbiamo compreso che la crisi della stampa dipende largamente dalla difficoltà di fronteggiare la situazione costri-cavi esistente nelle aziende editoriali, legata al permanere del prezzo politico dei quotidiani: si è parlato di un prezzo che potrebbe essere concordato, affrontando quelle difficoltà che sono state già accennate, ma che sarebbero tecnicamente risolvibili. Poiché però sembra che una tale crisi sia un problema universale, avete notizie di quali ne siano i motivi in paesi ove non esiste prezzo politico, ma certamente un prezzo concorrenziale, e quali soluzioni siano state concepite in questi altri paesi, in modo da poter adottare quelle misure che possano risultare efficaci per noi, prendendo il meglio delle altrui esperienze?

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Lei sa che Servan-Schreiber individua nella televisione e nelle poste i due motivi fondamentali della crisi. Quando pensiamo alle poste, ci viene veramente un po' da sorridere, ricordando che in Italia gli editori di quotidiani non hanno neppure preso in considerazione l'ipotesi di allargare l'area ristrettissima degli abbonamenti postali, date le condizioni delle poste italiane. Gli abbonamenti che si fanno sono di cortesia. Invece, negli altri paesi dove le poste funzionano un po' meglio che da noi, quando il servizio postale per gli abbonamenti non si è più svolto regolarmente si sono registrati dei danni notevoli: in Scandinavia esistevano giornali che vivevano soltanto con gli abbonamenti, per cui quando è venuta meno la possibilità di fare corretti abbonamenti postali, certe imprese sono crollate. Per i periodici è diverso. Già l'arco di distribuzione utile è più ampio. Nonostante ciò, in molte famiglie che sono abbonate al *Radiocorriere*, il giornale arriva il giorno dopo la fine della settimana cui il periodico si riferisce con i suoi programmi.

La crisi si attribuisce anche alla televisione — tema molto importante, di cui avremo occasione di discutere in altre riunioni. La presenza della televisione in realtà si fa sentire non soltanto per l'incidenza pubblicitaria, ma anche per la concorrenza che fa ai quotidiani. Da noi questa concorrenza non è così evidente come in altri paesi, in cui la televisione mandando in onda giornali d'informazione molto esaurienti, riesce veramente a sottrarre importanza ai giornali. Per quanto riguarda l'Italia, abbiamo notato che dopo l'introduzione del telegiornale delle 13,30 la vita dei nostri quotidiani del pomeriggio è diventata pressoché impossibile.

COTTONE. Mi sembra però che questo sia in leggera contraddizione con quanto è stato qui detto poco fa, cioè che è aumentata la tiratura. Un tale aumento comunque ma lo spiego pensando che il giornale non è soltanto uno strumento d'informazione, ma anche d'istruzione e di educazione, e può quindi tener testa alla concorrenza della televisione.

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Non vedo la contraddizione: Servan-Schreiber dice che i motivi della crisi della stampa sono

le poste e la televisione, ma io non ho detto che gli altri paesi hanno la nostra televisione: se l'avessero, forse le loro condizioni di crisi sarebbero diverse. Del resto, l'aumento della tiratura dei giornali in Italia si è verificato in coincidenza col peggioramento dei servizi informativi della televisione, quindi, ripeto, non c'è contraddizione nelle mie osservazioni. La situazione delle poste e della televisione incide anche da noi sui problemi della stampa: quella delle poste incide in maniera totale, quella della televisione in misura forse inferiore rispetto a quella degli altri paesi.

ARTALI. A proposito dell'aumento della tiratura dei giornali, vorrei qualche precisazione circa i giornali che in misura maggiore hanno registrato tale aumento, e delle valutazioni sulle ragioni di questo fenomeno. La seconda domanda che desidero rivolgerle, dottor Granzotto, è la seguente: lei ci ha illustrato in modo sotto molti aspetti convincente le difficoltà economiche in cui versano i quotidiani, fornendoci anche delle valutazioni circa l'ingresso nella gestione delle aziende giornalistiche, di imprenditori provenienti da altri settori. Credo però che ci sarebbero utili ulteriori precisazioni su quest'argomento, proprio in relazione al fatto che se ragioni di carattere economico possono spiegare l'abbandono, da parte delle vecchie proprietà, delle partecipazioni azionarie, queste stesse ragioni non spiegano però l'ingresso nel settore editoriale di imprenditori di altri settori, perché anzi esse dovrebbero ostacolarlo. Vorrei perciò conoscere l'opinione della federazione degli editori su questo fenomeno, e quali valutazioni e proposte la federazione può avanzare a questo proposito. Anche perché, evidentemente, la modificazione nelle condizioni economiche delle aziende, che potrebbe derivare da un provvedimento di soppressione del prezzo politico, consoliderebbe una situazione già oggi in larga parte pregiudicata: problema, questo, che non può non preoccupare il potere politico. Lei non ci ha parlato, credo anche per ragioni di tempo, di un punto contenuto nel nostro questionario: mi riferisco ai rapporti interni alle aziende, di grande importanza per quanto riguarda la tutela della libertà di stampa, di cui rappresenta una garanzia essenziale.

In questa materia mi pare che la Federazione degli editori eserciti un ruolo decisamente negativo, anche in relazione alla

vicenda del *Corriere della Sera*, i cui giornalisti chiedono venga consolidata la situazione positiva rappresentata dall'accordo integrativo aziendale. Ho fatto questo esempio pratico per introdurre la questione di carattere generale relativa al ruolo svolto dalla Federazione degli editori di fronte alla richiesta dei giornalisti del riconoscimento di un ruolo all'interno dell'azienda giornalistica.

La quarta domanda che desidero porre, riguarda i mezzi di finanziamento. Lei prima, dottor Granzotto, ci ha detto che la Federazione degli editori non ha la possibilità di conoscere la consistenza delle proprietà, ma a noi sarebbe utile sapere qual'è la posizione della Federazione nei confronti della pubblicità delle forme di finanziamento dei giornali quotidiani. In questa materia la nostra Costituzione, proprio perché non considera l'azienda giornalistica al pari di altre aziende, prevede la possibilità di indicare le fonti di finanziamento.

Un'ultima osservazione: lei ha parlato dell'aumento del prezzo del giornale quotidiano a 100 lire. Desidero sapere se le sue parole vanno interpretate nel senso che si è deciso di procedere comunque all'aumento, indipendentemente dalla decisione che il Governo adotterà in materia.

GRANZOTTO, Presidente della Federazione italiana editori di giornali. Per quanto riguarda l'aumento della tiratura, si tratta di un dato che dobbiamo accettare anche noi, provenendoci dalle comunicazioni di diverse aziende. L'elemento di confronto essenziale è il consumo della carta. Per il mese di novembre, le richieste di carta da quotidiano ammontano a quasi 260 mila quintali, così ci è stato comunicato. I dati della tiratura provenivano fino a ieri da un istituto di accertamento della diffusione che, di comune accordo con altre parti, abbiamo sciolto perché non ne eravamo soddisfatti.

Abbiamo ora istituito a tale scopo una nuova società che entrerà in funzione tra qualche giorno. Per questo motivo siamo momentaneamente privi di dati ufficiali sulla tiratura, mentre abbiamo quelli relativi al consumo della carta: ed essi ci confermano l'aumento della diffusione, in forma più o meno ampia, per tutti i giornali.

Per quanto riguarda la seconda domanda, posso dire che la situazione economica è tale da permettere soltanto a coloro

che hanno dei mezzi, o che presumono di averli in futuro, di affrontarla. Ho sentito dire da lei, onorevoli Artali, e da alcuni suoi colleghi, che se si blocca l'aumento del prezzo si blocca il problema. Ma questo non è assolutamente vero: anzi, il problema lo si aggrava, non consentendo la nascita di nuove iniziative, e facendo sì che gli interlocutori siano sempre gli stessi.

In terzo luogo, lei ci ha chiesto, onorevole Artali, qual'è la nostra posizione nei confronti del patto integrativo. Posso dire che tale posizione è stata sempre molto chiara; la nostra categoria, in un periodo caldo come quello del dicembre 1972, ha conseguito l'ottimo risultato di rinnovare i contratti sia con giornalisti sia con i tipografi in soli 5 giorni, senza scioperi, e con l'accordo su tutti i punti. Tra questi vi era anche l'argomento che ora forma oggetto delle rivendicazioni integrative, e che nel contratto nazionale è stato ampiamente trattato e regolato dagli articoli 6 e 34. Abbiamo la legislazione più avanzata in Europa perciò che riguarda questo tipo di libertà. Noi diciamo che la libertà di esercizio del diritto professionale dei giornalisti italiani non è affatto conculcata, ma è rispettata; il direttore di un giornale può in sostanza fare quello che vuole nei riguardi dell'editore. In base all'articolo 34, deve invece consultare il comitato di redazione su tutti gli argomenti legati alla vita del giornale. Se i rappresentanti della stampa avessero usato in modo saggio dei poteri messi a loro disposizione da quell'articolo non vi sarebbe stato bisogno di patti integrativi. Mi sembra si voglia spingere a limiti spesso assurdi il protezionismo delle regolamentazioni interne in un organismo che di per sé deve essere elastico, ricco di libertà creative e di rapporti umani, come è il giornale. Non credo che dobbiamo metterci sulla strada di regolamentare tutto, ma piuttosto preoccuparci di stabilire rapporti di rispetto e libertà per tutti.

Questo punto è chiaro ed è stato sostenuto anche dinanzi al Ministro del lavoro, in concorso con le parti interessate, in recenti occasioni.

Quanto alle fonti di finanziamento sono stato di assoluta sincerità parlando delle nostre perplessità. La Costituzione prevede nell'unico caso della stampa che le fonti di finanziamento possono essere rese pubbliche. Ma accertare la fonte di finanzia-

mento significa individuare a chi appartiene il capitale.

Se alle sue spalle vi sono altri mandanti nessuno è in grado di accertarlo con sicurezza.

MAMMI. Una prima domanda. Lei ha indicato due provvedimenti urgenti prima del varo della legge organica sulla stampa necessari per la soluzione della crisi: un primo intervento pubblico - per il quale ha previsto un onere di 7 miliardi e mezzo - per l'approvvigionamento della carta; un secondo intervento relativo alla liberalizzazione del prezzo dei quotidiani.

Mi è sembrato che ponesse questi due provvedimenti in alternativa e vorrei in proposito una conferma o smentita.

Vengo alla seconda considerazione. Lei ha detto che la liberalizzazione del prezzo politico rappresenta la soluzione più rapida, pratica ed efficace della crisi del quotidiano in Italia. Collocandola nel passato condivido perfettamente questa sua opinione e considero una imprevidenza politica il non essere pervenuti già prima alla liberalizzazione in parola. Ma lei ha parlato di « editori puri » e oggi, alla fine del 1973, l'inquinamento di questa purezza editoriale ha raggiunto dimensioni tali da fare dubitare della genuinità della libertà di stampa quando si risolve il problema dei conti economici aziendali a favore degli editori spurii si aggiunge un ricavo al ricavo politico che essi si prefiggevano.

Lei ha risposto con una previsione ottimistica di una maggiore articolazione della possibilità di intervento di altri gruppi; sappiamo però che vi è una certa fedeltà del lettore alla testata, tanto che giornali che hanno mutato la loro linea politica non ne hanno risentito dal punto di vista delle tirature. Oltre questa sua previsione ottimistica lei ritiene che questo problema esista oggi, pur non escludendo soluzioni di fondo, e pensa che ci si possa affidare solo a questa articolazione futura o crede che vi siano dei correttivi perché non siano penalizzati gli editori puri, ma non siano tuttavia premiati gli editori spurii?

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali.* Io rappresento gli editori nella loro totalità, in seno ad una federazione unita ed unitaria, come abbiamo già indicato. Quindi l'editore puro o meno puro è per noi solo un editore, con problemi in comune con tutti gli altri.

Rispondo brevemente che non pongo in alternativa i due provvedimenti da me richiamati e ai quali lei ha fatto accenno: ma li considero altrettanto uniti, per cui se se ne attua uno solo la sua applicazione sarà inutile e ci ridurremo molto male nonostante tutti gli interventi sul mercato internazionale, perché da quel mercato non potremo ricevere un solo chilo di carta per almeno un anno.

Secondo punto. Vorrei essere chiaro dicendo a questa commissione parlamentare, composta da tutori della libertà in Italia, che noi facendo riferimento al prezzo del giornale non poniamo soltanto un problema economico, ma anche un problema politico e democratico. Può esistere in un paese democratico un prezzo politico dei giornali? E se siete d'accordo per abolirlo, può sussistere una trattativa di quasi tre anni con il Governo per aumentare quel prezzo di 10 lire? Non capisco come finora abbiamo sopportato il prezzo politico, che non può esistere in un paese democratico. È naturale che esso sia un mezzo per condizionare la stampa e per facilitare l'intervento di quelle forze di cui voi parlate. Se non si abolisce veramente questo ostacolo preliminare non si esce dal problema, senza « se » o « ma ». Nella sostanza vi sono situazioni che continuano per anni a restare immutabili mentre il quadro in cui si pongono non lo è più. Ho avuto io stesso delle grosse sorprese per quanto concerne l'aumento delle tirature; ma non dimentichiamo che è in atto un mutamento della società italiana. Vi è un afflusso notevole di categorie di giovani lettori che, essendo più partecipi della vita del paese, hanno un maggior desiderio di conoscere. Ciò ci induce a pensare che se si creano delle condizioni favorevoli per iniziare nuove imprese editoriali, queste potranno avere successo. Esiste una maggiore partecipazione di interessi che fa parte di tutto il movimento che riscontriamo nella società italiana; sono quindi convinto che anche in regioni ove oggi non esistono quotidiani nuove iniziative, anche se legate a singoli gruppi, possano avere successo. Ma, come ho detto, debbono crearsi le condizioni favorevoli. Non possiamo dimenticare, infatti, che allo stato attuale per un giornale con 100 mila copie di tiratura, il deficit annuo si aggira sul miliardo. Ecco perché ritengo che il prezzo politico costituisca una palese ingiustizia e sia antidemocratico.

MALAGUGINI. Vorrei chiedere al dottor Granzotto, in relazione al fenomeno della concentrazione delle testate e delle partecipazioni azionarie, se, in base ai dati in suo possesso, questo fenomeno si presenta soltanto oggi, oppure viene registrato da tempo e quali dimensioni esso abbia. Formulo questa domanda in relazione anche agli obiettivi che la nostra Commissione si è prefissa di raggiungere con questa indagine.

Comunemente si parla di catene di giornali (catene Fiat, Monti, eccetera); questo fenomeno esiste? Quali giornali interessa? Quale grado di veridicità hanno le notizie diffuse dagli organi di stampa?

Il dottor Granzotto ci ha poi parlato di una gestione economica oggettivamente deficitaria in relazione alla imposizione di un prezzo politico (si potrebbe fare in proposito anche una discussione sulla proprietà di tali denominazione); su questo punto si potrebbe esprimere anche un giudizio circa i criteri di gestione delle aziende, e quindi sulla contenibilità o meno dei costi di gestione, ma la domanda che io desidero porre è questa: se la gestione è oggettivamente deficitaria, in che modo vengono colmati questi deficit di bilancio?

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Alla prima domanda, potrei rispondere con un esempio. Fino a qualche mese fa il *Corriere della Sera* e il *Messaggero* erano di proprietà di editori puri; in seguito una parte delle azioni - i due terzi per il primo giornale e la metà per il secondo - è stata ceduta ad altri. Tutto questo non sarebbe avvenuto - nei casi citati - se non vi fossero state condizioni crescenti di peggioramento della situazione economica di quei giornali. Dunque, le condizioni economiche hanno pesato sulla modifica della struttura azionaria. Si tratta di casi reali, di persone che non potevano continuare a non guadagnare, o meglio a perdere solamente. E di queste situazioni ne stanno certamente sorgendo altre.

Quali sono le dimensioni del fenomeno? È difficile dirlo: ogni volta che si cerca di catalogare la stampa italiana nella sua dimensione azionaria abbiamo dei modi diversi di procedere. Vi è infatti la stampa cattolica, quella comunista, eccetera, che raccolgono un certo numero di testate. Ma quale indirizzo politico ha, per esempio, il *Corriere della Sera*? Non possiamo dir-

lo con nessuna certezza, e ciò avviene per circa 50-60 quotidiani italiani. Sappiamo che vi sono certe influenze, ma queste non raccolgono un gran numero di testate né tanto meno di lettori. Come ho detto circa 50-60 quotidiani su 76 non hanno delle affiliazioni politiche precise. Chi sono allora i finanziatori?

Esiste per esempio una catena - l'AGA - che raccoglie una ventina di quotidiani; si dice che sia della Confindustria: non è vero. L'AGA ha soltanto un accordo per la fornitura di articoli, e non credo vada oltre questo tipo di servizio. Non è riuscita nemmeno a mettere d'accordo i giornali della catena per la costituzione di un unico ufficio romano.

MALAGUGINI. Io non intendevo riferirmi alle fonti di informazione, ma a quelle di finanziamento, cioè alle catene oggi esistenti. Volevo sapere quale fondamento hanno le indicazioni che sono state fornite.

Il processo di concentrazione proprietaria tra *La Stampa* di Torino, *Stampa sera*, *La Gazzetta del Popolo*, il *Corriere della Sera*, una serie di testate in cui la partecipazione proprietaria del gruppo FIAT si va delineando, è una realtà o no?

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Lei, come membro di un partito che si occupa a fondo di questi problemi, conosce le stesse cose che conosco io. *La Stampa* appartiene a un certo gruppo di finanziamento che ha anche un terzo di partecipazione al *Corriere della Sera*. Per quanto riguarda la *Gazzetta del Popolo*, tale concentrazione non è avvenuta, e se avvenisse ciò sarebbe con molta riluttanza da parte di chi dovrebbe farla, perché non è piacevole diventare i proprietari degli unici due giornali che escono in una regione, e non è neanche utile dal punto di vista concorrenziale. Gli accordi già conclusi li sappiamo. E sappiamo anche che almeno alcuni di essi non sarebbero avvenuti se non fossero accaduti certi fatti.

MALAGUGINI. Io mi fermo ai fatti. Intanto questa concentrazione è avvenuta. Ne sono avvenute altre? Per esempio, quando si parla di catena Monti, di quale partecipazione si parla?

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Che io

sappia sono quattro giornali: *Il Resto del Carlino*, *La Nazione*, *il Giornale d'Italia* e *Il Telegrafo*, senza considerare *Stadio* che è un giornale sportivo.

L'elenco più lungo è quello della catena AGA, che come ho detto non appartiene alla Confindustria ma riceve soltanto determinati servizi comuni. Sono giornali di provincia, di proprietà o di persone o di gruppi locali completamente staccati gli uni dagli altri. Molti di essi si trovano in una situazione tale da dover pagare di persona i deficit di esercizio. E continuano a pagarli perché sperano di poter a un certo momento uscire da questa tana di continue passività in cui si sentono prigionieri. Restano ancora nelle nostre assemblee e chiedono fino a quando dovranno subire deficit forzati: vogliono sapere se dal Governo vengono concesse le 10 lire di aumento, e quando otterremo la libertà dal prezzo politico. Se ciò non avviene si troverà nelle condizioni di dover cedere.

MALAGUGINI. Sempre stando in argomento, circa un eventuale adempimento del dettato costituzionale che offre la possibilità di rendere pubblici i mezzi di finanziamento della stampa, quale è l'opinione della categoria?

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Le posso dire qual è la mia opinione. Faremo molto presto una assemblea su questo argomento, per esaminare ogni possibilità di adempiere a questo obbligo costituzionale. Già rispondendo agli onorevoli Zamberletti e Artali ho tuttavia espresso la mia perplessità, molto chiaramente, sui modi con cui lo si potrà attuare.

BAGHINO. Il dottor Granzotto ha limitato il suo intervento al prezzo politico e alla situazione carta, accennando solo indirettamente alla concentrazione aziendale e al deficit, senza approfondire i temi che ne derivano.

Egli ha parlato della concentrazione delle partecipazioni azionarie. La conseguenza che si può avere è che gli azionisti avendo più testate a loro disposizione possano, come consiglio d'amministrazione, ridurre le pagine provinciali adducendo esigenze presuntamente o effettivamente obiettive (vedi il caso del *Telegrafo*), od accomunare i servizi e le corrispondenze, politiche o parlamentari, facendole quindi apparire uguali

su più giornali. Pertanto, gradirei sapere se, a suo parere, questa concentrazione comporta fatalmente il monopolio dell'informazione o, quanto meno, una riduzione della sua pluralità. Se un gruppo di testate ha identiche informazioni provenienti da una unica fonte, è questa una conseguenza che cozza contro la libertà d'informazione? Vorrei chiedere poi: partendo dal principio, tenacemente affermato, che gli editori sono soggetti della libertà di stampa, come si configura il rapporto con i giornalisti, tenendo presenti il contratto di lavoro giornalistico, l'esistenza dei comitati di redazione, le norme relative all'esclusività dei servizi, ed infine il diritto alla libertà d'informazione?

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. La concentrazione è una limitazione dell'area informativa? Se osserviamo i casi pratici, direi che la differenza esistente tra i giornali della stessa catena (ad esempio, tra la *Stampa* e il *Corriere della sera*), nonostante che vi siano partecipazioni azionarie dello stesso tipo non è una differenza colmabile. Direi anche che esiste un orgoglio professionale sia nell'uno che nell'altro giornale, un orgoglio che forse è stato acuito dal recente intervento delle partecipazioni azionarie. Nella realtà, se ci sono delle catene di giornali, questi si possono in ipotesi uniformare, si possono servire delle stesse collaborazioni messe in circolazione sulle medesime testate, possono usare gli stessi corrispondenti, gli stessi servizi, eccetera. Può manifestarsi, la concentrazione, in tanti modi: anche in modi convenienti, e risolversi in una migliore informazione per il lettore...

BAGHINO. Ma se, ad esempio, l'inviato speciale dal Cile serve tre quotidiani, evidentemente orienta l'opinione pubblica in una maniera unica; se i tre giornali sono concentrati è concentrata anche l'informazione.

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Certo, ma direi che questo tipo di cose in ogni paese sono sempre, in un certo limite, inevitabili. Ciò che è importante è che noi dobbiamo fare degli altri giornali, rinnovare la linfa dell'area generale dell'informazione in Italia. Ma queste forze nuove non emergeranno mai finché rimarrà l'attuale situa-

zione: e se peggioreranno le condizioni attuali, si ridurranno sempre di più i protagonisti dell'informazione. Occorre mutare le condizioni attuali, anche perché questo è il momento in cui la società muovendosi può modificare le sue abitudini di lettura.

Per quanto riguarda l'ultimo quesito postomi dall'onorevole Baghino, non avrei niente di particolare da dire; certo, è delicato il problema della scelta di un direttore; ma mi domando qual è il senso di una scelta del genere da parte di un comitato di redazione, che deriva i suoi poteri da un'assemblea che ha una maggioranza ed una minoranza, le quali possono essere quantitativamente molto variabili, a seconda dei casi, mentre resta sempre il problema di difendere i diritti della minoranza. Alcuni consigliano il sistema di proporre una rosa di tre nomi tra cui scegliere: ma io mi chiedo dove andrebbero a nascondersi i due che non siano stati scelti; bisognerebbe calarsi nella vita di un giornale, per sapere quali problemi esistono all'interno di esso.

BAGHINO. La mia domanda era intesa ad estendere, semmai, l'impiego dei giornalisti, e non a condizionarlo. Mi pare poi che proprio nel contratto collettivo di lavoro dei giornalisti ci sia un diritto di esclusività da parte della proprietà...

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Questo è un fatto contrattuale: in alcuni giornali c'è ed in altri no, è una condizione liberamente contrattata.

BAGHINO. La tendenza degli editori è quella di mantenere questa norma, o no? Ciò interessa anche in relazione alla pluralità dell'informazione; nella memoria degli editori, proprio come danno conseguente al deficit che ha determinato la concentrazione della stampa, mi pare che figurino anche il fatto che la pluralità dell'informazione ne ha sofferto.

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Che un giornalista possa o meno avere l'esclusiva dipende da molti fattori. Se, ad esempio, avessi un giornale in cui scrive Montanelli, cercherei di avere l'esclusiva, perché so che le cose scritte da lui hanno più mordente se compaiono in un solo giornale; se invece si tratta di un redattore all'interno, la

cosa mi interessa meno. Non c'è un'opinione degli editori sul diritto di esclusiva: esiste per determinati casi e non esiste per altri.

TRIVA. Lei, dottor Granzotto, si è fermato sull'aspetto del prezzo dei giornali; ed ha collegato il corso del prezzo a quella che è una delle motivazioni, se non l'unica, che ha indotto il Governo a presentarsi al Parlamento, e ad assumersi, tra i suoi impegni quello di stimolare un'indagine conoscitiva sulla stampa. Ma quello del prezzo è solo uno degli aspetti del problema: se il Governo avesse infatti ritenuto che il problema fosse solo quello di trovar conforto ad una domanda di un nuovo prezzo, o di un prezzo concordato, io credo che sarebbe stata più competente a condurre questa indagine la Commissione industria.

A me sembra cioè che il discorso sul prezzo dei quotidiani è un po' riduttivo del problema, e che d'altra parte c'è la tendenza a mitizzare questo discorso. Noi siamo in presenza, in questo caso, di una attività imprenditoriale; lei, dottor Granzotto, ha citato la Costituzione, che, per le altre intraprese commerciali, non prevede interventi di carattere particolare, o vincoli di bilancio. La Costituzione però riconosce alla stampa come tale - e quindi alle imprese editoriali - una situazione un po' particolare, tanto da non prenderla in considerazione solo all'interno dei principi generali che presiedono appunto alla impostazione della nostra Carta costituzionale, e tanto da prevedere che la legge possa stabilire che siano resi noti i mezzi di finanziamento della stampa periodica.

Lei dottor Granzotto ha osservato che sarebbe apparso abbastanza strano che il legislatore prevedesse dei vincoli particolari per imprese editoriali. Il fatto però che la Costituzione abbia dato al legislatore la potestà di determinare le fonti di finanziamento - solo in questo caso - ci porta a considerare che siamo in presenza di un'attività industriale o imprenditoriale che crea un prodotto abbastanza atipico per quanto riguarda il mercato, nel senso più pieno della parola.

Lei dottor Granzotto ha posto, al centro del suo intervento, la questione del prezzo e ne ha ricavato una specie di equazione, collegando autonoma finanziaria a condizione di libertà. Ma io credo che il problema della concentrazione della proprietà sia più grave; a parte il fatto che esso è esploso

clamorosamente negli ultimi tempi, non si tratta certo di una questione nuova, avendo rappresentato per la stampa italiana una sorta di seconda fase. La prima fase è stata la limitazione del numero delle testate; dopo questo primo processo, c'è stata la concentrazione della partecipazione proprietaria.

L'attuale indagine conoscitiva tende a studiare il fenomeno così come si è determinato. Io potrei anche accedere all'ipotesi della liberalizzazione del prezzo, a condizione che la Federazione degli editori concordasse anche per il varo di altri provvedimenti a garanzia e tutela di una pluralità libera, ammesso che essa possa esistere in un paese che ancora tanti squilibri presenta sulla possibilità di informare, o di disinformare, la pubblica opinione.

E poi c'è un altro controsenso: come può avvenire che, mentre le aziende giornalistiche lamentano delle passività, sembra invece - per quanto ci è dato sapere - che esse vengono acquistate a prezzi assolutamente consistenti, tanto da far pensare alla presenza di determinate potenze finanziarie italiane, ed anche estere? Desidero pertanto chiederle, dottor Granzotto, se le risulta che nell'attuale concentrazione delle proprietà siano intervenuti anche capitali stranieri, ed in che modo si potrebbe ovviare al problema.

Detto ciò, ne consegue la necessità di una smitizzazione del problema del prezzo, o per lo meno di una sua più corretta collocazione all'interno di un mosaico di aspetti. Intendo dire che in questo caso il prezzo, secondo la mia valutazione, ha lo stesso valore e lo stesso significato del pulviscolo della rete distributiva del commercio nei confronti del costo della vita; esso ha quindi indubbiamente la sua importanza però, rivolgergli le principali attenzioni significa sfuggire il problema centrale.

Premesso questo, le volevo chiedere in quali termini lei vede il problema della diffusione e dei punti di vendita edicolari, e se la Federazione, alla liberalizzazione del prezzo, intenda far seguire anche quella delle unità di vendita.

Altra cosa che intendevo chiederle, dottor Granzotto, è quale atteggiamento ha la Federazione nei confronti del famoso 7° numero dei giornali e perché, quando si è presentata l'occasione di discuterne validamente, si è preferito soprassedere e mantenere in vita il numero suddetto, che costa il doppio, e non garantisce le entrate.

E poi perché la stampa italiana, contrariamente a quanto accade negli altri paesi europei (visto che il richiamo al MEC è costante), protrae l'orario di chiusura alle ore piccole della notte, rinunciando a notevoli economie di denaro e di tempo (il collegamento ferroviario è più facile, nelle ore notturne)?

L'ultimo problema è quello della carta, dal quale certo non saprei come tirarmi fuori, se appartenessi alla maggioranza. La conseguenza della politica della carta in Italia è che abbiamo una capacità produttiva inferiore alla domanda dei quotidiani: inoltre il mercato internazionale è stato sconquassato dalle impennate dei prezzi che sono aumentati mentre la quantità è ridotta e la domanda non si copre né sul mercato interno né su quello internazionale. Unica soluzione resta la riduzione del numero delle pagine; non vi sono altre strade perché non si può attingere ad un mercato che non è in condizione di rifornirci.

La questione che pongo è questa: quando ha posto il problema ha parlato di 120 lire, dieci di meno delle 130 di cui al documento giallo, e non so se ha detto 120 perché da per acquisiti i 7 miliardi e mezzo più i tre dell'ente carta. Altrimenti si tratterebbe dell'aumento di un fondo di intervento pubblico che esiste anche su altri terreni, oltre quello della carta, e contro cui la federazione editori si pone in modo intransigente.

Vorrei anche conoscere l'incidenza sui costi delle agenzie di informazione e, in particolare, dell'ANSA.

GRANZOTTO, Presidente della Federazione italiana editori di giornali. Sarà difficile e lungo rispondere a tutte le domande che lei mi ha posto.

Parto dall'ultima: le agenzie di informazione non incidono molto sui costi dei giornali, non incidono in misura determinante perché su un bilancio di spesa di sei miliardi si calcola in 150 milioni il costo per tutte le agenzie di informazione italiane e anche per quelle estere. Quanto all'Ansa, di cui sono vicepresidente, ella sa che è un organismo cui partecipano tutti i giornali italiani; fatto questo molto civile, e siamo lieti che esista in un paese democratico un'agenzia che in tutte le fasi della contestazione non è stata mai contestata. Vi partecipa, come lei sa, anche l'«Unità».

Circa l'orario di chiusura, il settimo numero e la rete distributiva, non mi faccia

supporre che crede ad un potere dittatoriale della nostra federazione. È molto difficile mantenere la coesione in una pluralità così diversa per dimensioni, interessi e orientamenti, ma ci siamo riusciti - e spero ci riusciremo ancora perché questo è importante per la chiarezza dei rapporti -. Comunque di fronte al tema della chiusura a mezzanotte - anche se da parte mia sono favorevole - non ho l'adesione di tutti gli editori. Alcuni editori di giornali minori, se alle tre di mattina riescono a pubblicare una notizia in più credono di avere tutta la convenienza a farlo; e se non si è tutti d'accordo non possiamo forzare la volontà di nessuno. Possiamo lasciare ciascuno libero di risolvere il problema come crede, ma se in una città un giornale chiude alle tre di mattina anche gli altri, per non subire la concorrenza, faranno lo stesso.

Quanto al settimo numero, si sa che ho sostenuto una battaglia per la sua abolizione perché lo ritenevo già 5 anni fa deleterio alla salute della stampa italiana. Ma anche qui, se un giornale esce il lunedì, sono costretti ad uscire anche tutti i suoi concorrenti. Questo dimostra che vi sono interessi diversi. I poligrafici hanno detto: fate come volete, e la risposta degli editori è stata logicamente quella di continuare a fare uscire il settimo numero. Ritengo che sia stato un grave errore: ma se ancora 5 anni fa si poteva pensare all'abolizione, l'anno scorso non eravamo più in grado di farlo.

Quanto alla rete distributiva sono due anni che cerchiamo di allargarla e qualche progresso lo abbiamo fatto. Ad un certo momento i repubblicani presero l'iniziativa di presentare un progetto di liberalizzazione; altre iniziative erano già in Parlamento; ma la liberalizzazione che cosa significa? Se i punti di vendita da 18 mila quali sono oggi diventassero di colpo 50 mila i giornali dovrebbero fare delle tirature enormi, con rese enormi e con un enorme ampliamento dei costi se volessero approfittare di questo ampliamento della rete distributiva. Ci stiamo adoperando per risolvere questo problema. Il nostro interesse è ovviamente quello di aumentare i punti di vendita. Bisogna vedere in che modo, entro quali limiti, e con quale nel ritmo.

Capitale straniero. A me non risulta che vi siano degli interventi di capitale straniero, per lo meno in linea generale. Si è parlato di società svizzere, o qualcosa di simile: a me non risulta. Il capitale stra-

niero non è mai stato interessato alle nostre aziende editoriali, se escludiamo il periodo del 1914, per la questione dell'intervento dell'Italia in guerra.

TRIVA. Volevo riferirmi al problema delle multinazionali con dei rapporti particolari e degli intrecci di capitali azionario.

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Ma tutto questo non incide sulla attuale situazione dei giornali italiani; in Italia esiste la libertà di stampa, noi intendiamo tutelarla ancora di più, ma non possiamo regolamentare tutto. Non vedo, del resto, la presenza di questi pericoli, anche se faremo di tutto perché non si debbano manifestare.

Quello che mi spiace è che non ci intendiamo sulla questione del prezzo. Mi si può obiettare come mai ho iniziato queste mie dichiarazioni con l'affrontare la questione del prezzo, ed io rispondo perché ritengo che questo punto costituisca la base dalla quale deve partire il lavoro della vostra Commissione. Non può esistere un condizionamento del prezzo; se la stampa non è in grado di coprire le proprie spese, è inutile parlare di concentrazioni: ve ne saranno ancora di più nel futuro immediato, perché siamo giunti al punto di rottura, ed io non so che cosa potranno fare nel prossimo futuro i piccoli giornali. Potranno sopportare questo stato di cose ancora per brevissimo tempo, e poi cederanno ad altre mani le loro proprietà. Non ritengo che il problema del prezzo sia l'unico, ma è certamente alla base della soluzione. Cercando una soluzione globale, forse non arriveremo ad alcun provvedimento; non vorrei, infatti, che con l'ipotesi di una soluzione globale la questione fosse trascinata avanti ancora per anni. Dobbiamo cominciare a fare qualcosa. Se non ci si muove, si rafforzerà la convinzione che, per una ragione o per l'altra, si vuole mantenere questo stato di cose. Dobbiamo dissipare questa impressione. Non dimentichiamo che se il prezzo dei giornali fosse stato libero, oggi noi saremmo almeno a 120 lire. Il Comitato dei prezzi si rifà ad un certo meccanismo e a certe analisi per arrivare a stabilire un certo prezzo indicativo. Tenete presente che siamo al di sotto di almeno 30 lire a questa cifra di equo prezzo, 30 lire che si ripercuotono sui bilanci delle aziende. Dobbiamo risolvere i problemi alla radice, altrimenti non raggiungeremo alcun

risultato. È necessario agire urgentemente per superare questo scoglio. Noi abbiamo salutato con immenso piacere l'inizio di questa indagine della II Commissione della Camera; speriamo che il suo lavoro possa stimolare efficacemente il Governo affinché prenda dei provvedimenti urgenti.

Tutte le imprese sono condizionate da una situazione economica, ma se questa viene sostituita da un condizionamento politico, io preferisco la prima perché il secondo è sempre discriminatorio. Siamo sicuri che con la liberalizzazione del prezzo di vendita e con le conseguenze che essa porterà favoriremo la nascita di altre imprese editoriali, permettendo ad altre forze di entrare a far parte di questo settore. Se lei mi mette delle discriminazioni politiche, qual'è la frontiera? Quale è quella impresa che riteniamo debba essere buona o no? Lei mi dice che gli imprenditori vogliono i sette miliardi e mezzo, e se è vero che rifiutano di avere aiuti politici, perché dunque li vogliono. Ma è la condizione necessaria per mantenere in piedi l'industria cartaria italiana che ci ha portato a questo punto. Non vedo come l'integrazione del prezzo della carta, integrazione che in varie misure è applicata in tutti i paesi europei, possa condizionare la libertà di stampa; al patto però che non vi sia discriminazione nella distribuzione di questa integrazione.

MAGNANI NOYA MARIA. Riprendendo un discorso già fatto, quello riguardante i processi di concentrazione, vorrei chiedere in modo preciso se per la difesa della libertà di informazione, della pluralità delle testate non ritenga possa essere importante varare una legge anti monopolistica e istituire un organo di controllo che giudichi sulle fusioni e sulle concentrazioni, con potere di vietare le fusioni se si riscontra una sostanziale violazione della libertà di stampa.

Per quanto riguarda le fonti di finanziamento, è stato già sottolineato da più parti come la nostra Costituzione dia, al contrario di altri settori, la possibilità di intervenire con legge per stabilire che i finanziamenti dei giornali siano palesi. Lei ha detto nel suo primo intervento che ciò è abbastanza utopistico perché sarebbe sempre possibile far intervenire una testa di paglia, un uomo dello schermo, dietro le cui spalle potrebbe esservi una serie di finanziatori che restano nell'ombra. Lei non ritiene che a questo problema, che certamente esiste,

sarebbe possibile ovviare in due modi: o rendendo nulli tutti i patti non dichiarati (il che renderebbe molto difficile da parte di industrie e di finanziatori dare ad una persona dei miliardi, quanto necessario per intervenire nel giornale, se il patto non dichiarato potesse essere nullo); oppure strutturare le società editrici come società di persone ed imporre ad esse un bilancio analitico tipo dal quale fosse possibile ricavare le fonti di finanziamento?

Per quanto riguarda il prezzo politico dei giornali, vorrei riprendere la domanda del collega Artali cui non è stata data risposta. Lei ha detto che qualora non ci fosse una decisione sull'aumento del prezzo del quotidiano gli editori potrebbero avvalersi della facoltà di imporre essi stessi un aumento il due novembre portando il prezzo a cento lire, mettendo così il Governo di fronte al fatto compiuto. È stato un discorso di pura accademia o risponde ad una vera e propria intenzione?

Vorrei inoltre sapere se non ritiene che la crisi che travaglia la stampa possa essere risolta non tanto con il prezzo politico, come lei ritiene, ma con interventi da parte dello Stato e con la messa a disposizione delle imprese giornalistiche di servizi e infrastrutture; se cioè non ritiene necessario un altro tipo di intervento più utile dell'aumento del prezzo del giornale.

L'ultima domanda riguarda il criterio di distribuzione della pubblicità. Quali sono le opinioni della federazione editori in tema di pubblicità. Non ritiene che la pubblicità debba essere distribuita con criteri obiettivi per evitare la sua concentrazione su alcuni giornali che verrebbero quindi ad esser favoriti rispetto ad altri? Non ritiene che dovrebbe essere vietata la fusione di imprese pubblicitarie e imprese editoriali?

GRANZOTTO, Presidente della Federazione italiana editori di giornali. A proposito della fusione tra imprese pubblicitarie ed editoriali, devo dire innanzitutto che ogni azienda segue in questo campo un proprio metodo di lavoro; l'editore Rizzoli ha ad esempio all'interno della sua azienda anche un proprio servizio per la pubblicità, e tra gli altri editori alcuni seguono un metodo del genere ed altri no. Per impedire fusioni del genere bisognerebbe fare una legge che la vieti, e non so bene a quale risultato si vorrebbe giungere, o piuttosto quale risultato esattamente produrrebbe.

Circa il problema della pubblicità, ritengo che quest'ultima non possa considerarsi una sovvenzione: potrebbe diventarlo soltanto se erogata discriminatoriamente dallo Stato, e ciò a mio avviso sarebbe un male. La pubblicità è un costo dell'azienda, che deve corrispondere ad un'utilità: la pubblicità è in aumento quando aumenta la produzione, perché effettivamente è un costo della produzione stessa. Inoltre, essa va fatta secondo delle regole precise: oggi si studia la tipologia del lettore, l'impatto di certi giornali specializzati sui lettori, e così via; la pubblicità è insomma una tecnica professionale che non può venire manipolata, non può essere, ripeto, considerata come una sovvenzione, né istruata verso criteri di costrizione, altrimenti essa automaticamente si rifiuta di funzionare.

A proposito del prezzo dei giornali ripeto che abolire il prezzo politico è il primo passo per la risoluzione della crisi della stampa. Per ciò che riguarda altri tipi di provvedimento, noi abbiamo fatto una proposta relativa alle sei pagine gratuite per ogni giornale: ma purtroppo, nel bilancio di un giornale è ormai minima l'incidenza del costo della carta, dato che il 65 per cento è rappresentato dal costo del lavoro, e nessuna legge potrà incidere su tale costo, che è il risultato di una libera trattativa, e che va sempre aumentando, per delle ragioni precise e da noi accettate, mentre non aumenta invece il prezzo di vendita. Con il rinnovo contrattuale dell'anno scorso abbiamo avuto un sensibile aumento dei costi, ma non abbiamo ottenuto nessun aumento nel prezzo di vendita dei giornali: ed il prezzo politico dei giornali è ingiusto anche perché ci porta ad assumere certi comportamenti in occasione delle trattative sindacali. Ripeto che l'eliminazione di tale prezzo non è l'unico modo per risolvere il problema, la soluzione che rimedia a tutto, ma è comunque il rimedio più pratico, pronto ed efficace: gli altri sono tutti di altro tipo e destinazione.

Per quanto riguarda l'opportunità di sviluppare adeguati servizi ed infrastrutture, io dico che ciò si può certo fare. Si possono fare, ad esempio, anche le tipografie di Stato; ma queste introdurrebbero altri tipi di discriminazione. Chi infatti vi potrebbe accedere? A quali prezzi? E i prezzi sarebbero costanti per tutti, e per tutti allineati sui prezzi di mercato? Come si farebbe a decidere fino a che limite di vantaggio vi si può accedere? È evidente che

tali tipografie non potrebbero ospitare i 76 quotidiani italiani. C'è poi da considerare che con questo genere di infrastrutture caricheremmo l'onere dello Stato di decine di miliardi. Certo l'importanza delle infrastrutture è grande, e difatti quando si vendono le testate, si vendono anche le infrastrutture poiché le società editrici di giornali sono in genere anche proprietarie di grosse infrastrutture, nelle quali sono stati investiti grandi capitali.

Per quanto riguarda un eventuale aumento del prezzo che, deciso dagli editori, dovesse andare in vigore senza attendere le autorizzazioni dei pubblici poteri oggi purtroppo vincolanti, devo dire che in realtà nelle nostre assemblee è stato anche proposta una iniziativa del genere. Ma non è stata - almeno fino ad ora - né messa in discussione né tanto meno votata. Tenete conto degli umori di una assemblea i cui componenti si sono sentiti già rifiutare nove volte, nel corso di più di due anni, da parte del Governo l'aumento di 10 lire.

MALAGUGINI. Si potrebbe parlare di 15 miliardi, invece che di dieci lire...

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Sì, però di fronte a una perdita di 36-38 miliardi c'è da pensarci.

L'onorevole Magnani Noya ha parlato anche della possibilità di ristrutturare le società editrici come società di persone. Si dovrebbe fare una legge che imponga un regime straordinario del genere. In verità non so se in base alla Costituzione questo si potrebbe fare.

MAMMI. Se posso intervenire per chiarire questo punto, ricordo che ci sono già società per azioni che operano in settori molto delicati (società assicurative, istituti di credito retti da società per azioni) sottoposte a controllo e a regolamentazione di tipo del tutto particolare: questo dico per quanto riguarda la costituzionalità di un eventuale particolare regime per alcune società per azioni rispetto ad altre.

MALAGUGINI. Comunque non è certo un problema, questo, che si esaurisce in termini giuridici...

GRANZOTTO, *Presidente della Federazione italiana editori di giornali*. Certo, ed io ho inteso esporre solo alcune opinioni.

Lo stesso potrei dire circa un'eventuale legge che porti ad un chiarimento dei mezzi di finanziamento della stampa.

FRANCHI. La situazione del settore si è andata aggravando ed ora è insostenibile: però è da diversi anni che essa sta maturando, e la si sarebbe evitata riducendo i costi ed ammodernando gli impianti, tutte cose che invece si è evitato di fare. Perché?

In secondo luogo non abbiamo ben capito quali possono essere gli inconvenienti di un eventuale regime concorrenziale, che a noi sembra la logica conseguenza della liberalizzazione del prezzo.

Altra domanda: lei poco fa ha detto, dottor Granzotto, che l'incidenza della carta è minima; può allora cortesemente dirci quali sono queste incidenze, almeno per le voci principali?

Ultima domanda. Poiché una volta ci siamo sentiti dire da un sottosegretario « voi non immaginate cosa accadrà per lo aumento delle 10 lire », desidero sapere se è veramente necessario far ciò, e se le conseguenze saranno sostenibili.

GRANZOTTO. *Presidente della Federazione italiana editori di giornali.* Del mancato ammodernamento dei vecchi impianti, le ragioni sono due: la prima è che, da una decina d'anni a questa parte, in Italia le imprese editoriali non hanno potuto ricorrere all'autofinanziamento per rinnovarsi, in quanto le crisi di vario genere che si sono susseguite hanno impedito che le basi stesse dell'autofinanziamento si formassero.

In secondo luogo, sempre per quanto riguarda la modifica delle strutture, bisogna dire che la nostra è un'industria quasi artigianale, nella quale lavorano molte persone, per cui il costo del lavoro supera il 65 per cento delle spese; adottando nuove macchine, dovremmo ridurre il numero delle persone, creando problemi di occupazione, mentre tutti gli accordi intervenuti sono per la conservazione del livello di occupazione. Certo questo è un problema che dovremo risolvere: comunque per ora le cose stanno così, e ciò rappresenta uno dei più validi motivi per cui molte aziende non si sono rinnovate.

Per quanto riguarda il prezzo concorrenziale, sono contrario per le ragioni dette: non tanto cioè perché qualche giornale possa chiedere un prezzo maggiore, ma piuttosto

perché qualche grosso quotidiano potrebbe praticare un prezzo minore.

Per quanto riguarda la contingenza, tutto è dipeso dall'errore di valutazione compiuto nel 1946. Allora si volle stabilire che ogni famiglia italiana avrebbe compreso nei suoi consumi correnti una copia di giornale quotidiano al giorno, questo non era vero allora, ed è lungi dall'essere vero anche oggi. Un fatto è certo, che se ogni famiglia italiana comprasse un giornale quotidiano, noi non staremmo qui a discutere di crisi. Ebbene, quell'evidente errore ha continuato a condizionare la vita della stampa italiana per quasi trent'anni, pur tutti sapendo che si trattava e si tratta di un madornale errore.

ZOLLA. La ringrazio, dottor Granzotto, per la pazienza con la quale ci ha ascoltato. Ora può tirare un sospiro di sollievo, perché sono l'ultimo della serie. La ringrazio anche perché nella sua esposizione ha fatto talune affermazioni di fondo che mi trovano largamente consenziente, specialmente quando ha operato una distinzione tra servizio pubblico e funzione pubblica della stampa, ed ha toccato diversi altri punti di fondamentale importanza.

Però, l'aumento del prezzo del quotidiano a 100 lire mi sembra un falso problema, nel senso che, in pratica, il cittadino già paga il giornale 100 lire, perché di solito, invece del resto di 10 lire, gli viene dato un qualcosa di assolutamente non commerciabile. Non vedo pertanto quale ulteriore remora ci sia all'accogliere la richiesta avanzata dalla Federazione già da tre anni.

Inoltre, per quanto riguarda lo sblocco del prezzo politico, penso sarebbe uno strumento sì idoneo ad evitare la concentrazione delle testate, ma soltanto questo non basta; è necessario evidentemente ricorrere ad altri tipi di intervento sul piano legislativo, cui prima hanno fatto cenno alcuni colleghi. È ben vero che vi sono società per azioni sottoposte a particolare disciplina ma solo per il loro funzionamento, e una legge di riforma sulla stampa è una esigenza molto sentita e sulla quale chiedo se ella è d'accordo.

Vi è poi il problema della rete distributiva, fondamentale per la diffusione della stampa. Che cosa pensa la vostra federazione dell'attuale meccanismo con cui sono sanzionati i trapassi o le nuove istituzioni? Si è istituito un diritto ereditario

e questo fa sì che in taluni centri più grandi vi siano zone scoperte di edicole, mentre invece in altre vi è addirittura una concentrazione. Sarei lieto di conoscere in proposito il pensiero della federazione editori.

GRANZOTTO, Presidente della Federazione italiana editori di giornali. Devo ripetere che non ho mai detto che l'abolizione del prezzo politico sia lo strumento principale, ma lo strumento indispensabile come premessa sulla quale vorrei che fossimo tutti d'accordo. È premessa indispensabile perché altrimenti tutto il resto si accavalla in modo non certo risolutivo.

Sono d'accordo che una legge sulla stampa, che il Governo sta preparando da sette anni, deve regolare molte altre questioni. Ma questa del prezzo politico la stralcerei perché è premessa dalla quale è necessario cominciare, e molto in fretta se si vuole partire davvero per le altre mete che qui ci si prefigge di raggiungere.

Il problema della distribuzione è molto delicato e da due anni stiamo compiendo dei miglioramenti. Escludo la possibilità di concentrare maggiormente la vendita dei giornali in certe zone perché gli edicolanti non si lasciano concentrare. Sorgono delle contestazioni per la vicinanza di 200 metri tra edicola e edicola! L'edicolante vive solo della vendita dei giornali e dei libri che gli è consentito vendere, e risente dunque molto della concorrenza in zona.

Circa i trapassi, in sostanza a noi, non interessa chi ha l'edicola: a noi interessa solo che le edicole siano di più, e questo problema lo stiamo affrontando.

Tengo a fare una precisazione sull'incidenza dei costi della carta. La carta costa 30 miliardi in un bilancio di spesa totale di 250 miliardi annui per la stampa dei quotidiani. I costi di lavoro, stipendi, sa-

lari, contributi ammontano a 160 miliardi; la carta costa 30 miliardi; e il costo delle altre voci è costituito dalla differenza. Le entrate derivanti dalle vendite ammontano a 130 miliardi e quelle derivanti dalla pubblicità ammontano a 95 miliardi. Il *deficit* è del 15 per cento.

MALAGUGINI. Vorrei sapere quali giornali riguarda e quale consistenza hanno le partecipazioni proprietarie del cavaliere del lavoro Monti.

PELLONI, Vicepresidente della Federazione italiana editori di giornali e Presidente della categoria giornali quotidiani. Il gruppo Monti ha una partecipazione insieme ad altri azionisti nella società poligrafica *il Resto del Carlino*, società che detiene azioni di quattro gruppi editoriali: *il Resto del Carlino*, *La Nazione*, *Il Telegrafo* e *Il Giornale d'Italia*.

Gli azionisti della società poligrafica sono 284. Naturalmente il peso delle azioni non è uguale, e quindi il gruppo Monti ha una partecipazione di maggioranza relativa.

Come si fronteggiano le perdite? Quando le perdite raggiungono una certa cifra, come prescrive il codice per le società per azioni, si riduce il capitale e il bilancio è depositato. Tutto ciò è pubblico.

MALAGUGINI. Sono soddisfatto della risposta.

PRESIDENTE. Ringrazio tutti i rappresentanti della federazione editori per il contributo che hanno apportato alla nostra indagine.

La seduta termina alle 13,20.