

RELAZIONE SULLO STATO DELL'EDITORIA

(semestre 1° dicembre 1987 - 31 maggio 1988)

(art. 8, secondo comma, della legge 5 agosto 1981, n. 416)

PAGINA BIANCA

CAPITOLO I

LO STATO DELL'EDITORIA: PROFILI GENERALI

1. Una visione d'insieme dello stato dell'editoria (così come appare alla data del 31 maggio 1988) pone in rilievo che la riforma introdotta con la legge n. 416 del 1981 trova, nel suo secondo ciclo — il quale trae origine dall'entrata in vigore della legge n. 67 del 1987 — una fase di assestamento, di razionalizzazione dei vari interventi pubblici, di consolidamento dei primi risultati raggiunti per effetto della normativa originaria.

Gli interventi rivolti al risanamento e al sostegno delle aziende editoriali in vista del superamento di una situazione di crisi (e, quindi, ai fini del mantenimento, da parte della stampa, del suo ruolo fondamentale nell'ambito della libera espressione del pensiero e della libera formazione delle opinioni) hanno raggiunto in larga parte gli obiettivi fissati dal legislatore. Cioè il settore oggi risulta, dal punto di vista economico, « rivitalizzato » rispetto alla situazione antecedente alla normativa di riforma. Un significativo indice di tale risultato può essere dato dal rilievo che i quotidiani italiani sono usciti dallo stato di stagnazione, superando (secondo dati attendibili), dapprima, il « muro storico » dei 5 milioni di copie vendute e poi quello dei 6 milioni di copie. E il ritmo di crescita può inserirsi in una prospettiva di evoluzione ancora maggiore, se si tiene conto che si stanno investendo ingenti risorse nell'aggiornamento dei sistemi produttivi (sicché da taluni si afferma che i piani, che andranno a conclusione nel 1988, prevedono molti miliardi annui, destinati a nuovi impianti e allo sviluppo in genere).

Tale processo di ammodernamento, realizzato dalla nostra editoria, non può non essere valutato positivamente, tanto più che esso si allinea — e si sintonizza — con gli altri Paesi dell'area comunitaria.

La stampa quotidiana europea registra infatti, nei vari Paesi (Gran Bretagna, Francia, Germania ecc.) un'intensa fase di aggiornamento dei sistemi di produzione, sicché « pochi settori industriali al mondo hanno subito processi di ristrutturazione tecnologica così radicali come quelli realizzati nell'editoria europea ».

Ma (come è stato già da altri osservato) le innovazioni tecnologiche non sono un fine, bensì uno strumento per conseguire la qualificazione del « prodotto » informazione. Sicché non basta il recupero di efficienza di gestione, ma occorre anche che ad esso si accompagnino il miglioramento e l'arricchimento dei contenuti della stampa, al fine di rispondere a una domanda di informazione sempre più complessa. Per cui è da auspicare che il percorso dello sviluppo editoriale, in questo anno e in quelli prossimi, prosegua, avendo sempre in vista i due obiettivi — inscindibili e complementari — della efficienza di gestione e del potenziamento di valore intrinseco del prodotto.

È poi da registrare, nel quadro generale, l'incremento complessivo delle vendite dei quotidiani locali. La « ripresa » di tali giornali risiede nella capacità di rappresentare i valori di una comunità geograficamente delimitata, con proprie caratteristiche, e di dare voce specifica a interessi, a orientamenti, ad accadimenti che, diversamente, non riuscirebbero ad essere « rappresentati » nella stampa di diffusione nazionale.

2. Se la valutazione degli aspetti economici che contrassegnano l'editoria, nell'attuale ciclo attuativo della riforma, è sostanzialmente positiva, non meno rilevante appare il contributo, recato dalla legge n. 67 del 1987, alla tutela dei valori del pluralismo e della trasparenza dell'informazione.

Il nuovo testo di legge contiene almeno due profili suscettibili di assumere, nell'applicazione pratica, svolgimenti significativi, tali da collocare autenticamente la legge sul versante di una tutela del cittadino. Come è stato osservato in una perspicua elaborazione dottrinale (1) « questi due profili, reciprocamente interagenti, riguardano da un lato i maggiori poteri riconosciuti al Garante in ordine alla repressione delle situazioni di segno monopolistico, in funzione dello spostamento del baricentro della normativa da una repressione degli atti restrittivi della concorrenza ad una diretta sanzione delle posizioni di dominio del mercato, dall'altro (e ancor più decisamente) il superamento dei dubbi, sollecitati dalla vecchia normativa, circa l'esistenza di una duplice nozione di controllo, posto che la riformulazione del terzo comma del nuovo testo dell'articolo 4, interpretando autenticamente la disposizione sostituita, impone di intendere la nozione di controllo in essa adottata secondo la stessa estensione di quella usata ai fini della trasparenza ».

Ed esattamente viene osservato che il punto più significativo della nuova normativa riguarda l'unitaria individuazione della nozione di controllo che consente ormai di classificare la complessiva

(1) NICOLÒ LIPARI, *Commentario alla legge 25 febbraio 1967, n. 67.*

disciplina come una normativa di scopo volta, in buona sostanza, a garantire il valore costituzionalmente protetto del pluralismo informativo attraverso una regolamentazione unitaria dell'assetto proprietario delle imprese editrici di quotidiani. « È su questo punto che si misurerà la capacità del sistema di raccogliere e condurre ad ulteriori svolgimenti le spinte innovative adattando le vecchie categorie giuridiche alle nuove realtà ».

3. Dopo aver delineato i tratti generali inerenti al quadro dell'editoria, è opportuno (in una visuale realistica che rispecchi il momento attuale e il divenire) riguardare il comparto stesso in base ai seguenti aspetti che sono espressivi della vasta mutazione di scenario:

a) stanno venendo in risalto i primi segni di una tendenza del settore a inserirsi in una dimensione transnazionale, mediante alleanze e accordi con imprese estere. Ciò rappresenta un fenomeno, nuovo, se si consideri che finoggi nel nostro Paese il « mercato » della informazione era circoscritto a una dimensione esclusivamente nazionale (per una molteplicità di cause, tra le quali, non ultima, la barriera linguistica inerente al prodotto editoriale).

Finora le formule di internazionalizzazione si erano sviluppate soprattutto nel campo degli interessi primariamente industriali. E questo profilo è agevolmente comprensibile, quando si osservi che l'attuale sviluppo dell'economia contemporanea è fondato anche sui processi di internazionalizzazione, in quanto si tratta di creare imprese industriali capaci di realizzare una penetrazione nei mercati sfruttando le economie di scala nelle fasi della ricerca e sviluppo, della produzione e della commercializzazione dei prodotti. Il carattere di questo processo appare tanto più evidente nel momento in cui la Comunità si avvicina alla scadenza del 1992, data del previsto completamento del mercato interno comunitario. E come è stato rilevato in un recente documento della Commissione Industria del Senato, « il legislatore nazionale non può agire contro corrente, ponendo vincoli ai processi di internazionalizzazione in quanto tali; ma ciò che deve preoccupare il legislatore è, semmai, il pericolo di abuso delle posizioni dominanti ».

Per tale aspetto è da sottolineare che l'esigenza di arginare e rimuovere le situazioni di oligopolio o di monopolio è presente all'attenzione non solo del Parlamento italiano, ma anche della CEE. Nel recente documento del Parlamento Europeo (doc. A2-OZ46/87 dell'8 dicembre 1987, che riguarda specificatamente il comparto dell'informazione) viene affermato che occorre « combattere i monopoli e gli oligopoli lesivi di un'autentica espansione del pluralismo culturale e dei diritti del cittadino alla libertà d'informazione ».

Sulla base di tali rilievi, può dirsi che il fenomeno degli intrecci societari transnazionali non presenta aspetti negativi, fino a quando rimane nell'ambito di una « fisiologia del sistema », cioè nei limiti di uno strumento rivolto a un miglior livello organizzativo dell'impresa, a un ampliamento delle sfere di azione nel mercato. Può invece porre delicati problemi, se conduce a situazioni monopo-

oligopolistiche oppure implica tecniche occultative degli effettivi assetti o è rivolto proprio a consolidare, attraverso intrecci proprietari con società estere, la posizione dominante già raggiunta in ambito nazionale, con l'effetto, sul piano funzionale, di una ancor maggiore sperequazione, nella capacità di informazione, tra i grandi gruppi e le imprese editoriali piccole e medie;

b) il secondo tratto caratterizzante è dato del persistere e anzi dall'accentuarsi della tendenza ad una maggiore concentrazione delle testate; la quale, se per qualche aspetto costituisce il risvolto del fenomeno dell'industrializzazione dell'attività giornalistica, per altri profili, invece, rappresenta l'effetto della pressione di interessi emergenti che spesso sono di origine extraeditoriale;

c) il pianeta editoria appare oggi diviso in due emisferi: l'uno del mercato forte, costituito da gruppi o da aggregazioni imprenditoriali dotati di notevoli mezzi economici e di cospicue risorse pubblicitarie, l'altro del mercato debole, costituito da imprese medie e piccole. Il sistema difficilmente ammette posizioni autonome e di livello mediano. A ciò si aggiunge la considerazione che si va accentuando la presenza dei gruppi industriali e finanziari nel settore dell'editoria (e più in generale in quello dell'informazione): una presenza che diventa particolarmente rilevante nei grandi gruppi del settore, come è dimostrato, tra l'altro, dal mutamento nell'assetto aziendale della Mondadori verificatosi nel maggio di quest'anno. Tale intensificarsi dell'intreccio fra industria-finanza ed editoria comporta un ulteriore restringimento dell'area dei cosiddetti « editori puri », i quali ormai residuano solo nella fascia delle piccole e medie imprese.

Ad arginare siffatto fenomeno si vanno profilando, di recente, progetti legislativi di iniziativa parlamentare, che mirano a fissare dei « limiti percentuali » rispetto alle concentrazioni conglomerali che, avendo la loro attività prevalente in settori industriali o finanziari, operano anche nei segmenti dell'informazione (editoria, radiofonia, televisione).

Particolarmente, al fine di mantenere il pluralismo dell'informazione, tale da riflettere tutti gli interessi diversificati del paese, occorre che il sistema si orienti nel senso di mantenere in vita ed anzi incoraggiare anche quell'editoria che, senza partecipare alla corsa delle concentrazioni, e senza possibilità di attingere al mercato pubblicitario, persegue gli obiettivi (di valore collettivo) di dare voce a interessi, culture, opzioni politiche, che, altrimenti, rischierebbero di non essere rappresentati;

d) un dato condizionante del settore si rinviene nella pubblicità. Il dato è così evidente che intorno alla sua rilevanza si è sviluppato da tempo un dibattito dai molteplici aspetti. Anzitutto si è posta la questione se la pubblicità commerciale integri una forma di manifestazione del pensiero, coperta dalle garanzie che l'articolo 21 assicura alla libertà ivi enunciata, o se invece debba ascrivere alla categoria delle attività di esercizio dell'iniziativa economica (come tale protetta ai sensi, e nei limiti, dell'articolo 41 della

Costituzione). La sentenza della Corte costituzionale 17 ottobre 1985, n. 231, ha preso posizione, sul punto, sancendo la riferibilità all'articolo 41 della Costituzione e quindi alle limitazioni ivi previste al secondo e terzo comma.

È evidente l'esigenza di introdurre criteri razionalizzatori del sistema, poiché un forte squilibrio nella distribuzione delle risorse pubblicitarie di un comparto nel settore dell'informazione difficilmente può essere compatibile con una situazione concorrenziale e pluralistica, specie se lo squilibrio è mantenuto per un lungo periodo di tempo.

In sostanza si verifica un nesso tra concentrazione delle fonti della pubblicità e quella degli « arcipelaghi » di testate di quotidiani.

4. Un'ulteriore connotazione del settore si ravvisa nel fenomeno emergente delle sinergie, che merita di essere esaminato con attenzione. Di esso ho già fatto un accenno nella mia relazione al Parlamento del 30 novembre 1987, nella quale ebbi a rilevare che, poiché « la situazione di cui trattasi, al pari di ogni fenomeno nuovo emergente, richiede tempi di riflessione e acquisizione di elementi ricognitivi, non si può fare ancora una valutazione con piena cognizione di causa. Bisogna attendere le linee di svolgimento ».

Successivamente nell'audizione del febbraio 1988 innanzi alla Commissione Industria del Senato, avente ad oggetto la legislazione antimonopolio in generale e in particolare il settore editoriale, ebbi a prospettare tra l'altro, l'opportunità di avviare a soluzione il problema, che tende a dilatarsi.

Ora, però, poiché *medio tempore* il problema di cui trattasi è stato portato all'attenzione di qualificate sedi istituzionali, ha formato oggetto di moltissimi scritti della stampa d'informazione, ed è venuto in particolare risalto nella vertenza per il rinnovo del contratto dei giornalisti, ritengo sussistere attualmente i presupposti per una prima valutazione dei termini in cui si pone la questione.

Anzitutto, si osserva che la essenza delle sinergie (o con altra, similare denominazione « economie di gruppo e interaziendali ») consiste nella utilizzazione plurima del materiale giornalistico da parte di testate (quotidiani, periodici, agenzie di informazione), appartenenti o comunque collegate a gruppi editoriali, o consorzi di testate. L'elemento sostanziale diventa dunque l'accorpamento di taluni servizi (oppure l'agenzia al servizio delle singole testate). Ciò posto, nella situazione considerata sussistono due diversi angoli di visuale:

a) da un lato i promotori delle iniziative sostengono che le operazioni sinergiche hanno lo scopo di unire le forze di alcuni giornali, al fine di reggere la concorrenza con le macroimprese, di ridurre determinati costi di produzione e quindi di poter più agevolmente affrontare le esigenze del mercato;

b) dall'altro lato i giornalisti, pur senza disconoscere in assoluto che i processi sinergici presentano taluni profili positivi per le gestioni aziendali, prospettano il pericolo che essi possano compor-

tare una omologazione dell'informazione, comprimere l'autonomia del giornalista, esplicitare un'incidenza negativa sui livelli occupazionali.

Ritengo, nei suoi termini oggettivi, che il fenomeno delle sinergie è da ritenere ammissibile nei limiti in cui tenda a finalità positive (riduzione dei costi produttivi, espansione e arricchimento del prodotto informativo ecc.), ma che occorre anche segnare dei precisi « argini » i quali valgono ad eliminare incidenze negative e a rimuovere i pericoli di fattori distorsivi.

Che i pericoli ci siano, non sembra disconoscibile. Significative, in proposito, sono due interrogazioni parlamentari, l'una degli onorevoli Seppia e Aniasi (9 febbraio 1988) e l'altra dell'onorevole Sterpa (23 febbraio 1988), rivolte al Presidente del Consiglio dei ministri. Conviene riportarne alcuni brani. Il testo della prima pone in risalto quanto segue: « Sono in atto, come è possibile rilevare da numerosi e documentati articoli di stampa specializzata e non, da parte di importanti gruppi editoriali privati, accordi a carattere imprenditoriale e tecnologico volti all'attuazione di sinergie, ovverosia interconnessioni, fra più testate giornalistiche all'interno di un medesimo gruppo editoriale come anche alla realizzazione di pool, ovverosia alleanze, fra testate giornalistiche di proprietà di gruppi editoriali distinti. Effetto di dette sinergie e di pool appare essere l'unificazione dell'impaginazione grafica dei quotidiani con l'obiettivo di realizzare un certo numero di pagine uguali per tutte le testate coinvolte e, attraverso la creazione di « agenzie di servizi », il rifornimento di servizi giornalistici uguali per un insieme di quotidiani.

I fenomeni richiamati sono resi possibili e facilmente realizzabili attraverso mezzi tecnologici sempre più potenti e raffinati, con il conseguente trasferimento in tempo reale di intere pagine di giornale fra testate e fra agenzie centralizzate di servizi e testate decentrate ».

Il testo della seconda interrogazione pone la domanda se non si avverta il rischio che, attraverso le soprarichiamate alleanze e strategie editoriali, venga leso il principio del pluralismo dell'informazione, che il Parlamento aveva inteso difendere e rafforzare proprio con le recenti leggi a favore dell'editoria di informazione.

Occorre ricordare come anche il Consiglio dell'Ordine dei giornalisti abbia in più occasioni ravvisato l'esigenza di una disciplina del fenomeno delle sinergie, in modo che ne siano valorizzati gli aspetti positivi e ne siano espunte le possibili incidenze negative.

Così chiariti i termini della questione, è da condividere siffatta esigenza. La quale, a mio avviso, può essere soddisfatta in due modi: *a)* mediante una auspicabile intesa fra le due parti direttamente compartecipi del processo produttivo dell'informazione (editori e giornalisti); *b)* oppure (ove mai non sia possibile raggiungere in sede di accordi una linea compositiva dei diversi interessi, individuali e collettivi, implicati nel settore) mediante una normazione, rivolta a segnare i principi regolatori della materia.

5. Tra i molteplici profili sullo stato dell'editoria, vanno ricordati tre « momenti » particolarmente importanti del semestre 1° dicembre 1987-31 maggio 1988, che valgono a dimostrare quanto il settore dell'informazione sia, sempre più, di rilevante interesse ai fini della vita democratica della società.

In ordine di tempo il primo di essi è costituito dal documento CEE (A2-NO46/87, che, pur occupandosi precipuamente del coordinamento delle disposizioni normative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività radiotelevisive, traccia in realtà principi valevoli anche per il comparto editoriale, in riferimento al quale enuncia l'indirizzo di « combattere i monopoli e gli oligopoli lesivi di un'autentica espansione del pluralismo culturale e dei diritti del cittadino alla libertà di informazione » e, poi, sottolinea l'esigenza di « distribuire tra i vari media la risorsa della pubblicità in modo da evitare una sproporzionata concentrazione della stessa a danno della carta stampata e di altre forme di editoria ».

Il secondo momento è costituito dal documento programmatico, allegato alle dichiarazioni del Presidente del Consiglio onorevole De Mita per la presentazione del Governo al Parlamento (aprile 1988), nel quale trova un rilievo l'editoria giornalistica. Le linee programmatiche segnate sono le seguenti:

a) occorre innanzitutto conferire certezza giuridica alla professione giornalistica, definendo con esattezza il quadro dei diritti e dei doveri che ad essa ineriscono: la garanzia costituzionale all'esercizio del diritto di informare deve trovare piena attuazione senza, peraltro, comprimere altri diritti ed esigenze che meritano adeguata tutela;

b) per quanto riguarda l'intervento dello Stato nei confronti delle imprese, esaurita la fase della erogazione delle provvidenze dirette — salvo che per alcuni segmenti editoriali strutturalmente deboli, quali le agenzie di informazione e i giornali con insufficienti risorse pubblicitarie — occorre passare ad una nuova fase caratterizzata dalla messa a disposizione di servizi efficienti e di strumenti rivolti allo sviluppo e non al semplice sostegno delle diverse iniziative;

c) gli interventi, sono finalizzati al mantenimento da parte della stampa scritta del suo ruolo fondamentale ai fini della libera espressione del pensiero e della libera formazione delle opinioni. Il terzo momento si rinviene nella relazione della X Commissione permanente (Industria) del Senato, in data 30 aprile 1988, elaborata al termine di una fitta serie di audizioni che hanno consentito un'indagine approfondita su « internazionalizzazione delle imprese e concentrazioni industriali ».

Il documento medesimo enuncia tra le affermazioni di principio che il legislatore nazionale deve porsi l'obiettivo di evitare il pericolo di abuso delle posizioni dominanti e tutelare la libera concorrenza contro ogni pratica restrittiva o distorsiva. E inoltre, nel proporre la costituzione di un'Alta autorità, finalizzata a garantire l'osservanza della normativa nazionale, osserva come in alcuni settori siano « già esistenti speciali organi di vigilanza (la Banca d'Italia per il credito, l'ISVAP per le assicurazioni, la Consob per i

mercati finanziari e il Garante per l'editoria), sicché dovranno essere individuate forme di coordinamento tra l'Alta autorità e gli organi ora specificati ».

I tre profili su indicati rappresentano altrettanti « punti prospettici » rivolti verso lo scenario dell'informazione.

6. Un ulteriore elemento che ha contrassegnato il semestre, a cui si riferisce questa relazione, è dato dall'*iter* lungo e complesso, concernente il rinnovo del contratto di lavoro giornalistico.

Fermo rimanendo che lo svolgersi delle trattative e delle linee compositive della vertenza fra le parti trova luogo nella sede istituzionale naturale, il Ministero del lavoro, ha ritenuto tuttavia di dover rilevare che sussistono, in tale materia, profili di ordine istituzionale, che, pure richiamandosi alla fonte dell'autonomia negoziale delle parti (editori e giornalisti), per taluni aspetti sovrastano le loro reciproche posizioni soggettive, in quanto si collegano direttamente alla salvaguardia dei diritti dei cittadini ad essere informati e all'esercizio di una libertà costituzionalmente garantita.

In correlazione specifica con tali interessi generali (i quali emergono, tra l'altro, nettamente da tutta la *ratio* ispiratrice della legge sull'editoria) ho preso contatto in data 2 marzo 1988 con i rappresentanti della FIEG e con quelli della FNSI, facendo presente l'esigenza di superare le situazioni di stallo nelle trattative, e la necessità di tenere sempre in vista quegli interessi superindividuali e collettivi, che permeano, in relazione alla natura di bene sociale inerente alla informazione, tutta la serie dei rapporti intercorrenti fra le due categorie inscindibilmente compartecipi del processo produttivo della comunicazione sociale (editori e giornalisti).

CAPITOLO II

ASSETTI PROPRIETARI DI IMPRESE EDITORIALI DI QUOTIDIANI

Assetti proprietari di imprese editoriali di quotidiani, con riferimento al 31 dicembre 1987.

1 L'ADIGE

Società editrice: **N.E.T. - Nuova Editrice Trentina - S.r.l.**
Milano

Ripartizione delle quote

Persone fisiche 51%:

Gelmi Mattiazzo di Caporiacco Francesco	50%
Assiati Cristina	1%

Società di capitali 49%:

Confida S.p.A. Istituto fiduciario e di revisione	49%
---	-----

2 AGENZIA DI VIAGGI

Società editrice: **Editrice Turistica S.r.l.**
Roma

Ripartizione delle quote

Persone fisiche 100%:

Ambrosini Cristina	25%
Ambrosini Riccardo	25%
Ambrosini Marco Valerio	25%
Ambrosini Elisabetta	25%

3 ALTO ADIGE

Società editrice: **S.E.T.A. - Società Editrice Tipografica Atesina S.p.A.**
Bolzano

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
Cima Brenta S.p.A.	100%	Persone fisiche	2%
		Edit. L'Espresso S.p.A.	34%
		Arnoldo Mondatori Editore S.p.A.	16%
		Athesis Soc. Edit. S.p.A.	16%
		Hirschprunn S.p.A.	16%
		General Bau S.p.A.	16%

4 ARENA

Società editrice: **Società Athesis S.p.A.**
S. Martino Buon Albergo (Verona)

Ripartizione delle azioni

<i>Persone fisiche (n. 8) 3,35%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
<i>Società di capitali 93,5%:</i>			
Promofin S.p.A. (Fiduc. per Ass. Industriali Prov. Verona)	10%	Ass. Industria Prov. Verona	99 %
F.I.N.V.I. S.p.A. (Fiduc. per Ass. Industriali Prov. Vicenza)	10%	Ferro Giancarlo	1 %
S.I.F.I. S.p.A.	57%	Ass. Industriali Prov. Vicenza	99 %
		Tonato Vittorio	1 %
		Persone fisiche 4	44,07%
		Cementizillo S.p.A.	13,50%
		Finairon S.p.A.	11,24%
		Consul Fiduc. S.r.l.	20,16%
		SIFI S.p.A. (az. senza diritto voto)	9,99%
SO.GE.FIN. S.p.A.	3%	Persone fisiche 7	
Partinvest S.r.l.	5%	Persone fisiche 9	
Athesis (az. proprie S.D.V.)	11,61%		

5 ASTE E APPALTI PUBBLICI

Società editrice: **S.F.C. S.p.A.**

Ripartizione delle azioni

<i>Persone fisiche 100%:</i>	
Sartori Maria	99%
Sartori Elina	1%

6 AVANTI!

Società editrice: **Nuova Editrice Avanti S.p.A.**
Roma

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 100%:

Craxi Bettino	99%
Formica Salvatore	1%

7 AVVENIRE

Società editrice: **Nuova Editoriale Italiana S.p.A.**
Milano

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 97,47%:

Tonini Ersilio	34,43%
Maccari Carlo	31,52%
Minchiatti Carlo	31,52%

Enti Ecclesiastici (3) 2,53%

8 L'AVVISATORE MARITTIMO

Società editrice: **L'Avvisatore Marittimo - Eredi di Giuseppe Anelli - S.n.c.**
Genova

Ripartizione delle quote

Persone fisiche (6) 100%:

Anelli Alessandro	24,39%
Bellio Carlo	21,95%
Bellio Giorgio	21,95%
Anelli Giuseppe	21,95%
Ulcigrai Alessandra	9,75%

9 BRESCIA OGGI NUOVO

Società editrice: **Coop. Editoriale 28 Luglio a r.l.**
Brescia

Ripartizione delle quote

Persone fisiche (69) 100%

10 CENTROSocietà editrice: **SECI - Società Ediz. Centro Italia - S.p.A.**

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
FINEGIL S.p.A.	50%	Editoriale L'Espresso S.p.A.	100%
SEA S.p.A.	50%	Sensi Francesco	51%
		Soc. Veronese Gestione Compraven- dita Immobili S.p.A.	49%

11 CORRIERE (Corriere dell'Umbrie ed edizioni locali)Società editrice: **Editoriale Quotidiani Locali S.r.l.**
Perugia

Ripartizione delle quote

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
Adriatica Costruzioni S.r.l.	50%	Longarini Edoardo	60%
Adriatica Costruzioni Ancona S.r.l.	50%	Galvani Assunta	40%
		Longarini Edoardo	60%
		Galvani Assunta	40%

12 CORRIERE ADRIATICOSocietà editrice: **SEA - Società Editrice Adriatica S.p.A.**
Ancona

Ripartizione delle azioni

<i>Persone fisiche 51:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
Sensi Francesco	51%	Sensi Francesco	50%
<i>Società di capitali 49%:</i>		Nanni Maria Sensi	1%
Società veronese gestione compraven- dita immobili S.p.A.	49%	Immobiliare Patetta S.p.A.	49%

13 CORRIERE DEL GIORNO DI PUGLIA E LUCANIASocietà editrice: **Cooperativa 19 Luglio S.r.l.**
Taranto

Ripartizione delle quote

Persone fisiche (n. 13) 100%

14 CORRIERE DELLA SERA

Società editrice: **R.C.S. Editori S.p.A.**
Milano

Ripartizione delle azioni

<i>Persone fisiche 6,24%:</i>			
Arvedi Giovanni	6,24%		
<i>Società di capitali 93,76%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
GEMINA S.p.A.	55,84%	SADIP S.p.A.	30,58%
		Mediobanca S.p.A.	12,22%
		Soc. Metallurgica Italiana S.p.A.	11,24%
		Italcementi S.p.A.	2,84%
		Lucchini S.p.A.	2,08%
Hachette S.A.	9,99%	Altri pacchetti az. inferiori al 5%	41,04%
Iniziativa META S.p.A.	21,66%	Montedison S.p.A.	56,44%
		SIFI S.p.A.	5,28%
		Altri soci	38,28%
MITTEL S.p.A.	6,25%	Intesa Finanz. S.p.A.	30,6%
		Intesa Finanz. S.p.A. Tramite Monteti-	
		toli S.p.A.	17,56%
		FEDI S.p.A.	12,61%
		PICTET e C. Banchieri Ginevra	6,85%
		Italmobiliare S.p.A.	3,42%
		Banca S. Paolo di Brescia	5,38%
		Banca Naz. dell'Agricoltura	3,12%
		Banco di Roma	2,42%

15 CORRIERE DELLO SPORT - STADIO

Società editrice: **Corriere dello Sport S.r.l.**
Roma

Ripartizione delle quote

<i>Persone fisiche 100%:</i>	
Amodei Francesco, usufruttuario (titolari: Amodei Roberto e Rossi Marcello)	65%
Amodei Roberto	35%

16 CORRIERE MERCANTILE

Società editrice: **Giornali e Poligrafici Soc. Coop. a r.l.**
Genova

Ripartizione delle quote

Persone fisiche (56) 100%

17 DOLOMITEN

Società editrice: **Athesiadruck**
Bolzano

Nota: Rientra nel disposto dell'art. 19 della Legge 5 agosto 1981, n. 416

18 ECO DI BERGAMO

Società editrice: **Società Editrice S. Alessandro S.E.S.A. S.p.A.**
Bergamo

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 0,008%:

Enti Morali 99,992%:

Opera Diocesana S. Narno	99,95%
Seminari Vescovile di Bergamo	0,04%

19 ESPRESSO SERA - CORRIERE DI SICILIA

Società editrice: **Società Editoriale Meridionale S.E.M. S.r.l.**
Catania

Ripartizione delle quote

Società di capitali 100%:

S.I.G.E. S.p.A.

100%

Assetto proprietario:

Sanfilippo Mario Ciancio

66,66%

Guarnaccia Valeria

0,06%

Figerana S.p.A.

33,26%

20 IL FIORINO

Società editrice: **Editrice Esedra S.p.A.**
Roma

Ripartizione delle azioni

Società di capitali 99,99%:

E.TELFIN S.p.A.

99,99%

Assetto proprietario:

Conti Anna Maria

48%

D'Amato Luigi

52%

21 GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

Società editrice: **Editrice del Sud - Edisud S.p.A.**
Bari

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 4,04%:

Fontana Ludovico	2 %
Gorjux Giuseppe	2 %
Gorjux Giacomo	0,02%
Fontana Alfieri	0,02%

Società di capitali 95,96%:

FINEDI S.p.A.	93,94%
ICAI S.p.A.	2 %
Soc. Immobiliare Adriatica S.r.l.	0,02%

Assetto proprietario:

Persone fisiche n. 5	70,13%
ICAI S.p.A.	27,33%
Soc. Immob. Adriatica S.r.l.	2,54%
Romanazzi Stefano ed altre 4 persone fisiche	100%

22 GAZZETTA DEL SUD

Società editrice: **Società Editrice Siciliana S.E.S. S.p.A.**
Messina

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 52%:

Bonino Uberto	51,50%
Pulejo Federico	0,50%

Società di capitali 48%:

Italmobiliare S.p.A.	33 %
Messapia S.r.l.	15 %

Assetto proprietario:

Compagnia Fiduciaria Naz.le S.p.A.	40,30%
Soc. Assicuratrice Industriale	6,35%
Altri soci	53,35%
Ciancio Mario Sanfilippo	98,57%
Salvadori Del Prato Giuliano	1,42%

23 GAZZETTA DELLO SPORT

Società editrice: **R.C.S. Editori S.p.A.**
Milano

Ripartizione delle azioni

24 GAZZETTA DI CARPI

Società editrice: **Editore Le Gazette S.p.A.**
Mantova

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 5%:

Bulbarelli Guerrino 5%

Società di capitali 95%:

Arnaldo Mondadori Edit. S.p.A. 85%

CITEM Soc. Coop. a r.l. 10%

Assetto proprietario:

Cfr. 71, assetto proprietario del quotidiano *La Repubblica*

Persone fisiche n. 76

25 GAZZETTA DI MANTOVA

Società editrice: **Società Editoriale Le Gazette S.p.A.**
Mantova

Ripartizione delle azioni

Cfr. n. 24 Gazzetta di Carpi

26 GAZZETTA DI PARMA

Società editrice: **Società Edizioni Giornali & Affini S.E.G.E.A. S.p.A.**
Parma

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 9,18%

Società di capitali 2,91%:

B.S.G. S.r.l. 1,64%

PARMALAT S.p.A. 1,27%

Titolarità fiduciaria 87,91%:

Bartolini Romano fiduciario di
Unione Parmense Industriali

27 GAZZETTA DI REGGIO

Società editrice: **Società Editoriale Le Gazette S.p.A.**
Mantova

Ripartizione delle azioni

Cfr. n. 24 Gazzetta di Carpi

28 GAZZETTINO

Società editrice: **Società Finanziaria ed Editoriale San Marco S.p.A.**
Venezia

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
S.E.P. Soc. Editr. Padana S.p.A.	95%	N. 47 soggetti con singole quote non superiori al 7%	100%
V.E.D.	5%	N. 35 soggetti con quote singole non superiori all'8%	100%

29 IL GIORNALE D'ITALIA

Società editrice: **Editrice Esedra S.p.A.**
Roma

Ripartizione delle azioni

<i>Persone fisiche 0,01%</i>			
<i>Società di capitali 99,99%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
ETELFIN S.p.A.	99,99%	D'Amato Luigi	48%
		Conti Anna Maria	52%

30 IL GIORNALE DI BERGAMO OGGI

Società editrice: **Investeditor S.p.A.**
Bergamo

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
A. Bortolotti & C. S.p.A.	96%	Bortolotti Achille	50%
		Crivelli Carlo	1%
		Addington Petron N.V.	49%
FINEST S.p.A.	1%		
WALK OVER S.p.A.	1%		
Agricola S. Marino S.p.A.	1%		
Coop. Edit. 28 Luglio	1%		

31 IL GIORNALE DI BRESCIASocietà editrice: **Editoriale Bresciana S.p.A.**

Ripartizione delle azioni

*Persone fisiche 14,96%**Società di capitali 85%:*

GOLD LINE S.p.A.

64,39%

PARTEDIT S.r.l.

19,56%

FINSPADA S.p.A.

1,05%

Assetto proprietario:

Fondaz. G. Tovini

91,66%

Altri

8 %

Assoc. G. Folonari

40 %

15 persone fisiche

60 %

Spada Alessandra e Antonio

100 %

32 IL GIORNALE DI CALABRIASocietà editrice: **Soluri Giuseppe****33 IL GIORNALE DI NAPOLI**Società editrice: **Offset Meridionale S.r.l.**
Napoli

Ripartizione delle quote

Persone fisiche 35%:

Mazzoni Orazio

35%

Società di capitali 65%:

Buontempo Costruzioni Generali S.p.A.

32%

Informer S.r.l.

33%

Assetto proprietario:

Buontempo Eugenio

99,50%

Buontempo Marcello e Renato

0,50%

Infogest S.r.l.

48,33%

7 persone fisiche

51,77%

34 IL GIORNALE DI SICILIA

Società editrice: **Giornale di Sicilia Editoriale Poligrafica S.p.A.**
Palermo

Ripartizione delle azioni

Società di capitali 19,98%:

ARPI S.p.A. 19,98%

Persone fisiche 80,02%:

Ardizzone Antonio 40,01%

Ardizzone Pirri Piero 23,34%

Ciancio Sanfilippo Mario 8,34%

Rodogno Daniele 8,33%

Assetto proprietario:

Ardizzone Antonio 57,08%

Ardizzone Pirri Piero 18,31%

Pirri Mario 18,33%

APE S.r.l. 6,26%

35 IL GIORNALE DI VICENZA

Società editrice: **Athesis S.p.A.**
S. Martino Buon Albergo (Verona)

Ripartizione delle azioni

Cfr. n. 4 Arena

36 IL GIORNALE NUOVO

Società editrice: **Società Europea di Edizioni S.p.A.**
Milano

Ripartizione delle azioni

Società di capitali 100%:

Silvio Berlusconi ed. S.p.A. 50,70%

FIED S.p.A. 37,30%

SVED S.r.l. 12,00%

Assetto proprietario:

Berlusconi Silvio 51,09%

EFIN S.p.A. 49 %

Berlusconi Silvio 51,09%

Silvio Berlusconi ed. S.p.A. 29,70%

SVED S.r.l. 15,33%

N. 86 persone fisiche 3,87%

Istituto Geogr. De Agostini S.p.A. 25 %

FIDEA S.p.A. 24 %

7 persone fisiche 51 %

37 IL GIORNO

Società editrice: **Segisa Società Editrice Il Giorno S.p.A.**
Milano

Ripartizione delle azioni

Ente pubblico 99%:

ENI - Ente Naz. idrocarburi 99%

Società di capitali 1%:

SOFID

1%

Assetto proprietario:

ENI	70,66%
AGIP	10,38%
SNAM	9,16%
N. 5 società	9,80%

38 INFORMAZIONI PER IL COMMERCIO CON L'ESTERO

Società editrice: **Edizioni Abete S.r.l.**

Ripartizione delle quote

Società di capitali 100%:

Abete S.p.A.

100%

Assetto proprietario:

Abete Luigi	50%
Abete Giancarlo	50%

39 INTERNATIONAL COURIER

Società editrice: **R.R. Edizioni S.r.l.**
Roma

Nota: Rientra nel disposto dell'art. 19 della legge 5 agosto 1981, n. 416

40 ITALIA OGGI

Società editrice: **Finedit 2000 S.p.A. Finanziaria Editoriale**
Milano

Ripartizione delle azioni

Società di capitali 100%:

IPSOA S.p.A.

96,23%

Assetto proprietario:

ISVIM S.p.A.	71%
COFIRA S.p.A.	12%
COFIZA S.p.A.	12%
Edifin 90 S.r.l.	5%

INVIM S.p.A.

3,77%

41 LIBERTÀ

Società editrice: **Stabilimento Tipografico Piacentino S.p.A.**
Piacenza

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 100%:

Prati Ernesto	48,88%
Ronconi Donatella ed Enrica	48,88%
Prati Leonardo	0,55%
Prati Filiberto	0,55%
Ronconi Donatella	1,11%

42 IL LAVORO

Società editrice: **Editoriale Ligure Piemontese S.p.A.**
Genova

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
Cameli Holding S.r.l.	25%	5 persone fisiche	52,5%
		2 società	47,5%
Publiconsul S.r.l.	25%	2 persone fisiche	51 %
		3 società di capitali	49 %
A.D. Taverna S.p.A.	25%	6 persone fisiche	76 %
		5 società di capitali	24 %
Generale Ristorazione S.p.A.	25%	Centro fiduciario S.p.A.	32,9%
		9 persone fisiche	67,1%

43 IL MANIFESTO QUOTIDIANO COMUNISTA

Società editrice: **Il Manifesto Coop. Editrice a r.l.**
Roma

Ripartizione delle quote

Persone fisiche (n. 47) 100%

44 IL MATTINO

Società editrice: **E.DI.ME. Edizioni Meridionali S.p.A.**
Napoli

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
Edigolfo S.p.A.	51%	Romanazzi Stefano	37,50%
		Gorjux Giuseppe	37,50%
		Edisud S.p.A.	25 %
Affidavit S.p.A.	49%	Citaristi Severino	90 %
		Compagnoni Mario	10 %

45 IL MATTINO DI PADOVA

Società editrice: **Editoriale Quotidiani Veneti di Giorgio Mondadori e Associati S.p.A.**
Padova

Ripartizione delle azioni

Cfr. 82 Tribuna di Treviso

46 IL MESSAGGERO

Società editrice: **Società Editrice Il Messaggero S.p.A.**
Roma

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>	
Montedison S.p.A.	100%

47 IL MESSAGGERO VENETO

Società editrice: **Società Veneta Editrice S.p.A.**
Udine

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche (n. 18) 56,66%:

Melzi Carlo e altre 17 persone fisiche 56,66%

Società di capitali 43,34%:

Edit.le Lino Zanussi di A. Pavan e
Commerciale e C. S.n.c. 35 %
Sautec S.p.A. 0,56%
Manifattura di Cremona 0,22%
Pittini Andrea, fiduciario per conto
dell'Associazione Industriale Provincia
Udine 7,51%

Assetto proprietario:

Zanussi Antonia, Paola, Andrea, An-
gela 100%
N. 18 persone fisiche 100%
N. 9 persone fisiche 100%

48 LA NAZIONE

Società editrice: **Poligrafici Editoriale S.p.A.**
Bologna

Ripartizione delle azioni

Società di capitali 87,72%:

Editoriale S.p.A. Soc. Gen. Fin. Edito-
riale 67,60%
INFI S.p.A. Industria Finanziaria 20 %

ACI Azienda Costruzioni Italiane
S.p.A. 10,11%
SAI Soc. Assicuratrice 5,01%

Preneafin Fin. S.p.A. 5 %

Assetto proprietario:

Monti Riffeser Maria Luisa 57,99%
Finanziaria Italcementi 20 %
Fintitoli 5 %
Monti Riffeser Maria Luisa 45,6 %
Monti Attilio 11,7 %
Spafid S.p.A. (per conto di Monti Rif-
feser Maria Luisa) 20 %
Finavest S.a. 16,7 %
Credito Svizzero 3,7 %
Ferming & Financial Corporation Pa-
nama 2,4 %
N. 3 persone fisiche 100 %

Premafin Finanziaria 39,04%
Interbaros Int. Holding B.V. 22,28%

49 LA NOTTE

Società editrice: **Società Imprese Editoriali Milanesi S.p.A.**
Milano

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 100%:

Rusconi Alberto	96%
Reatti Rusconi Luciana	4%

50 LA NUOVA GAZZETTA DI MODENA

Società editrice: **Editoriale Le Gazette S.p.A.**
Mantova

Ripartizione delle azioni

Cfr. 24 Gazzetta di Carpi

51 LA NUOVA SARDEGNA

Società editrice: **Editoriale La Nuova Sardegna S.p.A.**
Sassari

Ripartizione delle azioni

Società di capitali 100%:

FIN.E.G.I.L. S.p.A.	54,98%
Compendium S.r.l	37,01%
SIT Finanziaria S.p.A.	4 %
EDI.SAR S.r.l.	4 %

Assetto proprietario:

Edit. L'Espresso S.p.A.	100%
Gelmi di Caporiacco Francesco	90%
Schwab Luisa	10%
Consorzio Bancario SIR CBS S.p.A. in liquidazione	100%
N. 4 persone fisiche	100%

52 NUOVA VENEZIA

Società editrice: **Editoriale Quotidiani Veneti di Giorgio Mondadori e Associati S.p.A.**
Padova

Ripartizione delle azioni

Cfr. 82 Tribuna di Treviso

53 OGGI SUD

Società editrice: **Coop. Oggi Sud a r.l.**
Catanzaro

Ha iniziato le pubblicazioni il 7 agosto 1984 e le ha sospese in data 21 giugno 1986, riprendendole il 21 maggio 1987.

Soci, alla data del 24 dicembre 1987: 9 persone fisiche.

54 L'ORA

Società editrice: **Giornale L'Ora Soc. Coop. a r.l.**
Palermo

Ripartizione delle quote

N. 41 persone fisiche 100%

55 ORE 12

Società editrice: **Editoriale Ore 12 S.r.l.**
Roma

Ripartizione delle quote

Persone fisiche 71%:

Caretti Enzo	51%
Solazzo Fernando	20%

Società di capitali 29%:

Marifina S.r.l.	29%
-----------------	-----

56 PAESE SERA

Società editrice: **Cooperativa Lavoratori Giornalisti Di Paese Sera « 3 Aprile » a r.l.**
Roma

Ripartizione delle quote

N. 63 persone fisiche 100%

57 IL PICCOLO

Società editrice: **Poligrafici Editoriale S.p.A.**
Bologna

Ripartizione delle azioni

Cfr. 48 La Nazione

58 IL POPOLO

Società editrice: **S.E.I.P. Società Editrice Il Popolo a r.l.**
Roma

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
SFAE S.p.A.	10%	Citaristi Severino	90%
		Compagnoni Mario	10%
Affidavit S.p.A.	90%	Citaristi Severino	90%
		Compagnoni Mario	10%

59 PREALPINA

Società editrice: **Società Editoriale Varesina S.p.A.**
Varese

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche (n. 57) 81,19%

<i>Società di capitali 18,81%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
Credito Varesino	12,64%	Banca Pop. di Bergamo	2 %
		Altri	98 %
Banca Pop. di Luino	5,91%	17.000 soci circa	100,00%
Conciaria Cornelia S.p.A.	0,23%	4 persone fisiche	92,67%

60 PRIMORSKI DNEVNIK

Società editrice: **Editoriale Stampa Triestina S.p.A.**
Trieste

Nota: Rientra nel disposto dell'articolo 19 della legge 5 agosto 1981, n. 416.

61 IL PROGRESSO ITALO-AMERICANO

Società editrice: **Sedint S.p.A.**

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 82,14%:

Mercurio Maria Teresa	26,78%
Lupo Maurizio	55,36%

Società di capitali 17,86%:

L'Editoriale L'Espresso S.p.A.

17,86%

Assetto proprietario:

Cfr. 71 (Repubblica)

62 PROVINCIA DI COMO

Società editrice: **La Provincia di Como S.p.A. Editoriale**
Como

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche (n. 56) 100%

63 PROVINCIA

Società editrice: **Società Editoriale Cremonese S.p.A.**
Cremona

Ripartizione delle azioni

Duchi Angelo. Intestazione fiduciaria
per conto della Libera Associazione

Agricoltori Cremonesi

99,96%

Cremona Data S.r.l.

0,03%

64 LA PROVINCIA PAVESE

Società editrice: **Nuova Editoriale Provincia Pavese S.p.A.**
Pavia

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
Finanziaria Editoriale Giornali Locali S.p.A.	100%	Editoriale L'Espresso S.p.A.	100%

65 PUGLIA

Società editrice: **Cooperativa Olimpico a r.l.**
Roma

Ripartizione delle quote

Persone fisiche (n. 148) 100%

66 QUI FOGGIA

Società editrice: **Sud Domani S.r.l.**
Foggia

Ripartizione delle quote

Persone fisiche 100%:

Filocamo Antonino	60%
Gamberini Anna Maria	40%

(Dal 29 febbraio 1988 è stato trasformato in settimanale).

67 QUOTIDIANO DI BRINDISI

Società editrice: **Edisalento S.r.l.**
Lecce

Ripartizione delle quote

Persone fisiche 54,75%:

Buontempo Eugenio	52,80%
Flascassovitti Francesco	0,97%
Bruno Vittorio	0,97%

Società di capitali 45,25%:

Salentina di investimenti S.r.l.	45,25%	<i>Assetto proprietario:</i>	
		Buontempo Eugenio	95,85%
		Flascassovitti Francesco	4,14%

68 QUOTIDIANO DI FOGGIA

Società editrice: **Edisalento S.r.l.**
Lecce

Ripartizione delle quote

Cfr. 67 Quotidiano di Brindisi

69 QUOTIDIANO DI LECCE

Società editrice: **Edisalento S.r.l.**
Lecce

Ripartizione delle quote

Cfr. 67 Quotidiano di Brindisi

70 QUOTIDIANO DI TARANTO

Società editrice: **Edisalento S.r.l.**
Lecce

Ripartizione delle quote

Cfr. 67 Quotidiano di Brindisi

71 REPUBBLICA

Società editrice: **Editoriale La Repubblica S.p.A.**
Roma

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
Arnoldo Mondadori Edit. S.p.A.	50%	AME Finanziaria S.p.A.	50,30%
		Sabaudia Finanziaria S.p.A.	20,50%
		SOFAP S.p.A.	5,05%
		Mediobanca S.p.A.	4,17%
		Ciancio Sanfilippo Mario S.p.A.	3,56%
Edit. L'Espresso	50%	F.E.A. S.p.A.	30,15%
		Sabaudia Finanziaria S.p.A.	16,93%
		Sigma Tau S.p.A.	6,46%
		Compagnia Padana Investimenti	4,42%
		Ferruzzi Finanziaria S.p.A.	3,44%
		Persone fisiche	17,54%
		Altre società di capitali	8,51%

72 IL RESTO DEL CARLINO

Società editrice: **Poligrafici Editoriale S.p.A.**
Bologna

Ripartizione delle azioni

Cfr. 48 La Nazione

73 SCUOLA SNALS

Società editrice: **Editoriale B.M. Italiana S.r.l.**
(tenuta in gestione dallo SNALS)

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 100%:

Blasi Giovanni	50%
Monti Nunzio	50%

74 SECOLO XIX

Società editrice: **Società Edizioni e Pubblicazioni S.E.P. S.p.A.**
Genova

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 100%:

Cesare Brivio Sforza	33,33%
Perrone Isabella, usufruttuaria (titolare Giulio Grazioli)	33,33%
Perrone Carlo e Mario	33,33%

75 SECOLO D'ITALIA

Società editrice: **Giornale Quotidiano (Secolo d'Italia) di Giorgio Almirante**
Roma

Persone fisiche 100%:

Almirante Giorgio	100%
-------------------	------

76 LA SICILIA

Società editrice: **Domenico Sanfilippo Editore S.p.A.**
Catania

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 100%:

Ciancio Sanfilippo Mario	99,96%
Guarnaccia Valeria	0,04

77 SOLE 24 ORE

Società editrice: **Editrice Il Sole 24 Ore S.r.l.**
Milano

Ripartizione delle quote

Persone fisiche 100%:

Lucchini Luigi fiduciariamente per conto Confindustria	100%
---	------

78 STAMPA

Società editrice: **Editrice La Stampa S.p.A.**
Torino

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>
ITEDI Italiana Ediz. S.p.A.	100%	Fiat S.p.A.

79 STAMPA SERA

Società editrice: **Editrice La Stampa S.p.A.**
Torino

Ripartizione delle azioni

Cfr. 78 Stampa

80 TELESCRIVENTE

Società editrice: **S.E.P.I. coop. a r.l.**
Milano

Ripartizione delle quote

Persone fisiche (n. 10) 100%

81 TEMPO

Società editrice: **L'Editrice Romana S.r.l. (dal 1° aprile 1987)**

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
FINTIBERINA S.p.A.	50%	Italmobiliare S.p.A.	100%
Poligrafici Editoriale S.p.A.	50%	Cfr. 48 La Nazione	

82 IL TIRRENO

Società editrice: **Editoriale Il Tirreno S.p.A.**

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
FINEGIL S.p.A.	75%	L'Editoriale L'Espresso	100%
VAMACO S.p.A.	25%	Novarese Cerutti Teresa	33,40%
		Cerutti Giancarlo	33,30%
		Marocco Antonio Maria	16,65%
		Marocco Cerutti Mariella	16,65%

83 TRIBUNA DI TREVISO

Società editrice: **Editoriale Quotidiani Veneti di Giorgio Mondadori e Associati S.p.A.**
Padova

Ripartizione delle azioni

<i>Società di capitali 100%:</i>		<i>Assetto proprietario:</i>	
Giorgio Mondadori S.p.A.	50%	Giorgio Mondadori S.p.A.	10 %
		Giorgio Mondadori	69,09%
		Bonelli Ronny	20 %
FINEGIL S.p.A.	50%	L'Editoriale L'Espresso	100 %

84 TUTTOSPORT

Società editrice: **Società Editrice Sportiva S.E.S. S.p.A.**
Torino

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 100%:

Piantelli Mario	76%
Piantelli Massimo	24%

85 L'UMANITÀ

Società editrice: **L'Umanità S.r.l.**
Roma

Ripartizione delle quote

Persone fisiche (n. 9) 100%:

Romita Pier Luigi
Longo Pietro
Preti Luigi
Nicolazzi Franco
Magliano Terenzio
Puletti Ruggero
Amadei Giuseppe
Cuiati Giovanni
Sclavi Renzo

86 UNIONE SARDA

Società editrice: **L'Unione Sarda S.p.A.**
Cagliari

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 82,57%:

Grauso Nicola	82,57%
---------------	--------

Società di capitali 17,42%:

Videoline Televisione Cagliari S.r.l.	17,42%
---------------------------------------	--------

Assetto proprietario:

Grauso Nicola	90,40%
Balduina Nuova 2000 S.r.l.	9,50%
Pisano Elena	0,10%

87 L'UNITÀ

Società editrice: **L'Unità S.p.A.**
Roma

Ripartizione delle azioni

Persone fisiche 90,80%:

Natta Alessandro	90,79%
Sarti Armando	0,01%

Persone giuridiche 9,20%:

Coop. soci dell'Unità	6 %	<i>Assetto proprietario:</i>	
Unione Imm.re 2 ^a S.r.l.	3,20%	Tiso Aida	66,43%
		Conte Luigi	33,56%

88 LA VOCE REPUBBLICANA

Società editrice: **Editrice La Ragione S.r.l.**
Roma

Ripartizione delle quote

Persone fisiche 100%:

Spadolini Giovanni	99,95%
Ruspantini Giuseppe	0,05%

CAPITOLO III

L'ATTUAZIONE DELLA LEGGE 25 FEBBRAIO 1987, N. 67
(OBIETTIVI REALIZZATI E QUELLI DA RAGGIUNGERE)

Le vicende politiche succedutesi nel paese nel corso del semestre (in correlazione con la crisi di governo e con le prospettive di formazione di una nuova coalizione governativa) non hanno costituito un terreno propizio per un rapido approntamento dei provvedimenti e degli apparati necessari per portare a concreti risultati le disposizioni di cui alla legge 25 febbraio 1987, n. 67. A ciò aggiungasi l'effetto ritardante rappresentato dalla necessità di sciogliere nodi interpretativi, talora di non agevole soluzione, necessità che può dirsi insita in disposizioni di carattere decisamente innovativo, quali sono quelle contenute nella legge n. 67.

Può però dirsi che, al momento presente, appare compiuta, in genere, la fase preparatoria, e che la fase attuativa della legge appare in situazione di decollo. In particolare, risultano già emanati, per diversi tipi di provvidenze, i primi provvedimenti concessivi dei relativi benefici.

In relazione a quanto precede, nel presente capitolo viene unitariamente esposto, con riferimento ai singoli argomenti, il grado di operatività raggiunto dalle norme di cui trattasi.

Articolo 5 – Pubblicità di amministrazioni pubbliche.

Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 13 novembre 1987 è stata stabilita la composizione della Commissione

incaricata di formulare pareri ai fini del coordinamento e della promozione della pubblicità su quotidiani e periodici da parte delle amministrazioni statali, con particolare riferimento all'illustrazione delle leggi e della loro applicazione, ed alla promozione di una più diffusa conoscenza delle relative problematiche, nonché sui servizi, le strutture, e il loro uso.

Con successivo decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 7 aprile 1988 è stato anche provveduto alla nomina della Commissione medesima, la cui composizione è la seguente:

Il Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri, con delega per i problemi dell'informazione e dell'editoria, Presidente;

dott. Stefano Rolando, Direttore generale delle informazioni, editoria e proprietà letteraria, artistica e scientifica;

dott. Diego Siclari, Provveditore generale dello Stato;

dott. Giorgio Riondino, rappresentante della Presidenza del Consiglio dei ministri;

Dott. Matteo Cavaliere, rappresentante del Ministro per gli affari regionali;

dott. Sergio Malvezzi, rappresentante del Ministro per le politiche comunitarie;

ing. Guido Palombi, rappresentante del Ministro per la protezione civile;

dott. Alceo Martini, rappresentante del Ministro per gli interventi straordinari nel Mezzogiorno;

dott. Guelfo Zaccaria, rappresentante del Ministro per le aree urbane;

avv. Raffaele Tamiozzo, rappresentante del Ministro per gli affari speciali;

prof. Claudio Gori Giorgi, rappresentante del Ministro per la ricerca scientifica;

dott. Giovanni Troiani, rappresentante del Ministro per i rapporti con il Parlamento;

dott. Giancarlo Scatassa, rappresentante del Ministro per la funzione pubblica;

dott. Giuseppe Panocchia, ministro plenipotenziario, rappresentante del Ministero degli affari esteri;

prof. Franco Bassi, dirigente generale, rappresentante del Ministero dell'interno;

contramm. Leonardo Cavallo, dirigente generale, rappresentante del Ministero della difesa;

dott. Mario Sarcinelli, dirigente generale, rappresentante del Ministero del tesoro;

pres. Carlo Adriano Testi, dirigente generale, rappresentante del Ministero di grazia e giustizia;

dott. Alfonso Rubinacci, dirigente generale, rappresentante del Ministero della pubblica istruzione;

dott. Carlo Cocco, dirigente generale, rappresentante del Ministero dell'agricoltura e foreste;

arch. Vezio De Lucia, dirigente generale, rappresentante del Ministero dei lavori pubblici;

dott. Mario Camino, dirigente generale, rappresentante del Ministero del bilancio e della programmazione economica;

dott. Giovanni Jannella, dirigente generale, rappresentante del Ministero delle partecipazioni statali;

dott. Ennio Spaziani Testa, dirigente generale, rappresentante del Ministero delle finanze;

dott. Gianfranco Salomone, dirigente generale, rappresentante del Ministero del lavoro;

dott. Lorenzo Sansalone, dirigente generale, rappresentante del Ministero delle poste e delle telecomunicazioni;

dott. Giorgio Berruti, dirigente generale, rappresentante del Ministero dei trasporti;

prof. Francesco Sisinni, dirigente generale, rappresentante del Ministero dei beni culturali;

dott. Biagio D'Alba, dirigente generale, rappresentante del Ministero della sanità;

dott. Giuseppe De Rinaldis, dirigente generale, rappresentante del Ministero del commercio con l'estero;

dott. Domenico Fortini, dirigente generale, rappresentante del Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato;

dott. Rocco Moccia, dirigente generale, rappresentante del Ministero del turismo e dello spettacolo;

dott. Giovanni Leardi, dirigente generale, rappresentante del Ministero della marina mercantile;

dott. Luigi Monaco, dirigente generale, rappresentante del Ministero dell'ambiente;

per la Direzione generale delle informazioni, editoria e proprietà letteraria, artistica e scientifica: dott.ssa Annamaria Muolo, capo del servizio editoria; dott.ssa Mirella Boncompagni, capo del servizio delle informazioni e dott. Virgilio Povia, direttore della divisione III;

dott. Paolo Francardi, rappresentante delle Regioni, designato dal Ministro degli affari regionali;

i rappresentanti degli enti locali: dott. Ario Rupeni, designato dalla CISPEL; senatore Riccardo Triglia, designato dall'ANCI; dott. Alberto Brasca, designato dall'UPI;

dott. Giancarlo Lunati e dott. Mario Ciancio Sanfilippo, rappresentanti degli editori di giornali, designati dalla FIEG;

dott. Giandomenico Zuccalà, rappresentante degli editori di periodici, designato dall'USPI;

dott. Luigi Pallottini, rappresentante degli editori di giornali stampati e diffusi all'estero, designato dal Ministero degli affari esteri;

dott. Giulio Carminati, rappresentante del settore radiotelevisivo pubblico, designato dalla RAI-Radiotelevisione italiana;

dott. Filippo Rebecchini, rappresentante del settore radiotelevisivo privato, designato dal Ministero delle poste e delle telecomunicazioni;

dott. Amos Ciabattini, rappresentante delle imprese concessionarie di pubblicità, designato dall'APSA;

dott. Gianni Cottardo, rappresentante delle agenzie pubblicitarie, designato dall'ASSAP;

dott. Gianni Muccini, rappresentante dei tecnici pubblicitari, designato dall'OTEP;

signora Patrizia Antonicelli, rappresentante delle imprese che svolgono attività di relazioni pubbliche, designata dall'ASSOREL;

dott. Fabio Dani, rappresentante degli operatori di relazioni pubbliche, designato dalla FERPI;

dott. Arturo Diaconale, rappresentante dei giornalisti, designato dalla FNSI;

dott. Sergio Lentati, rappresentante delle imprese produttrici di pubblicità audiovisiva, designato dall'ANIPA;

dott. Ugo Castellano, rappresentante dell'Istituto pubblicità progresso;

prof.ssa Elisabetta Zuanelli, esperta, nominata dal Presidente del Consiglio dei ministri;

dott. Ernesto Redaelli, esperto, nominato dal Presidente del Consiglio dei ministri;

signor Gianni Aimar, esperto, nominato dal Presidente del Consiglio dei ministri.

La Commissione ha effettuato la sua prima riunione nel corso del corrente mese di maggio, ed è stata riconvocata per il 18 giugno p.v.

Il citato decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 13 novembre 1987 ha altresì previsto, nell'ambito della Commissione anzidetta, la nomina di un Comitato ristretto, che avrà il compito di formulare proposte alla Commissione medesima sull'assegnazione, a progetti pubblicitari presentati dalle singole amministrazioni statali, dello speciale contributo di cui all'ottavo comma dell'articolo 5.

Il Comitato ristretto avrà la seguente composizione:

1) il direttore generale delle Informazioni, dell'editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica, che lo presiede;

2) il capo del Servizio Editoria della Direzione generale delle informazioni, dell'editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica;

- 3) il rappresentante delle Regioni;
- 4) cinque rappresentanti dei ministeri, nominati dal Presidente del Consiglio dei ministri;
- 5) un esperto, nominato dal Presidente del Consiglio dei ministri;
- 6) quattro rappresentanti per le categorie professionali, nominati dal Presidente del Consiglio dei ministri.

Articolo 6 – Pubblicità dei bilanci degli enti pubblici.

Come è noto l'articolo, mirando all'obiettivo di una maggiore trasparenza delle strutture pubbliche agli occhi della collettività dei cittadini-utenti, ha previsto l'obbligo della pubblicazione in estratto, su giornali quotidiani e su un periodico, dei bilanci delle Regioni, delle Province, dei Comuni con più di 20.000 abitanti, dei loro consorzi e delle aziende municipalizzate, nonché delle unità sanitarie locali che gestiscono servizi per più di 40.000 abitanti.

A tale adempimento gli enti anzidetti debbono provvedere entro tre mesi dall'approvazione dei rispettivi bilanci.

Il modello secondo il quale l'estratto del bilancio va compilato doveva essere stabilito con decreto del Presidente della Repubblica entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della legge n. 67, e cioè entro la data del 10 giugno 1987.

Non ho mancato di rappresentare la necessità di evitare ulteriori ritardi nell'emanazione del decreto del Presidente della Repubblica anzidetto, ma tale evento non si è verificato neanche nel corso del semestre cui si riferisce la presente relazione.

La normativa in materia di pubblicità dei bilanci degli enti pubblici è pertanto tuttora inoperante.

Articolo 8 – Contributi ai quotidiani.

La commissione tecnica consultiva istituita dall'articolo 54 della legge n. 416 ha proceduto all'accertamento del possesso dei requisiti di ammissione alle provvidenze previste dall'articolo 8 nei confronti di tutte le testate quotidiane per le quali era pervenuta tempestiva domanda.

I contributi relativi all'anno 1986 sono stati già erogati alle imprese editrici di 29 testate quotidiane.

L'elenco di tali testate, con l'importo dei contributi corrisposti, viene trasmesso in allegato alla presente relazione.

Per i contributi relativi all'anno 1987 il termine di presentazione delle domande è scaduto solo il 31 marzo u.s.

Articolo 9 – Contributi alle imprese editrici di particolare valore.

Mentre la natura delle norme contenute nell'articolo 8 della legge n. 67 — sostanzialmente prorogatoria di quelle previgenti —

ne ha reso più spedito l'iter attuativo, la « novità » di quelle contenute nel successivo articolo 9 ha invece imposto la preventiva soluzione di problemi interpretativi di una certa consistenza.

Di alcuni di tali problemi ho fatto cenno nella mia precedente relazione semestrale al 30 novembre 1987, nella quale ho anche tracciato un profilo delle varie categorie di imprese appartenenti al nuovo *genus* delle imprese di particolare valore, cui il legislatore ha voluto attribuire lo speciale sistema di provvidenze previsto dall'articolo di cui trattasi.

La competente Commissione tecnica consultiva, pur in attesa di definire il quadro completo dei criteri da seguire nell'accertamento dei requisiti cui è subordinata la concessione delle provvidenze, ha potuto tuttavia dar corso all'attribuzione dei relativi contributi nei confronti delle imprese editrici di 26 testate quotidiane, delle quali fornisco l'elenco in allegato alla presente relazione.

Articolo 10 – Contributi ad altri periodici.

Anche per lo specifico settore la Commissione tecnica consultiva sta provvedendo all'ultimazione della fase di determinazione dei criteri attuativi, dopo di che sarà possibile passare all'esame delle domande pervenute. È stato ad esempio accolto il principio dell'assimilabilità degli enti morali — senza necessità di ulteriori adempimenti — alle imprese editoriali che irrevocabilmente decidano di non procedere a distribuzione di utili, attese le finalità di per se stesse in corso di definizione il quadro delle caratteristiche editoriali — analoghe a quelle tipiche dei quotidiani — cui i periodici di cui trattasi debbono corrispondere.

Articolo 11 – Contributi alle imprese radiofoniche di informazione.

Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 14 dicembre 1987, n. 557, pubblicato nella *Gazzetta ufficiale* n. 16 del 21 gennaio 1988, sono state apportate alcune modifiche al testo (e precisamente all'articolo 1, comma secondo, all'articolo 3, comma primo ed all'articolo 5) del precedente decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 15 settembre 1987, n. 410, con il quale è stata fissata la disciplina per l'accertamento del possesso dei requisiti, nonché per la verifica periodica della loro persistenza, da parte delle imprese radiofoniche di informazione aspiranti alle provvidenze introdotte dalla legge 25 febbraio 1987, n. 67. (Il nuovo testo del decreto del Presidente del Consiglio dei ministri n. 410 è stato rettificato con avviso pubblicato nella *Gazzetta ufficiale* n. 43 del 22 febbraio u.s.).

Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 12 gennaio 1988 è stata nominata la Commissione istituita dall'articolo 4 del decreto del Presidente del Consiglio dei ministri n. 410, Commissione che ha il compito di esprimere pareri riguardo alla concessione delle provvidenze alle imprese di radiodiffusione sonora.

Detta Commissione è così composta:

on. Emilio Rubbi, sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri, presidente;

on. dott. Maurizio Sacconi, sottosegretario di Stato per il tesoro;

on. avv. Vincenzo Sorice, sottosegretario di Stato per le poste e telecomunicazioni;

dott. Stefano Rolando, direttore generale delle informazioni, dell'editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica;

dott.ssa Annamaria Muolo, capo del Servizio editoria della predetta direzione generale;

i signori Sergio Natucci, Franco Mugerli, Filippo Rebecchini ed Emilio Laricchia, esperti ed operatori delle imprese private di radiodiffusione sonora;

ing. Paolo Vigevano, esperto del settore ed operatore delle imprese di radiodiffusione sonora di testate organi di partiti politici;

dott. Giuseppe Morello, rappresentante dell'Ordine nazionale dei giornalisti;

signora Giuliana Del Bufalo, rappresentante delle organizzazioni sindacali dei giornalisti (Federazione nazionale della stampa italiana);

il prof. Franco Pizzetti e il prof. Fernando Pinto, esperti in materie giuridiche ed economiche aventi attinenza con l'informazione radiofonica;

dott. Ivo Tormenta, direttore centrale dei Servizi radioelettrici del Ministero delle poste e delle telecomunicazioni, quale esperto del settore radioelettrico.

La Commissione si è già riunita diverse volte, adottando criteri interpretativi della domanda del settore ed iniziando l'esame delle domande.

Le testate radiofoniche per le quali è stata presentata domanda di accesso alle previdenze sono in numero di 391; di esse si fornisce un elenco riflettente l'ambito, regionale e provinciale, nel quale operano le testate medesime:

VALLE D'AOSTA		Radio Asti TV	AT
Radio Valle d'Aosta	AO	Teleradio Asti	AT
PIEMONTE		Radio Grande Famiglia	AL
		Stereo Nord	AL
Radio Torino Popolare	TO	Radio Cosmo 101	AL
Alfa Notizie	TO	Radio Delta	AL
Radioflash	TO	Spazio Teleradiocity Mondovì	CN
Radio Centro Torri	TO	Radio Piemonte Sound	CN
Radio Reporter 93	TO	Radio Alba	CN
Radio Proposta	TO		
Radio Gran Paradiso	TO	Radio Lago Maggiore	NO
Radio Studio Aperto	TO	Radio 2001	NO

X LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

Tele Radio Onda Maggiore	NO	Radio Sondrio	SO
La Cappuccina	NO	R.B.M. Flash	VA
Radio Arona Futura	NO	Teleradio Super Varese Onda Libera	VA
Punto Radio 96	NO		
Tele Vercelli	VC		
Radio R.C. Stereo	VC		
		TRENTINO ALTO ADIGE	
LOMBARDIA		Radio Tirol/Radio Tirolo	BZ
Radio Meneghina	MI	Radio Nord Bolzano	BZ
Radio Cooperativa 106 (1° ottobre 1986/31 dicembre 1986)	MI	Radio NBC Stereo Bolzano	BZ
Radio Cooperativa 106 (1° gennaio 1986/30 settembre 1986)	MI	Radio C/104	BZ
Radio Monte Stella	MI	Radio Sperimentale Rosengarten	BZ
Radio Cooperativa Magenta	MI	Radio Bolzano Dolomiti	BZ
R.C.S. Quotidiano Radiodiffuso	MI	Radio Brenner International	BZ
Radio Popolare	MI	Radio Stella	BZ
Radio A	MI	Radio TV Dolomiti FM Stereo	TN
Delta Radio Barona	MI	Radio Star 103	TN
Radio Alben	MI	Radio TG 8 Teleradio Giudicarie	TN
Novaradio	MI	Tele Radio Primiero	TN
Radiomontevecchia	MI	Radiotele Trentino RTT e RTTR	TN
Radio Lombardia	MI	Radio Studio 7	TN
Europa Radio Giornale	MI	Radio Antenna Nord	TN
Radio Super Antenna	MI	Radio Anaunia	TN
Radio Sei Milano	MI		
Teleradiolodi	MI	FRIULI VENEZIA GIULIA	
Antenna Brianza Est	MI	Radio Popolare Gorizia	GO
Radio Cooperativa Legnano	MI	Gorizia 1	GO
R.T.L. 98	BG	Pordenone Inter. Radio	PN
Radio Calolzio International	BG	Radiotelepordenone	PN
Radio Beta-RTT	BG	Teleradio BBS - Lady Fantasy	TS
Radio Antenna G1 Notizie	BS	Mare 105	TS
Ital Radio	BS	Radio Trieste Evangelica	TS
Radio Telegarda	BS	Radio Mortegliano	UD
Luna Notizie	BS	Radio Effe	UD
Radio Centrale Brescia	BS	Radio Onde Furlane	UD
Radio Brescia Notizie	BS	Radio Superstar	UD
Radio Voce	BS	Teleradio Reporter	UD
Nuova Radio	BS	Radio Friuli	UD
Spazio Zero	BS		
Radio Super	BS	VENETO	
Radio Cristal TV	CO	Radio Club 103	BL
Radio Sud Europa	CO	Radio Cortina International	BL
Radionova 88	CO	Radio Piave	BL
Teleradio Grignetta	CO	Radiovalbelluna 99	BL
Radio Antenna 5	CR	Euganea 2	PD
Radio Antenna Nuova	CR	Radio Gemini	PD
Teleradiopadana	CR	Radio Gamma 5	PD
Radio C.29	MN	Erretre - Radio Ricerca Realtà	PD
Radiobase Emitt. Dem. Mantova	MN	Radio Centro Delta	RO
Temporadio Notizie	MN	Radio Blu	RO
Mantova Antenna Libera	MN	Radio Libera Treviso	TV
Radio Informatore	PV	Radioalfa - TV	TV
Radio Vigevano Ducale City	PV	Radio San Marco Centrale	VE
Tele Radio Oggi	PV	L.T. 2 Radio Portogruaro	VE
Teleradiopiù	PV	Punto Radio News	VE
Il giornale di Radio Pavia	PV	Radio Chioggia Libera	VE
Radio Ticino	PV	Radiocarpini	VE
Radiotelevoighera	PV	Radio Venezia Notizie	VE
		Radio Venezia Sound	VE

X LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

Radio Ondaverde International	VR	Radio Equipe Stereo	MO
Radio Studio Zenith	VR	Radio Bruno	MO
Radio C.B.G.	VR	Tele Radio Città	MO
Nuova Radio Verona 2000	VR		
Radio Tartaro	VR	MARCHE	
Radio Montebaldo	VR	Radio Eco	AN
Radio Globo	VR	Radio Conero International	AN
Teleradio - La Voce del Garda	VR	Radio Blu	AN
Tele Radio Antenna 3	VR	Radio Arancia Ancona	AN
Radio Adige	VR	Radio Galassia	AN
Verona teleradio International	VR	Radio Dorica Punto Due	AN
Radio Verona	VR	Studio 24	AN
Radio San Bonifacio	VR	Multiradio Notizie	MC
Radio Universal	VR	Radio Erre	MC
Tele Commerciale Autonoma	VR	Radio Nuova Macerata	MC
Teleradio Vicenza International	VI	Radio C 1	MC
Vicenza Radiostar	VI	Radio Urbino Montefeltro	PS
Emittente Regionale Veneta	VI	Facciamo il Punto	PS
		Nuova Radio Fano 101-108	PS
LIGURIA		Radio Ponte Marconi	AP
Radio Kappadue	GE	Radio Fermo Uno	AP
Radio Babboleo	GE	Studio Erre	AP
Teleradio Monte Gazzo -		Radio Aut Marche	AP
Antenna Blu	GE	Radio Minor	AP
Radio Aldebaran	GE	Radio One	AP
Radio News	GE		
Radio Reporter Genova Prima	GE	TOSCANA	
Radio Studio Uno	GE	Radio Emme	AR
Radio Progetto	IM	Radio Foxes Cortona	AR
103 Spazio Notizie	IM	Radio Torre Petrarca	AR
Radio Sanremo	IM	Radio Effe	AR
A.I.C.S. Radio Attiva	SP	Radio Fatamorgana	FI
International News	SV	Radio Firenze	FI
Radio Onda Ligure News	SV	L'Emittente	FI
Redazione Radio Riviera Music	SV	Centroradio	FI
Radio Savona Sound	SV	Radio Diffusione Prato	FI
EMILIA ROMAGNA		Radio Chianti Canto Libero	FI
Radio Libera 99	BO	Radio Time	FI
Radio Città	BO	Radio Sibò	FI
Radio Tau	BO	Radio Centofiori	FI
Punto Radio	BO	Lady Radio	FI
Radio Imola - Imola Notizie	BO	Radio Flash	FI
Il Notiziario Gibi 91	FE	Radio Grifo	GR
Radiolidi 101	FE	Radio Studio 101	LI
Aria Radio 105 TV	FO	Radio Flash	LI
Radio Rimini TV	FO	Radio Antenna Centro Città	LU
Radio San Marino	FO	Radio Star	LU
Icaro	FO	Radio Babilonia	LU
Onda Emilia	PR	R.G.I. Radiogiornale d'Italia	MS
Radio Sound Piacenza	PC	Radio Informazioni - Radio in	
Radio Telereggio	RE	Giornale	MS
Ravegnana Radio	RA	Radio Studio Cinque	MS
R.C.B. Radio Castalbolognese	RA	Radio Pisa Inter.	PI
Radio Sound	RA	Radio Incontro	PI
Radio Base	RA	Azzurra News	PI
Radio Zero	RA	Radio Valdera	PI
		Radio Monteserra	PI

X LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

Radio Insieme	PT	Radio Verde Notizie	VT
Radio Pick Up	SI	Radio Punto Zero	VT
Radio Alfredo	SI		
Antenna Radio Esse	SI		
ABRUZZO		CAMPANIA	
Radio Veronica 101	AQ	Radionews 91	NA
Radiocapital - RGS - Radiolina	AQ	Radio Marte	NA
Radio Città Futura	AQ	Radio Palepoli	NA
Radio Mondo	AQ	C.R.C. Radiogiornale	NA
L'Osservatore Superonda	AQ	Radio Napoli Centro	NA
Radio L'Aquila 102.8	AQ	Elle 4	NA
Radio Delta 1 - Radio Giornale	CH	Radio Montevergine	AV
Abruzzo Radio	CH	Radio Magic	AV
Radio Giornale R.G.A.	CH	Radio Irpinia	AV
Radio Mare Azzurro	CH	Radio S. Guglielmo	AV
Tele - Abruzzo	PE	Radio Città Futura	AV
Radio Video Caesar	PE	Radio Zero	BN
Radio Teramo	TE	Radio Luna G.R.	BN
Radio Centro Abruzzo	TE	Radio Apollo	CE
Radio Centrale	TE	Tele Radio Caserta Nuova	CE
UMBRIA		Quinto Canale - La Radio	SA
Radio Onda Libera	PG	Canale 95	SA
Radio Tiferno Uno	PG	Radio Monte Gelbison	SA
Radio G	PG	Radio Castelluccio	SA
Radio Gubbio	PG	Radio Stella	SA
Radio Tadino	PG	Radio Salerno	SA
Radio Todi	PG	Radio Ponte 101	SA
Radio Flash	TR	MOLISE	
Radio Galileo 100.5	TR	TRT - Radio Termoli	CB
LAZIO		101 Giornale	CB
Radio Radicale	RM	Molise Radio in Telex	CB
Tirradio	RM	Radio Antenna Luna Campobasso	CB
Radio Dimensione Suono	RM	Radio Amica Isernia	IS
Radio Enea Sound	RM	PUGLIA	
Radioincontro	RM	L'Altro Radio	BA
Radio Speranza	RM	Radio 5	BA
Dimensione Città	RM	Radio Gabbiano Notizie	BA
Radio Città Futura	RM	News By One	BA
RTV Ecologia Radioteleverde	RM	Radio Primo Piano	BA
Tele Radio Domani notizie flash	RM	Radio Altamura Uno	BA
Radio Centro Else	RM	Bari Canale Cento	BA
Radio Proletaria	RM	RCS Informazioni	BA
Radio Roma Nord	RM	Bari Radio Uno	BA
Radio Noi Due Ostia	RM	Redazionale	BA
Radio Roma	RM	Radio Luna Inter.	BA
Radio Immagine	LT	Radio D.A.R.A.	BR
Musica Radio	LT	Teleradio Città Bianca Notizie	BR
Radio Priverno Uno	LT	Tele Radio Master	FG
Radiotelemagia	FR	Radio Foggia 101	FG
Radio Gari	FR	Radio Cattolica Castelluccio	FG
Radio Cassino	FR	Radio Orizzonti Activity	LE
Radio Domani	VT	Radio Salento	LE
(R.M.T.) Radio Mediterraneo Tras.	VT	Radio Rama	LE
Radio Onda Azzurra	VT	Radio Queen	LE

X LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

Publiradio Notizie	TA	Radio Montestella	EN
Oggi Cronaca	TA	Radio Marconi	ME
Radio Martina 2000	TA	Radio Messina Quartiere	ME
		Teleradio Messina 1 Special	ME
BASILICATA		Europa Radio	ME
Teleradioemme	MT	Antenna Dello Stretto	ME
Radio Sud Notizie	PZ	Radio Telemessina Inter.	ME
		Studio Sicar Notizie	PA
CALABRIA		L'Indice	RG
Radio Soverato	CZ	Radio Video Mediterraneo	RG
Radio Piana Studio G	CZ	Emme 1 Giornale	RG
Radio Catanzaro 104	CZ	Nova Ragusa	RG
		R.T.M. Giornale	RG
Radio Incontro	CS	Antennadue Notizie	RG
Radio Cosenza Centrale	CS	Radio Città	RG
Radio Libera Bisignano	CS	Una Voce Vicina	SR
Oriolo Radio Inter.	CS	Siracusa Mondial Radio	SR
Trasmittente It. Radio Rossano	CS	Onde Radio Notizie Ondino	SR
		Radioregione	SR
R.T.M.	RC	Radio Marsala Uno	TP
Radiotouring	RC	Radio Marsala Centrale	TP
Amica Radio	RC	Radiosprint	TP
Teleradio Sud	RC	Teleradio Valderice	TP
Radio Libera Regio Centro	RC	Radio Quattro	TP
		Radio Tele Hobby	TP
SICILIA			
Radio Diocesana Concordia	AG	SARDEGNA	
Tele-radio Catania Inter.	CT	Radio Internazionale	SS
Radio Sole	CT	Radio Sardegna Uno	SS
Radio Catania Borgo Gamma Uno	CT	Planargia News	NU
Radio Sicilia	CT	Barbagia	NU
Etna Espresso	CT	Radio Sulcis Centro	CA
Giarre Sera	CT	Il Notiziario di Radio Cometa	CA
Radio Express	EN	Radio Carloforte News	CA
Tele Enna Radio Etere	EN	Studio 96 Informazioni	CA
Radio Club Armerina	EN		

In data 31 marzo 1988 è stato emanato, in conformità al parere espresso dalla Commissione innanzi indicata, il primo provvedimento concessivo delle provvidenze di cui al comma 1, lettera *b*) dell'articolo 11 della legge 25 febbraio 1987, n. 67 (rimborso dell'80 per cento delle spese per l'abbonamento ai servizi di tre agenzie di informazione a diffusione nazionale o regionale), nonché di cui al comma 2 dello stesso articolo (contributo annuo pari al 70 per cento della media dei costi risultati dai bilanci degli ultimi due esercizi, inclusi gli ammortamenti, dell'ammontare massimo di lire 2 miliardi).

Il relativo decreto del Presidente del Consiglio dei ministri è stato inviato, per la registrazione, alla Corte dei conti

Articolo 12 – Mutui agevolati.**Articolo 20 – Finanziamenti agevolati.**

È stato provveduto, con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 22 gennaio 1988 alla nuova composizione del Comitato

medesimo con rappresentanti dell'editoria quotidiana e periodica e delle organizzazioni sindacali dei giornalisti e dei lavoratori poligrafici. È stato in tal modo possibile portare nuovamente ad operatività le disposizioni in materia di finanziamenti agevolati di cui agli articoli 29, 30, 31, 32 e 33 della legge n. 416, così come prorogate, modificate ed ampliate dal citato articolo 20 della legge n. 67.

È stato anche possibile, in particolare, dare inizio alla attuazione delle disposizioni — introdotte *ex novo* dall'articolo 12 — in materia di mutui agevolati. Detti mutui, di durata massima ventennale e da destinare all'estinzione delle passività aziendali, sono previsti a favore delle imprese editrici di particolare valore (articolo 9), delle imprese editrici di giornali plurisettimanali, settimanali o quindicinali di cui all'articolo 10, e delle imprese radiofoniche che risultino essere organi di partiti politici rappresentati in almeno un ramo del Parlamento (articolo 11, comma secondo).

I primi provvedimenti concessivi sono, al momento, in corso di predisposizione.

Il Comitato deliberativo per le agevolazioni di credito all'editoria risulta così composto:

sen. Emilio Rubbi, Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri - Presidente;

on. Maurizio Sacconi, Sottosegretario di Stato al Ministero del tesoro - Membro;

on. Gianni Ravaglia, Sottosegretario di Stato al Ministero dell'industria e del commercio e dell'artigianato - Membro;

dott. Giovanni Ruggeri, Ragioniere generale dello Stato - Ministero del tesoro - Membro (o un suo delegato);

prof. Mario Sarcinelli, Direttore generale del tesoro - Membro (o un suo delegato);

dott. Stefano Rolando, Direttore generale delle informazioni, dell'editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica presso la Presidenza del Consiglio dei ministri - Membro (o un suo delegato);

dott. Giovanni Letta, Esperto in materia di editoria;

dott. Giuseppe Ciranna, Esperto in materia di editoria;

dott. Francesco Di Domenico, Esperto in materia di editoria;

dott. Sebastiano Sortino, Rappresentante degli editori dei giornali quotidiani (FIEG);

avv. Vittorio Ciampi, Rappresentante degli editori dei giornali periodici (USPI);

Marco Volpati, Rappresentante delle organizzazioni sindacali dei giornalisti (FNSI);

Guglielmo Epifani, Rappresentante dei lavoratori poligrafici (CGIL);

dott. Giovanni Merlini, Esperto in materia di editoria libraria (per le delibere riguardanti imprese editrici di libri);

dott. Carlo Enrico Rivolta, Esperto in materia di editoria libraria (per le delibere riguardanti imprese editrici di libri).

Articolo 16 – Contributi alle agenzie di stampa a diffusione nazionale.

Articolo 17 – Contributi alle altre agenzie di stampa.

La normativa in materia di contributi alle agenzie di stampa, rielaborata dagli articoli 16 e 17 della legge n. 67, necessitava di una puntualizzazione relativamente al termine entro il quale dovevano essere presentate le domande di ammissione ai contributi medesimi.

A ciò è stato provveduto con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 23 dicembre 1987 (pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 2 del 4 gennaio 1988).

Il termine di cui trattasi è stato fissato al 30 aprile dell'anno successivo a quello per il quale i contributi vengono richiesti, mentre per l'anno 1986 è stato stabilito il termine di due mesi decorrenti dalla data di pubblicazione dell'anzidetto decreto del Presidente del Consiglio dei ministri. A tale decreto sono stati anche allegati due modelli secondo i quali le domande dovranno essere compilate (uno per le agenzie a diffusione nazionale ed uno per le agenzie minori) con l'indicazione della documentazione da allegarvi.

Tale documentazione consentirà l'accertamento dei requisiti all'uopo richiesti che riguardano in particolare il numero dei collegamenti con giornali quotidiani realizzati mediante telescrivente con canali in concessione esclusiva (ovvero degli abbonamenti con giornali quotidiani), il numero dei giornalisti professionisti (o dei redattori) impiegati a tempo pieno ed esclusivo, e dei lavoratori poligrafici dipendenti, ed infine il numero delle ore di trasmissione quotidiana (o dei notiziari pubblicati).

Sono allo studio i criteri da adottare ai fini della ripartizione degli stanziamenti annui previsti per le due categorie beneficiarie (rispettivamente lire 4,3 miliardi e lire 500 milioni) all'interno delle categorie medesime.

Articolo 19 – Contributi per la stampa italiana all'estero.

La Commissione incaricata di accertare la sussistenza dei requisiti di ammissione ai contributi per la stampa italiana all'estero e di predisporre i relativi piani di ripartizione — istituita a suo tempo dall'articolo 1 del decreto del Presidente della Repubblica 15 febbraio 1983, n. 48, attuativo dell'articolo 26 della legge n. 416 — ha provveduto, relativamente agli anni 1983 e 1984, alla determinazione dei piani di ripartizione definitivi di tali contributi, contributi

che erano stati appunto calcolati ed erogati in via provvisoria data la presenza di numerose testate per le quali erano in corso accertamenti in ordine al possesso dei requisiti di ammissibilità ai contributi medesimi.

L'elenco dei contributi definitivi viene allegato alla presente relazione, unitamente all'elenco degli altri contributi concessi *ex novo* nel frattempo.

L'articolo 19 della legge n. 67, nel prorogare *sine die* i contributi di cui trattasi, ha contestualmente previsto il raddoppio del relativo stanziamento annuo (da lire 1 miliardo a lire 2 miliardi), il che ha ingenerato dubbi riguardo alla legittimità di un'ulteriore applicabilità dei criteri di ripartizione a suo tempo fissati, tenuto conto che i criteri medesimi erano stati adottati con riferimento al precedente stanziamento, e rapportati di conseguenza all'importo di quest'ultimo. La questione è stata risolta, previa acquisizione di parere del Consiglio di Stato, nel senso dell'ammissibilità dell'automatico adeguamento dei criteri medesimi all'entità del nuovo stanziamento all'uopo destinato.

Articolo 29 – Commissione paritetica Governo-Editori.

Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 6 aprile 1988 è stato provveduto alla nomina della Commissione paritetica Governo-Editori di quotidiani e periodici, particolarmente attesa dall'imprenditoria editoriale, Commissione cui è affidato il compito di formulare proposte relative al miglioramento dei servizi di distribuzione della stampa, all'ampliamento della rete di vendita, all'accesso alle informazioni, all'utilizzazione del satellite ed alla definizione di un sistema di salvaguardia della stampa nel campo di acquisizione di pubblicità nei confronti di altri mezzi di comunicazione.

La Commissione medesima — che era stata tempestivamente istituita con precedente decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 6 aprile 1987 — è così composta:

dott. Stefano Rolando, Direttore generale delle informazioni, dell'editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica, Presidente;

dott. Vincenzo Chianese, Ispettore generale capo dell'Ispettorato generale degli affari economici del Ministero del tesoro;

dott. Carlo Adriano Testi, Direttore generale dell'Organizzazione giudiziaria e degli affari generali del Ministero di grazia e giustizia;

prof. Giuseppe Ammassari, Direttore generale della produzione industriale del Ministero dell'industria, commercio e artigianato;

dott. Luigi Acrosso, Direttore generale presso il Ministero delle partecipazioni statali;

dott. Enrico Veschi, Direttore centrale dei servizi postali presso il Ministero delle poste e telecomunicazioni;

dott. Giorgio Berruti, Dirigente generale presso il Ministero dei trasporti;

dott.ssa Annamaria Muolo, Capo servizio dell'editoria presso la Direzione generale delle informazioni, dell'editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica;

dott. Giovanni Giovannini, Rappresentante degli editori di giornali quotidiani (FIEG);

dott. Lorenzo Jorio, Rappresentante degli editori di giornali quotidiani (FIEG);

dott. Sebastiano Sortino, Rappresentante degli editori di giornali periodici (FIEG);

dott. Giandomenico Zuccalà, Rappresentante degli editori di giornali periodici (USPI);

dott. Antonio Barbierato, Rappresentante degli editori di giornali periodici (USPI);

prof. Paolo De Palma, Rappresentante delle agenzie di stampa (FIEG);

dott. Carlo Enrico Rivolta, Rappresentante degli editori di libri (AIE);

prof. Mario Sinopoli, in qualità di esperto;

dott.ssa Marisa Garito, in qualità di esperto.

La Commissione sarà convocata a breve termine per tenere la sua prima riunione.

Contributi ai periodici.

A chiusura dell'argomento espongo lo stato dell'attuazione della legge per l'editoria anche per quanto riguarda i contributi ai periodici, previsti, per il quinquennio 1981-1985, dall'articolo 24 della legge 5 agosto 1981, n. 416.

TESTATE PERIODICHE

1981

— Domande presentate	1.716	
— Periodici ammessi a contributo	1.066	
— Periodici esclusi	447	
— Periodici nei confronti dei quali i contributi non possono ancora essere liquidati	203	(devono regolarizzarsi per: iscrizioni RNS - depositi bilanci - invio copie - consumi carta)

TESTATE PERIODICHE

1982

— Domande presentate	1.800	
— Periodici ammessi a contributo	1.043	
— Periodici esclusi	460	
— Periodici nei confronti dei quali i contributi non possono ancora essere liquidati	297	(devono regolarizzarsi per: iscrizioni RNS - depositi bilanci - invio copie - consumi carta)

1983

— Domande presentate	1.916	
— Periodici ammessi a contributo	959	
— Periodici esclusi	383	
— Periodici nei confronti dei quali i contributi non possono ancora essere liquidati	574	(devono regolarizzarsi per: iscrizioni RNS - depositi bilanci - invio copie - consumi carta)

1984

— Domande presentate	1.975	
— Periodici ammessi a contributo	583	
— Periodici esclusi	363	
— Periodici per i quali è in corso l'istruttoria	1.029	

1985

— Domande presentate	2.079	
— Periodici ammessi a contributo	529	
— Periodici esclusi	258	
— Periodici per i quali è in corso l'istruttoria	1.292	

Su un totale di 9.486 domande pervenute, quelle che possono dirsi definite sono in numero di 7.165, e precisamente 4.180 accolte 1.911 respinte e 1.074 per le quali non è possibile procedere alla liquidazione del contributo non avendo le imprese interessate ancora provveduto riguardo ad adempimenti o documentazione ad esse richiesti. Le domande per le quali è tuttora in corso istruttoria — tutte relative agli anni 1984 e 1985 — sono al presente in numero di 2.321.

Il rapporto tra le domande definite e domande ancora da definire è, rispettivamente, del 75,53 per cento e del 24,47 per cento.

L'elenco dei contributi erogati nel semestre viene fornito in allegato alla presente relazione.

CAPITOLO IV

I VALORI DELL'INFORMAZIONE
NEL SETTORE DELL'EDITORIA MUSICALE**I. - Individuazione dei valori essenziali dell'informazione.**

1. Il tema della individuazione dei valori essenziali acquista un particolare risalto ogni qualvolta venga in rilievo l'erogazione e la fruizione di beni immateriali. Quando si tratta di beni « oggettuali » o di mero consumo materiale, il problema almeno in linea di massima non sorge: esso emerge invece quando si discuta di quelle utilità che toccano da vicino la persona umana, il suo modo di essere, il suo patrimonio conoscitivo. Nei suoi magistrali « Principi di scienza della finanza » L. Einaudi parlava di beni « rivolti a soddisfare i bisogni nobili dell'uomo » e che, per tanto, si caricano di valori ideali, spirituali. Tra essi rientra indubbiamente l'informazione, nelle sue varie forme e nei suoi diversi *media*, poiché essa di per sé non è un prodotto materiale, ma è sempre il frutto di una elaborazione intellettuale, di un apporto conoscitivo, di una ricerca anche soltanto notiziale. E l'esigenza di individuare criteri e canoni di comportamento si lega, oltre che alle caratteristiche intrinseche dell'informazione, anche al timore che i mezzi di comunicazione, nati per servire a una espansione della libertà dell'uomo, possano venire usati strumentalmente, al fine di determinare una manipolazione delle coscienze.

La parola informazione involge due concetti, corrispondenti l'uno all'erogazione di messaggi comunicativi (l'informare), l'altro alla ricerca ed acquisizione di dati del patrimonio conoscitivo e culturale (l'informarsi): e di libertà di informazione si parla in riferimento ad entrambi tali aspetti.

Quando se ne parla in riferimento al primo, l'informazione non è se non una parte della libertà di espressione (che la nostra Costituzione denomina libertà di manifestazione del pensiero, connettendovi indissolubilmente quella di diffusione del pensiero). L'informazione in particolare indica un'attività comunicativa (costituita di elaborazione ed esternazione), un messaggio il quale presuppone necessariamente, a monte, un'attività psichica creativa del medesimo soggetto.

L'attività di informazione è garantita dal « diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero », fatto oggetto di salvaguardia dall'articolo 21 della Costituzione. È noto, il dibattito se, nell'accordare tale salvaguardia, la nostra Costituzione accetti la concezione « individualistica » o quella « funzionale » della libertà stessa. Fa propendere in favore dell'aspetto funzionale o sociale il rilievo che negli articoli dedicati ai « principi fondamentali » la Costituzione colloca al centro della sua attenzione la persona umana, per « riconoscerne e garantirne » i « diritti inviolabili » (tra i quali con sicurezza rientra quello di manifestazione del pensiero, pietra angolare dei regimi democratici) e miranti a valorizzare « l'uomo, sia come singolo, sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità », perseguendo l'obiettivo della promozione del « pieno sviluppo della persona umana ». Basandosi il nostro ordinamento sulla uguale dignità degli individui e sulla uguale partecipazione di tutti i cittadini, e avendo per programma lo sviluppo della personalità di ciascuno e la crescita della società in funzione di tale obiettivo, occorre, ai fini delle scelte necessarie per il conseguimento di quest'ultima finalità, una conoscenza della realtà la più ampia possibile; e pertanto, in un sistema quale concepito nella nostra Costituzione, l'attività di informazione deve in ogni caso avere una protezione sicura. Tale diritto (sulla base dell'articolo 21 della Costituzione) può esercitarsi, oltre che con la parola e lo scritto, anche con « ogni altro mezzo di diffusione ». Quanto a tale profilo, è stato chiarito dalla giurisprudenza costituzionale che esso non sta a significare « che tutti debbano avere, infatti, la materiale disponibilità di tutti i possibili mezzi di diffusione », bensì soltanto « occorre garantire la giuridica possibilità di usarne o di accedervi, con le modalità e i limiti resi eventualmente necessari dalle peculiari caratteristiche dei singoli mezzi e dalla esigenza di assicurare l'armonica esistenza del pari diritto di ciascuno o della tutela di altri interessi costituzionalmente apprezzabili ».

II. - La libertà di informarsi.

2. Diversamente da quanto si è rilevato a proposito del diritto di informare, non si rinviene per la libertà di informarsi un espresso riconoscimento nella nostra Carta costituzionale.

In maniera differente si regola la Costituzione di Bonn, nel cui articolo 5 viene riconosciuto « a ciascuno », oltre al « diritto di esprimere e diffondere liberamente le proprie opinioni mediante la parola, la penna e le immagini », e alla « libertà di stampa e di

informazione radiofonica e cinematografica », altresì il « diritto » di « informarsi senza impedimenti alle fonti accessibili a tutti ». Un espresso riferimento si riscontra anche nella dichiarazione universale dei diritti dell'uomo proclamata dall'Assemblea generale dell'ONU nel 1948: l'articolo 19 considera « incluse » nella « libertà di opinione e di espressione » anche la libertà di « cercare e ricevere » informazioni. Più limitata appare tuttavia la portata dell'articolo 10 della Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali (stipulata a Roma nel 1950) che dichiara « incluse », nel « diritto alla libertà di espressione » che si propone di garantire, oltre alla « libertà di opinione » e alla libertà di « comunicare informazioni o idee », quella di « riceverne », ma non pure quella di « cercarne ». La quale ultima implica un comportamento attivo che va al di là della mera ricezione. La ricerca di informazioni costituisce sostanza di fondo di un'effettiva libertà di informarsi, di « ottenere », nelle rispettive sedi, le notizie, o almeno la generalità di quelle delle quali si va in cerca.

Tuttavia, pur mancando un dettato normativo esplicito, si evince, dalla configurazione della libertà di manifestazione del pensiero quale punta avanzata di tutto un sistema di valori di libertà (un « meccanismo complesso », a dirla con Emerson, di « diritti, principi, pratiche ed istituti ») che sussiste l'esigenza per cui le notizie, le opinioni e ogni altra forma di espressione dello spirito circolino e possano diventare patrimonio di conoscenza critica della comunità; sicché sembra potere ricavarsi, in via di ipotesi sufficientemente valida una base costituzionale anche del diritto di informarsi.

III. - Profili specifici dell'editoria musicale.

3. Se tali sono i profili generali dei valori che connotano il sistema comunicativo, vediamo ora se e come essi sono rispecchiati nel campo dell'editoria musicale.

Ora, pur tenendo conto delle specificità e peculiarità che sono coesenziali a tale settore, sembra che in esso si evidenziano, forse anche con maggiore frequenza che in altri comparti dell'editoria, alcuni punti critici, alcuni fattori distorsivi.

Un primo profilo della materia considerata può essere tracciato in riferimento alla produzione: e per non ampliare troppo il campo di indagine, ci si può limitare al periodo più recente, agli anni '80.

Il 1982, stando all'Annuario Musicale Italiano, sembra aprire una fase ascensionale. Da lì alla fine del 1984, risultano usciti 900 libri inerenti alla musica, con un buon incremento annuo rispetto al 1981 che aveva visto editi, secondo il censimento del citato Annuario, 213 titoli.

Nel 1986, il Catalogo del CIDIM registra, però, 203 uscite. Tuttavia, il risultato viene valutato positivamente, in relazione alla conferma della presenza di libri di argomento musicale nei cataloghi ed alla istituzione di specifiche collane da parte di alcuni importanti editori.

Per lo stesso anno, un gruppo di lavoro dell'Università di Bologna scheda 200 volumi; ma chiarisce di non aver avuto intenti statistici e dichiara l'incompletezza del campo posto sotto indagine: da un lato, per carenza di informazione; dall'altro, per programmatica esclusione di alcuni generi.

Le risultanze dell'inchiesta, ciò nonostante, vengono giudicati tali da riflettere con buona approssimazione, il panorama. Il quale però viene definito meno ricco di quanto ci si aspetti e proprio con riferimento all'espansione delle iniziative musicali.

È vero che le collane sono numerose, forse una ventina, ma è altrettanto vero che si incrementano ad un ritmo di « estrema prudenza », tranne che per quelle degli editori specializzati. Va posto in evidenza che un arcipelago di una trentina di editori-non-editori (quali enti locali, banche, teatri, università, istituzioni pubbliche e private, eccetera) danno luogo ad una editoria « impropria » o « occasionale » che costituisce circa un terzo della produzione globale.

Al di là della obiettiva complicazione che introduce agli effetti di una esatta conoscenza del quadro, il fenomeno — a prima vista positivo — suscita molte riserve da parte degli esperti del settore: e ciò sia per la qualità dei materiali; per il livello delle tematiche; per il livello di professionalità degli autori e dei ricercatori; per l'astrazione (quanto a motivazioni e finalità delle iniziative) dalla reale domanda di crescita e divulgazione della cultura musicale. Salve le immancabili eccezioni.

IV. - La distribuzione.

4. Un altro punto nodale attiene al piano della distribuzione, di cui il suddetto gruppo di lavoro ha denunciato alcune difficoltà e distorsioni.

Si osserva come la maggior parte degli editori non sia in grado di raggiungere tutte le grandi librerie, anche perché vengono ritenute alte le spese di distribuzione.

Né si dovrebbe essere lontani dalla verità, se si rileva che le librerie, per parte loro, non sempre valorizzano in misura adeguata un genere di libro ritenuto scarsamente remunerativo in ragione dell'esiguità del mercato.

Nel rapporto fra editoria musicale e quella generale, si osserva che la produzione di carattere musicale rappresenta il 2 per cento dell'editoria generale: di questo 2 per cento l'80 per cento è relativo alla musica pop, il 20 per cento alla musica colta (una distinzione, peraltro, posta in discussione dai post-adorniani).

Tornando agli aspetti generali del tema, si rileva che, pur non essendo opportuno inoltrarsi in una analisi qualitativa delle proposte editoriali, gli esperti del settore hanno evidenziato forti squilibri sia all'interno dell'offerta complessiva, sia nel rapporto tra questa e la domanda effettiva e sia nella adeguatezza alle reali esigenze di una crescita della cultura musicale nella nostra società.

Una connotazione particolare inerisce poi al preponderante aspetto della musica « pop », della quale si fa notare la forte dipendenza dell'editoria a stampa dagli interessi di quella discografica. E, per altro verso, si contesta la mancanza, per esempio, di uno studio sistematico della musica di massa, il che lascia inesplorato un fenomeno determinante nella cultura musicale.

V. - La diffusione dei testi musicali.

5. Un altro profilo che caratterizza oggi l'editoria musicale concerne la diffusione di testi musicali, spartiti e partiture. In tale ambito si registra una rarefazione di testi musicali di compositori contemporanei, in specie di quelli per i quali il diritto d'autore è vigente.

Le parti in causa sono tre: gli autori, gli editori, gli esecutori. Gli autori spesso lamentano una predeterminazione del « mercato » della loro opera, indipendentemente dalla qualità e dalla richiesta, da parte di chi si trova a controllare i mezzi editoriali e distributivi. Essi aspirano ad essere garantiti che « la creatività musicale non sia umilità tra i due poli della emarginazione e della mercificazione ». E in una prospettiva di rimozione dei fattori negativi rivendicano una rifondazione della disciplina del diritto d'autore della quale giudicano superato l'assetto attuale, che tiene conto delle molteplici profonde innovazioni intervenute nell'universo musicale. Ed anzi affermano che ben presto obsoleta si ritroverebbe ad essere una regolamentazione del diritto d'autore, che non spingesse lo sguardo alle ulteriori, prevedibili svolte cui l'organizzazione della società in tutti i suoi snodi va incontro.

Qui però va rilevato come le visuali valutative spesso siano divergenti: gli editori almeno in larga parte ritengono « la nostra legge sul diritto d'autore ancora valida nel suo impianto generale ».

Invece il presidente della Federazione musica dell'Unione internazionale editori non ha esitato a definire erroneo l'impianto su cui poggia la disciplina del diritto di autore: e, per quel che riguarda il suo paese la Gran Bretagna ha giudicato come largamente sorpassata la legge del 1956.

Va rilevato che il quadro della materia è complicato da un dato di fondo e cioè che diversa risulta la regolamentazione legislativa del diritto d'autore da un Paese all'altro della Comunità Europea: ciò che vanifica di fatto uno dei principi fondamentali dell'Unione, la libera circolazione della cultura e dei suoi prodotti.

Su un piano generale va rilevato poi come il punto cruciale dell'editoria sia quello di particolari difficoltà sia di carattere soggettivo sia di carattere oggettivo nel bilanciare le esigenze economiche e quelle socio-culturali e nel rinvenire il giusto equilibrio tra la remunerazione dell'opera e l'esigenza della massima fruibilità collettiva della stessa » (Guido Rignano, Ricordi). Anzi va notato come tale obiettivo della fruibilità collettiva appaia di difficile realizza-

zione se si guarda ai fatti. Ciò è dimostrato anche dal fenomeno della fotocopia, che sorge in relazione alla rarità dei testi musicali stampati, agli alti prezzi « di copertina » nonché a quelli del nolo.

Il cosiddetto « diritto di noleggio del materiale musicale » viene giustificato da costi di produzione o da altre ragioni che rendono non conveniente stampare tante copie della partitura di un'opera musicale e metterle in commercio, specialmente se si tratta del genere per grandi organici (musica lirica, sinfonica, eccetera), genere che ha un mercato assai ristretto. Cosicché « può quindi verificarsi che la partitura di determinate opere non si trovi in commercio; ed è proprio da questa circostanza che nasce il noleggio del materiale musicale ».

VI. - Universalità del linguaggio musicale.

6. A conclusione di queste rapide osservazioni, sia consentito formulare un auspicio e un'esortazione. Il linguaggio musicale è per sua natura universale: e quindi non suscettibile di intralci e/o di barriere; facciamo tutti in modo che la circolazione dei messaggi di quest'arte non subiscano ristagni, giacché essa introduce una nota di ricchezza culturale nel patrimonio degli individui e dei popoli.

CAPITOLO V

LA PUBBLICITÀ COMMERCIALE E LA PUBBLICITÀ DI PUBBLICA UTILITÀ

I. - La pubblicità commerciale.

Nella mia precedente relazione semestrale ho delineato il quadro dei vari adempimenti che la legge per l'editoria mi commette in materia di pubblicità, ed ho provveduto a tali adempimenti riguardo a tutto l'anno 1985.

Procedo ora all'assolvimento di analogo compito per quanto attiene all'anno 1986, sia col trasmettere i dati gestionali concernenti le imprese concessionarie di pubblicità, sia esponendo i risultati dell'accertamento svolto in ordine alla sussistenza o meno di fenomeni di concentrazione, relativamente alla stampa quotidiana, nel mercato pubblicitario.

II. - Dati gestionali.

A norma del primo comma dell'articolo 12 della legge per l'editoria, le imprese concessionarie di pubblicità soggette all'obbligo di iscrizione al Registro nazionale della stampa sono anche tenute a presentare un allegato al proprio bilancio — il cosiddetto « modello C » — evidenziante in modo analitico determinate risultanze contabili, e precisamente: le testate delle quali la concessionaria ha l'esclusiva pubblicità, i minimi garantiti pattuiti, testata per testata, le entrate pubblicitarie di ogni testata, le modalità di pagamento, le entrate delle concessionarie stesse in relazione alle singole testate ed infine i dati relativi alle spese pubblicitarie effettuate da amministrazioni pubbliche.

I soggetti tenuti alla presentazione dell'allegato anzidetto sono le imprese che esercitano l'esclusiva pubblicitaria sulla stampa quotidiana, nonché quelle che tale esclusiva esercitano sui giornali periodici e riviste che hanno alle loro dipendenze, da almeno un anno, non meno di cinque giornalisti a tempo pieno.

Per l'anno 1986 l'allegato di cui trattasi è stato presentato da 28 imprese concessionarie di pubblicità, e precisamente dalle seguenti:

Imprese concessionarie di pubblicità su quotidiani, ovvero, cumulativamente su quotidiani e periodici.

- 1) GAV Pubblicità Srl
- 2) GiBiPi Pubblicità SpA
- 3) A. Manzoni e C. SpA
- 4) P.77 Stampa Srl
- 5) Publikompass SpA
- 6) Publirama SpA
- 7) RCS Editori SpA
- 8) SIP SpA
- 9) SIPRA SpA
- 10) SPE SpA
- 11) SPI SpA
- 12) 24 Ore System SpA.

Imprese concessionarie di pubblicità su soli periodici.

- 1) Comunicazione Italia SOCOP SpA
- 2) GPE Stampa SpA
- 3) GSE Gestioni Spe Electa SpA
- 4) Hoga Italia Srl
- 5) Informatore agrario pubblicità Srl
- 6) Juliapubblicità di M. Rossini Sas
- 7) Nord-Est pubblicità Srl
- 8) Promoa SpA
- 9) Publieditor Srl
- 10) Publicitas Srl
- 11) Publietas SpA
- 12) Publitalia 80 SpA
- 13) Publivita Snc
- 14) Publi-Work Srl
- 15) Rusconi Pubblicità SpA
- 16) SEP Soc. Eur Pubbl. SpA.

Posso rilevare che i dati medesimi forniscono, in genere, l'indicazione di un positivo andamento gestionale delle imprese concessionarie di pubblicità operanti nel settore dell'editoria giornalistica.

L'anno 1986 appare l'anno nel quale, cessato il fenomeno della continua erosione operata dalla pubblicità televisiva a danno della pubblicità sulla stampa, quest'ultima ha dato segni evidenti di sta-

bile assestamento e di ripresa. Non va dimenticato in proposito che nell'anno 1986 sono state stampate in Italia oltre 267 milioni di copie di quotidiani in più rispetto al 1985 (con un incremento percentuale che sfiora il 10 per cento) e l'espansione del mercato giornalistico significa automatica espansione della connessa industria pubblicitaria, con conseguenziali e reciproci effetti trainanti. Le favorevoli prospettive, di cui i dati esaminati consentono la previsione, poggiano infatti sulla prospettiva di un tendenziale adeguamento del nostro paese — anche nello specifico settore — a quelli che sono gli standard degli altri paesi dell'occidente europeo, e ciò non solo per quanto concerne lo sviluppo della stampa quotidiana, ma anche per quanto concerne la ripartizione del mercato pubblicitario.

Il cittadino italiano, nei prossimi anni, leggerà senz'altro di più, e leggerà, in particolare, più quotidiani. Le attuali rilevazioni statistiche forniscono il dato che in Italia solo una famiglia su tre legge un quotidiano, mentre la media dell'Europa occidentale è di due famiglie su tre. Inoltre, nel nostro Paese risulta fortemente sbilanciato il rapporto tra gli introiti pubblicitari dei quotidiani (21,6 per cento) e quelli del mezzo televisivo (47,0 per cento) rispetto a quanto avviene in altri paesi.

In Inghilterra e nella Germania Occidentale, ad esempio, il rapporto è invece, rispettivamente, del 41 e del 32 per cento, e del 45 e del 10 per cento.

Nell'anno 1986 la gestione della pubblicità sui quotidiani italiani ha presentato pochi mutamenti. Prescindendosi dalle testate cessate o di nuova pubblicazione nel corso dell'anno, e limitando pertanto il confronto ai soli quotidiani effettivamente in pubblicazione sia nel 1985 che nel 1986, i cambiamenti di gestione pubblicitaria hanno riguardato solo tre testate, rappresentanti il 4,45 per cento della tiratura complessiva nazionale, e precisamente:

Il Sole 24 Ore - Passato dalla SPI alla 24 Ore System;

Il Giornale d'Italia - Passato dalla SPI ad autogestione pubblicitaria;

Il Corriere dell'Umbria (ora Corriere) - Passato dalla A. Manzoni e C. alla P.77 Stampa.

Il mercato pubblicitario, anche se ha conservato, nel settore, la sua struttura sostanzialmente oligopolistica, presenta tuttavia qualche sintomo di inversione di tendenza. Le sei grosse imprese concessionarie che nel 1985 avevano gestito gli spazi pubblicitari su oltre il 90 per cento delle copie dei quotidiani stampati in Italia, vedono diminuire nel 1986 tale percentuale, mentre nello stesso periodo le concessionarie minori e le imprese editoriali in autogestione pubblicitaria si sono attestate su una quota di tiratura che è superiore al 12 per cento di quella complessiva nazionale.

Come espressamente previsto dall'articolo 8, secondo comma, della legge n. 416, i dati gestionali di cui si è discusso vengono acclusi, in allegato, alla presente relazione.

III. - Assetti proprietari delle imprese concessionarie di pubblicità su quotidiani.

Indico in appresso gli assetti proprietari aggiornati al 31 dicembre 1986, delle dodici imprese concessionarie che nell'anno 1986 risultano aver esercitato l'esclusiva pubblicitaria su giornali quotidiani.

Rispetto alla situazione precedentemente fornita sono da notarsi l'aumento del capitale sociale della SIPRA SpA (da lire 3 miliardi a lire 8 miliardi), l'aumento del capitale sociale della RCS Editori SpA (da lire 97.546.673.400 a lire 156.852.666.000), nonché l'ingresso, tra gli azionisti di quest'ultima società, del socio straniero Hachette SA.

GAV Pubblicità Srl.

Capitale sociale lire 20.000.000 suddiviso in quote tutte detenute da persone fisiche, e precisamente da:

	Quote (in lire)	%
	—	—
Ambrosini Marco Valerio	12.000.000	60
Ambrosini Elisabetta	2.000.000	10
Ambrosini Cristina	2.000.000	10
Ambrosini Riccardo	2.000.000	10
Ambrosini Rosetta	2.000.000	10
Totale . . .	20.000.000	

GIBIPI SpA.

Capitale sociale lire 201.000.000, rappresentato da n. 20.100 azioni del valore nominale di lire 10.000 cadauna interamente detenute dai signori:

	N. azioni	%
	—	—
Brivio Sforza Cesare	6.700	33,33
Perrone Carlo e Mario	6.700	33,33
Grazioli Giulio	6.700	33,33

A. Manzoni & C. SpA.

Capitale sociale lire 9 miliardi, rappresentato da n. 22.500.000 azioni del valore nominale di lire 400 cadauna, interamente possedute da due società di capitali, e precisamente da:

	N. azioni	%
Editoriale <i>L'Espresso</i> SpA	11.250.000	50
Delle quali n. 6.500 detenute dall'Editoriale <i>L'Espresso</i> e n. 11.243.500 intestate fiduciariamente alla Euromobiliare Fiduciaria SpA (1).		
SAPE SpA	11.250.000	50
Tutte intestate fiduciariamente alla Euromobiliare Fiduciaria SpA (2)		

(1) Assetto proprietario dell'Editoriale *L'Espresso* SpA (società quotata in borsa). Capitale sociale lire 14.866.696.000 rappresentato da n. 7.433.348 azioni del valore nominale di lire 2.000 cadauna (il capitale sociale è aumentato nel 1987). Soci i cui possessi azionari interessano più del 2 per cento del capitale sociale:

Azionista	N. azioni	%
FEA - Finanziaria Editoriale Agricola SpA	2.240.335	30,14
Sabaudia Finanziaria SpA	1.258.501	16,93
Sigma Tau SpA	486.625	16,55
Compagnia padana per investimenti SpA	329.237	4,43
Ferruzzi Finanziaria SpA	307.834	4,14
Caracciolo Carlo	287.895	3,87
Immobiliare Svampa SpA	281.250	3,78
Ciancio Sanfilippo Mario	268.744	3,6
Scalfari Donata	260.000	3,50
Scalfari Maria Enrica	260.000	3,50
Scalfari Eugenio	229.157	3,08
Vamaco SpA	191.549	2,58
Servizio Italia SpA	160.018	2,15

(2) Assetto proprietario della SAPE SpA.

Capitale sociale lire 2 miliardi rappresentato da n. 20.000 azioni del valore nominale di lire 100.000 cadauna, detenute al 50 per cento dalla Arnoldo Mondadori Editore SpA (società quotata in borsa) ed al 50 per cento dalla Ing. C. Olivetti & SpA (società quotata in borsa).

P. 77 Stampa Srl.

Capitale sociale lire 20.000.000 suddiviso in quote tutte detenute da persone fisiche, e precisamente:

	Quote (in lire)	%
	—	—
Ballini Mauro	18.000.000	90
Zoppi Manuela	2.000.000	10
	<hr/>	
Totale . . .	20.000.000	

Publikompass SpA.

Capitale sociale lire 5.900.000.000, rappresentato da n. 5.900.000 azioni del valore nominale di lire 1.000 cadauna, interamente possedute dalla ITEDI-Italiana Edizioni SpA (le azioni rappresentanti l'intero capitale sociale della ITEDI sono a loro volta detenute al 100 per cento dalla FIAT SpA).

Publirama SpA.

Capitale sociale lire 201.000.000, rappresentato da n. 201.000 azioni del valore nominale di lire 1.000 cadauna, così ripartite:

	N. azioni	%
	—	—
<i>Persone fisiche</i>	21.000	10,45
— Brivio Sforza Cesare	7.000	3,48
— Grazioli Giulio	7.000	3,48
— Perrone Carlo	3.500	1,74
— Perrone Carlo e Marco	3.500	1,74
<i>Società di capitali</i>	180.000	89,55

GIBIPi SpA.

Capitale sociale lire 201.000.000 rappresentato da n. 20.100 azioni del valore nominale di lire 10.000 cadauna, interamente detenute dai signori:

	N. azioni	%
	—	—
Brivio Sforza Cesare	6.700	33,33
Perrone Carlo e Marco	6.700	33,33
Grazioli Giulio	6.700	33,33

RCS Editori SpA.

Capitale sociale lire 156.852.666.000 rappresentato da n. 156.852.666 azioni del valore nominale di lire 1.000 cadauna così ripartite:

	N. azioni	%
	—	—
<i>Persone fisiche</i>	147.053.511	93,75
— Gemina SpA	87.591.240	55,84 (1)
— Iniziativa Meta SpA	33.977.850	21,66 (2)
— Hachette SA	15.685.266	10,00
— Mittel SpA	799.155	6,25 (3)

(1) Soci della Gemina SpA, società quotata in borsa (capitale sociale lire 392.904.087.000) con pacchetti azionari superiori al 5 per cento risultavano essere, al 31 dicembre 1986, tre società di capitale e precisamente:

- Sadip SpA (24,64 per cento);
- Mediobanca SpA (9,85 per cento);
- Soc. Metallurgica Italiana SpA (9,06 per cento).

(2) Controllante della Iniziativa Meta SA, società quotata in borsa (capitale sociale lire 19.523.156.000) risulta essere, con un pacchetto azionario del 58,24 per cento, la Montedison SpA.

(3) Soci della Mittel SpA, società quotata in borsa (capitale sociale lire 21.132.100.000) risultano essere i seguenti:

- Intesa Finanziaria SpA 12,48 per cento;
- Intesa Finanziaria SpA tramite Montetitoli SpA 17,56 per cento;
- Fedi SpA 8,07 per cento;
- Fedi SpA tramite Montetitoli SpA 4,73 per cento;
- Pichet e C. Banchieri-Ginevra 6,57 per cento.

SIP SpA**Società Internazionale pubblicità.**

Capitale sociale lire 1.700.000.000 rappresentato da n. 68.000 azioni del valore nominale di lire 25.000 cadauna, interamente possedute da tre società di capitali e precisamente:

	N. azioni	%
— SPI Soc. per la pubblicità in Italia SpA	61.561	90,53
— Unione Fiduciaria SpA	6.000	8,82
— Placements et Finance SA	439	0,64

SIPRA SpA**Società Italiana Pubblicità per azioni.**

Capitale sociale lire 8 miliardi, rappresentato da n. 100.000 azioni del valore nominale di lire 80.000 cadauna, interamente posseduto dalla RAI-Radiotelevisione Italiana SpA. Il capitale sociale della RAI (lire 40 miliardi rappresentato da n. 20 milioni di azioni del valore nominale di lire 2.000 cadauna) è detenuto al 99,55 per cento dall'IRI Istituto per la ricostruzione industriale, e per lo 0,45 per cento dalla SIAE - Società italiana autori ed editori.

SPE SpA**Società Pubblicità Editoriale.**

Capitale sociale lire 10 miliardi, rappresentato da n. 10.000 azioni del valore nominale di lire 1.000 cadauna, interamente possedute da cinque persone fisiche, e precisamente dai signori:

	N. azioni	%
Maestro Oscar	2.000	20
Grassi Maestro Teresa	2.000	20
Maestro Hertel Maria Grazia	2.000	20
Maestro Pessina Liliana	2.000	20
Langs Maestro Roberta	2.000	20

SPI**Società per la pubblicità in Italia.**

Capitale sociale lire 9 miliardi, rappresentato da n. 900.000 azioni del valore nominale di lire 10.000 cadauna, così ripartite:

	N. azioni	%
	—	—
<i>Persone fisiche:</i>		
— Lanfranchi Ercole	36.000	4
<i>Società di capitali</i>		
— Publicitas SA - Losanna	864.000	96
— Publicitas SA - Losanna	810.000	90
— Banca della Svizzera Italiana Lugano . .	54.000	6

24 Ore System SpA.

Capitale sociale lire 2.000.000.000 rappresentato da n. 2.000 azioni del valore nominale di lire 1.000.000 cadauna, interamente possedute da due società di capitali, e precisamente da:

	N. azioni	%
	—	—
— Editrice <i>Il Sole 24 Ore</i> SpA (1)	1.960	98
— SEME - Società Editrice Mondo Economico (2)	40	2

Dall'esposta situazione proprietaria delle imprese anzidette si rilevano le seguenti situazioni rilevanti ai fini del calcolo sugli indici di concentrazione pubblicitaria:

Publikompass - È controllata da soggetto (ITEDI) che controlla anche un'impresa editrice di quotidiani (Editrice *La Stampa* SpA);

RCS Editori - Gestisce attività editoriale di quotidiani ed attività di concessionaria di pubblicità;

(1) Il capitale sociale della Editrice *Il Sole 24 Ore* è di lire 4.000.000.000 rappresentato da n. 204.000 azioni ordinarie 51 per cento intestate al signor Luigi Lucchini, fiduciariamente per conto della Confindustria, e da n. 196.000 azioni privilegiate (49 per cento) detenute dall'Aedificatio SpA, tutte del valore nominale di lire 10.000 cadauna.

(2) Il capitale sociale della SEME SpA è di lire 650.000.000 rappresentato da n. 342 azioni ordinarie (52,7 per cento) intestate al signor Luigi Lucchini, presidente *pro tempore* della Confindustria, e da 308 azioni privilegiate (47,3 per cento), delle quali ultime 254 (39 per cento) detenute dall'Aedificatio SpA e 54 (8,3 per cento) dalla Editrice *Il Sole 24 Ore* SpA; tutte del valore nominale di lire 1.000.000 cadauna.

24 Ore System - È controllata dall'impresa editrice di quotidiani *Il Sole 24 Ore*;

Publirama - È controllata da altra concessionaria di pubblicità;

SIP - È controllata da altra concessionaria di pubblicità.

IV. - Indici di concentrazione della pubblicità sulla stampa quotidiana.

L'articolo 12 della legge 5 agosto 1981, n. 416, fa divieto alle imprese concessionarie di pubblicità di esercitare l'esclusiva pubblicitaria per un numero di quotidiani la cui tiratura superi il trenta per cento di quella nazionale. Una più ristretta percentuale (20 per cento) è invece fissata per quelle imprese concessionarie di pubblicità che controllino un'impresa editrice, o che siano controllate da un'impresa editrice oppure da una persona fisica o giuridica che controlli anche un'impresa editrice.

È altresì vietato il collegamento o il controllo di concessionarie di pubblicità attraverso le quali si eserciti l'esclusiva in violazione dei divieti di concentrazione posti dalla legge per l'editoria.

Ai fini della relativa indagine, tutte le testate raggruppate a seconda della concessionaria di pubblicità dalla quale sono state servite, ed è stata calcolata l'incidenza della tiratura complessiva raggiunta da ciascun raggruppamento su quella globale nazionale. Quest'ultima tiratura è stata determinata in n. 3.014.908.984 copie, di poco superiore a quella (3.012.687.783) indicata nella mia precedente relazione, a causa dell'intervenuta acquisizione dei dati relativi ad una delle cinque imprese editrici minori che non avevano ancora provveduto, all'epoca, all'invio dei dati medesimi.

L'esame dei modelli C, trasmessi dalle imprese concessionarie di pubblicità, ha evidenziato tre casi in cui due diverse concessionarie hanno entrambe dichiarato di esercitare l'esclusiva nei confronti della stessa testata quotidiana: SPE e RCS Editori, riguardo alla testata *Il Mattino* di Napoli; SPE e SIPRA, riguardo la testata *Il Tempo* di Roma e Publirama e GiBiPi, riguardo la testata *Il Secolo XIX* di Genova.

Il Servizio dell'editoria ha provveduto a chiedere alle imprese interessate chiarimenti al riguardo, chiarimenti che consentiranno di appurare l'esatta natura e gli effetti degli accordi intervenuti tra le imprese medesime (trattasi con ogni probabilità di contratti di cessione o di subconcessione).

Pur in mancanza di tali elementi di valutazione, ho tuttavia ritenuto di poter ugualmente procedere all'accertamento degli indici di concentrazione pubblicitari.

Infatti, posto che *Il Mattino*, *Il Tempo* ed *Il Secolo XIX* hanno tirato, nell'anno 1986, rispettivamente il 2,427 per cento, il 2,353 per

cento e l'1,728 delle copie dei quotidiani stampati in Italia, è risultato che, qualsiasi fosse la concessionaria cui attribuire le tirature in discussione, non sarebbero stati comunque superati i limiti di concentrazione, né quello del 30 per cento, e nemmeno quello del 20 per cento.

Pertanto, ai fini espositivi dei calcoli effettuati, è stato adottato il criterio di attribuire la tiratura di ciascuna delle testate anzidette a quella tra le due concessionarie serventi che già presentava *ex se* — in base alla tiratura delle altre testate gestite — il più elevato indice di concentrazione.

D'altra parte, tenuto conto delle finalità cui l'accertamento delle concentrazioni è preordinato, e considerato che sono proprio le grosse concessionarie le più esposte al pericolo del superamento dei relativi limiti, il criterio provvisoriamente adottato nella circostanza parrebbe obiettivamente il più idoneo, in linea di principio, a reprimere eventuali finalità elusive del divieto di concentrazione che — per mera ipotesi — potrebbero aver presieduto alla stipulazione di patti di cogestione o di subconcessione tra concessionarie.

In adesione al criterio anzidetto la tiratura de *Il Mattino* è stata conteggiata a carico della RCS Editori, quella de *Il Tempo* a carico della SPE, e quella de *Il Secolo XIX* a carico della Publirama.

I raggruppamenti formati sono i seguenti:

GAV Pubblicità Srl

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
—	—	—	—
1	Agenzia di viaggi	RM	Non dichiarata

GiBiPi SpA

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
—	—	—	—
1	<i>Il Secolo XIX</i> (1)	GE	

(1) La relativa tiratura è stata conteggiata a carico della Publirama SpA.

A. Manzoni & C. SpA

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>Alto Adige</i>	BZ	20.637.810
2	<i>L'Arena</i>	VR	23.433.800
3	<i>Brescia Oggi Nuovo</i>	BS	5.773.000
4	<i>Il Centro</i>	PE	2.973.105
5	<i>Il Giornale di Bergamo Oggi</i>	BG	(1) 3.600.970
6	<i>Il Giornale di Calabria</i>	RC	Non dichiarata
7	<i>Il giornale di Napoli</i>	NA	3.632.134
8	<i>Il giornale di Vicenza</i>	VI	17.255.350
9	<i>Il Mattino di Padova</i>	PD	14.717.016
10	<i>La Nuova Venezia</i>	VE	7.182.265
11	<i>Oggi Sud</i>	CZ	1.590.000
12	<i>La Provincia</i>	CR	6.901.944
13	<i>La Provincia Pavese</i>	PV	7.036.474
14	<i>Il Quotidiano</i>	LE-BR-TA	6.662.093
15	<i>La Repubblica</i>	RM	200.580.147
16	<i>Il Tirreno</i>	LI	36.610.528
17	<i>La Tribuna di Treviso</i>	TV	9.281.890
			367.868.526

(1) Non accertata.

P.77 Stampa Srl

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>Corriere</i>	FI-AR	12.955.830
2	<i>Gazzetta</i>	AN	1.561.000
			14.516.830

Publikompass SpA

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>Gazzetta di Carpi</i>	MO	565.949

X LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
2	<i>Gazzetta di Mantova</i>	MN	13.260.317
3	<i>Gazzetta di Parma</i>	PR	19.473.637
4	<i>Gazzetta di Reggio</i>	RE	5.359.326
5	<i>Gazzetta del Sud</i>	ME	32.194.130
6	<i>Italia Oggi</i>	MI	5.332.839
7	<i>Il Lavoro</i>	GE	9.820.551
8	<i>Nuova Gazzetta di Modena</i>	MO	3.771.876
9	<i>La Nuova Sardegna</i>	SS	32.689.140
10	<i>La Stampa</i>	TO	171.301.176
11	<i>Stampa Sera</i>	TO	43.617.620
12	<i>Tuttosport</i>	TO	57.636.845
			395.023.406

Publirama SpA

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>L'Avvisatore Marittimo</i>	GE	(1) 1.368.025
2	<i>Il Corriere Mercantile</i>	GE	10.256.689
3	<i>Il Secolo XIX</i> (2)	GE	51.940.155
			63.564.869

(1) Non accertata.

(2) Gestione pubblicitaria dichiarata anche dalla GiBiPi SpA.

**RCS Editori SpA
Concessionaria di pubblicità**

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>Il Corriere della Sera</i>	MI	250.641.766
2	<i>La Gazzetta dello Sport</i>	MI	264.780.574
3	<i>Il Mattino</i> (1)	NA	73.188.763
			588.611.103

(1) Gestione pubblicitaria dichiarata anche dalla SPE SpA.

SIP SpA
Società Internazionale Pubblicità

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>Il Messaggero</i>	RM	132.989.349

SIPRA SpA
Società Italiana Pubblicità per Azioni

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>Avanti !</i>	RM	15.668.760
2	<i>Avvenire</i>	MI	37.537.670
3	<i>Il Giornale</i>	MI	100.027.056
4	<i>Il Manifesto</i>	RM	19.697.794
5	<i>Il Popolo</i>	RM	12.908.168
	<i>Il Tempo (1)</i>	RM	
6	<i>L'Umanità</i>	RM	3.257.801
7	<i>L'Unità</i>	RM	95.982.450
			285.079.699

(1) La relativa tiratura è stata conteggiata a carico della SPE Società Pubblicità Editoriale SpA.

SPE SpA
Società Pubblicità Editoriale

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>L'Adige</i>	TN	7.208.484
2	<i>L'Eco di Bergamo</i>	BG	25.559.143
3	<i>Il Giornale di Brescia</i>	BS	24.658.421
4	<i>Il Giornale di Sicilia</i>	PA	32.485.292
5	<i>Il Giorno</i>	MI	105.525.508
	<i>Il Mattino (1)</i>	NA	
6	<i>La Nazione</i>	FI	103.306.610

(1) La relativa tiratura è stata conteggiata a carico della RCS Editori SpA.

X LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
7	<i>Il Piccolo</i>	TS	24.687.840
8	<i>Il Resto del Carlino</i>	BO	112.776.780
9	<i>Il Tempo (2)</i>	RM	70.968.251
			507.179.329

(2) Gestione pubblicitaria dichiarata anche dalla SIPRA Società Italiana Pubblicità SpA.

SPI SpA
Società per la pubblicità in Italia

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>Corriere Adriatico</i>	AN	5.452.284
2	<i>Corriere del Giorno di Puglia e Lucania Nuovo</i>	TA	2.652.028
3	<i>Corriere dello Sport-Stadio</i>	RM	200.656.083
4	<i>Espresso Sera-Corriere di Sicilia</i>	CT	928.928
5	<i>La Gazzetta del Mezzogiorno</i>	BA	40.026.326
6	<i>Il Gazzettino</i>	VE	60.960.100
7	<i>La Libertà</i>	PC	13.712.407
8	<i>Il Messaggero Veneto</i>	UD	23.426.973
9	<i>La Notte</i>	MI	35.761.010
10	<i>L'Ora</i>	PA	6.398.378
11	<i>Paese Sera</i>	RM	20.512.769
12	<i>La Provincia di Como</i>	CO	(1) 10.172.930
13	<i>Il Secolo d'Italia</i>	RM	9.373.405
14	<i>La Sicilia</i>	CT	28.827.762
15	<i>L'Unione Sarda</i>	CA	35.229.745
16	<i>La Voce Repubblicana</i>	RM	3.145.375
			497.236.503

(1) Non accertata.

**24 ore System
Concessionaria di pubblicità SpA**

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>Sole - 24 Ore</i>	MI	102.496.018

Altre

Sono state raggruppate sotto tale voce le testate quotidiane sulle quali la pubblicità viene direttamente gestita dall'impresa editrice, oppure che non hanno dichiarato la concessionaria, oppure servite da concessionaria che non risulta iscritta al Registro Nazionale della Stampa.

N.	Testate	Provincia	Tiratura 1986
1	<i>Aste e Appalti Pubblici</i>	RM	(1) 1.710.500
2	<i>Dolomiten</i>	BZ	11.889.795
3	<i>Il Fiorino</i>	RM	6.262.579
4	<i>Il Giornale d'Italia</i>	RM	18.848.490
5	<i>Informazioni del Commercio con l'Estero</i>	RM	Non dichiarata
6	<i>International Courier</i>	RM	(1) 867.678
7	<i>La Prealpina</i>	VA	10.267.539
8	<i>Primorski Dnevnik</i>	TS	(1) 3.154.670
9	<i>Puglia</i>	RM	(1) 2.222.101
10	<i>Scuola SNALS</i>	RM	Non dichiarata
11	<i>Telescrivente</i>	MI	(1) 5.120.000
			60.343.352

(1) Non accertata.

Prospetto riepilogativo

Concessionaria di pubblicità	Tiratura dei quotidiani serviti	Indici di concentrazione
A. Manzoni & C.	367.868.526	12,20
P.77 Stampa	14.516.830	0,48

X LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

Concessionaria di pubblicità	Tiratura dei quotidiani serviti	Indici di concentrazione
Publikompass	395.023.406	13,10
Publirama	63.564.869	2,11
RCS Editori	588.611.103	19,53
SIP	132.989.349	4,41
SIPRA	285.079.699	9,46
SPE	507.1479.329	16,82
SPI	497.236.503	16,49
24 Ore System	102.496.018	3,40
Altre	60.343.352	2,00
Totali . . .	3.014.908.984	100,00

Nessuna impresa concessionaria di pubblicità sui giornali quotidiani editi in Italia nel 1986 ha superato, in tale anno, il limite di concentrazione del 30 per cento, e ciò anche considerando unitariamente le tirature delle concessionarie controllanti e di quelle controllate (Publirama/GiBiPi e SIP SPI).

Non risulta essere stato superato, nell'anno considerato, neanche il più ristretto limite di concentrazione del 20 per cento, cui sono vincolate le imprese concessionarie Publikompass, RCS Editori e 24 Ore System.

V. - La pubblicità di pubblica utilità.

I profili generali della vigente normativa in materia di pubblicità di amministrazioni pubbliche, e le motivazioni e le finalità ad essa sottese, sono state esposte nella mia precedente relazione al 30 novembre 1987, ed in tale occasione ho anche provveduto all'assolvimento — per quanto concerne l'esercizio finanziario 1986 — di quello che è il più appariscente dei compiti affidatimi in materia, e cioè la trasmissione al Parlamento dei dati concernenti le spese pubblicitarie effettuate dalle amministrazioni pubbliche.

Per quanto attiene all'esercizio finanziario 1987, i relativi dati continuano a pervenire copiosi al mio ufficio, sicché sarò in grado di far conoscere al Parlamento i dati medesimi con la mia prossima relazione semestrale, e cioè con quella che avrà riferimento alla data del 30 novembre 1988.

VI. - Il rilevante afflusso dei dati all'Ufficio del garante.

L'afflusso dei dati di cui trattasi, come ho già accennato, si preannuncia ben più rilevante che per il passato, e ciò appare il risultato di una capillare opera di informazione che ho ritenuto di dover svolgere presso i soggetti tenuti all'obbligo di comunicazione delle spese pubblicitarie, chiedendo ed ottenendo, al riguardo, la collaborazione delle singole amministrazioni dello Stato, delle prefetture e delle amministrazioni regionali, provinciali e comunali. È stata in particolare richiamata l'attenzione degli enti destinatari dell'obbligo di comunicazione in questione sulla previsione sanzionatoria introdotta dalla legge n. 67 per l'ipotesi di inosservanza dell'obbligo medesimo.

Gli eventi che hanno caratterizzato il decorso semestrale (crisi di governo e ricomposizione della compagine ministeriale) non hanno purtroppo consentito, agli organi a ciò competenti, l'emanazione da me auspicata di norme regolamentari, oppure anche di atti amministrativi, atti a fornire agli enti pubblici soggetti all'obbligo di comunicazione delle spese pubblicitarie, una più puntuale connotazione dell'obbligo medesimo.

Ritengo di dover nuovamente rappresentare l'esigenza anzidetta, che trova ragione nella necessità di assicurare una migliore applicazione della norma, e, di conseguenza, l'acquisizione da parte del Parlamento di dati completi ed omogenei.

VII. - Il parere sulla spesa relativa ai bandi di gara.

Nel semestre considerato ho avuto occasione di esprimere il mio punto di vista in ordine ad un aspetto particolare dell'obbligo di cui trattasi, essendone stato espressamente richiesto dalla Direzione generale delle informazioni, dell'editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica della Presidenza del Consiglio dei ministri.

Il parere richiestomi riguardava il problema della ricomprensibilità o meno, tra le spese pubblicitarie da comunicare al Garante per l'editoria, di quelle sostenute per l'inserzione obbligatoria dei bandi di gara sui quotidiani a tiratura nazionale.

In tale occasione ho espresso l'avviso che utili indicazioni ai fini della risposta da dare al quesito posto potevano trarsi dalla stessa evoluzione della normativa vigente in materia, contenuta dapprima nell'articolo 13 della legge 5 agosto 1981, n. 416, ed ora, nell'articolo 5 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.

Il citato articolo 13 della legge n. 416 prescriveva l'obbligo di comunicazione al Garante « delle erogazioni pubblicitarie effettuate nel corso di un esercizio finanziario », e sin da allora sorse in effetti il problema di dare una più esatta connotazione al concetto di spesa pubblicitaria. Non parve, però, ai primi esegeti della norma che il

suo testo fosse suscettibile di un'interpretazione rivolta ad introdurre limitazioni e discriminazioni non ricavabili dalla formulazione letterale della norma medesima (quali quelle basate sull'obbligatorietà o sulla discrezionalità della spesa pubblicitaria oppure sull'attinenza o meno ai compiti istituzionali). La considerazione che un tal genere di interpretazione sarebbe stato in contrasto con la finalità di assicurare, in materia, la conoscibilità e trasparenza dell'operato delle amministrazioni pubbliche (finalità da cui indubbiamente la norma è mossa) ha fatto infatti propendere per la tesi che il termine pubblicità fosse stato usato dal legislatore nella sua più estesa accezione.

Tale indirizzo ermeneutico appare, del resto, essere stato seguito anche dalla Presidenza del Consiglio dei ministri (Dipartimento per gli affari giuridici-legislativi e per i rapporti con gli organi costituzionali), la quale ebbe a diramare due circolari recanti direttive di massima in materia. Mentre con la prima circolare (n. 10949/I-26 del 5 febbraio 1983) veniva chiarito che « l'obbligo di comunicazione non concerne solo le spese di pubblicità effettuate a mezzo stampa, ma anche con qualsiasi altro mezzo: radio, televisione, manifesti, ecc... », nella seconda (n. 10949/I-26 dell'11 marzo 1983) veniva precisato che dovevano essere imputate nell'apposito capitolo del bilancio di previsione « tutte le spese comunque destinate, anche indirettamente, a pubblicità, informazioni e campagne promozionali sui compiti istituzionalmente svolti ».

Le nuove norme contenute nell'articolo 5 della legge n. 67 sembrano dare conferma dell'esattezza dell'indirizzo a suo tempo assunto. All'articolo 5, secondo comma, della legge anzidetta viene infatti fatto riferimento a « tutte le spese comunque afferenti alla pubblicità », ed appare evidente l'ampiezza del concetto di spesa pubblicitaria che il legislatore ha inteso così definire, nonché la generale valenza di tale definizione nei confronti di tutti i soggetti destinatari del relativo obbligo di comunicazione. Sicché (pur avendo il termine « pubblicità », usato nella nostra legislazione, spesso un significato polisenso e molteplici) ritengo che alla luce di quanto precede, ed in aderenza allo spirito delle disposizioni che regolano la materia, siano da comunicare allo scrivente anche tutte le spese sostenute per la pubblicazione di bandi di gara dalle amministrazioni pubbliche indicate nel citato comma quarto dell'articolo 5 della legge n. 67.

Ulteriore conferma dell'appartenenza delle spese di cui trattasi al *genus* delle spese pubblicitarie viene d'altra parte fornita dalla vigente legislazione in materia di gare per forniture ed appalti pubblici. L'articolo 4, secondo e quinto comma, della legge 30 marzo 1981, n. 113 (recante norme di adeguamento delle procedure di aggiudicazione delle pubbliche forniture alle direttive CEE) definisce infatti « pubblicità » l'inserzione di bandi di gara nella *Gazzetta Ufficiale* e nei quotidiani a diffusione nazionale e regionale.

CAPITOLO VI

INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ

In tema di etica dell'informazione, quale essenziale riferimento per la crescita individuale e collettiva che dal processo comunicativo discende, va segnalato il recente protocollo d'intesa stipulato tra le categorie degli operatori dell'informazione e della pubblicità: Federazione Nazionale della Stampa Italiana (F.N.S.I.) e Consiglio Nazionale dell'Ordine dei giornalisti, Associazione Italiana agenzie di pubblicità a servizio completo (ASSAP), Associazione Italiana Studi di Comunicazioni (AISSCOM), Associazione agenzie di relazioni pubbliche a servizio completo (ASSOREL), Federazione relazioni pubbliche italiana (FERPI), Associazione italiana delle organizzazioni professionali di tecnica pubblicitaria (OTEP), Associazione italiana di tecnici pubblicitari (TP).

Tale protocollo, firmato il 14 aprile scorso, alla presenza del Presidente del Senato, traccia per la prima volta un insieme di norme di autoregolamentazione della comunicazione tese a garantire la trasparenza e la correttezza della comunicazione stessa nel senso della distinzione tra informazioni e messaggi pubblicitari, onde tutelare pienamente il pubblico degli utenti rispetto a forzature ed ambiguità che troppo spesso hanno contrassegnato tale rapporto (consentendo confusione nei ruoli dei rispettivi operatori e travestendo da informazione il messaggio pubblicitario e ponendolo in un contesto informativo generale, tale da indurre il lettore in errore ed a stimolarne in modo subdolo l'acquisto di beni o la fruizione di servizi, sfruttandone la buona fede ed il rapporto di fiducia che lo lega alla singola fonte informativa).

Il criterio fondamentale del protocollo è appunto quello di precludere qualsiasi forma di confusione tra informazione e pubblicità rendendo riconoscibile sempre e comunque l'informazione e la pubblicità, in forza di un impegno reciproco degli operatori che riconoscono congiuntamente la centralità e la preminenza del diritto-dovere ad una libera e veritiera informazione.

È infatti assicurata particolare attenzione alla personalità del singolo cittadino quale fruitore del sistema della comunicazione di massa, riconoscendo nei suoi riguardi il diritto alla correttezza dell'informazione, correttezza che appunto si intende rafforzare mediante la responsabilità delle categorie professionali.

Si afferma pertanto che « il primo dovere è di rendere sempre riconoscibile l'emittente del messaggio ». Si riconosce, in altre parole, l'importanza dell'identificazione certa dell'emittente da parte del fruitore della comunicazione.

L'identificazione dell'interlocutore è, infatti, prima ed essenziale regola di ogni processo dialettico, che dà modo alle parti coinvolte di riconoscere, nei tratti essenziali, non solo una connotazione più o meno già intravista, ma altresì una esperienza già conosciuta, da valutare in modo conforme o differente rispetto alle proprie convinzioni o esperienze. Solo attraverso l'identificazione dell'interlocutore un dialogo può essere realmente costruttivo, altrimenti esso si risolverebbe in un puro e semplice scambio di espressioni, privo di rilievo sotto l'aspetto umano e sociale.

Inoltre l'identificazione dell'emittente di un messaggio pubblicitario consente agli utenti di valutare liberamente le ragioni alla base dell'iniziativa, e di apprezzarne meglio, in definitiva, il contenuto in quanto oggetto di curiosità, di svago, di conoscenza e sempre in relazione ad una scelta spontanea e consapevole, e non avvalendosi della mimetizzazione entro un contesto informativo, la quale, in sostanza, altro non è che una forma di mortificazione reciproca di entrambe le forme di comunicazione che in tal modo non sono riconoscibili nella loro essenza (la pubblicità) o che la loro essenza così compromettono (l'informazione).

Si specifica perciò nell'intesa che il lettore o lo spettatore dovrà essere in grado di riconoscere quali notizie, servizi, od altre attività redazionali sono responsabilità della redazione o di singoli firmatari e quali invece sono direttamente o liberamente espresse da altri.

Tale principio, che si ricollega direttamente alla riconoscibilità del messaggio pubblicitario entro un contesto informativo, assicura in concreto il rispetto della « lealtà » nell'esercizio della professione giornalistica nonché la promozione della fiducia tra stampa e lettori cui proprio la legge 3 febbraio 1963, n. 69 (Ordinamento della professione del giornalista) fa riferimento all'articolo 2, ove traccia i diritti ed i doveri degli operatori dell'informazione nella consapevolezza che tale attività incide sulla personalità dell'uomo nel suo svolgersi e dettando appunto quelle regole di comportamento tali da orientare l'esercizio in concreto della professione stessa all'essenziale rispetto della libertà e della dignità dei soggetti che dell'informazione sono fruitori.

La fiducia cui allude la legge istitutiva dell'ordine dei giornalisti è appunto quella aspettativa di veridicità e di correttezza espositiva ingenerata nella collettività dei lettori dal ripetersi del processo informativo, che non può non richiedere il riconoscimento da parte degli operatori professionali a vario titolo interessati e coinvolti nella comunicazione sociale di un impegno ad evitare forme di confusione circa l'interpretazione o il contenuto dei messaggi trasmessi, mediante modalità tali da indurre obiettivamente in errore i riceventi anche solo sulla natura, il carattere, il significato dei messaggi stessi (che proprio perché non distinguibili nella loro realtà di iniziative pubblicitarie rischiano di apparire come notizie o opinioni ascrivibili alla fonte informativa).

Il protocollo si articola, quindi, in una serie di ulteriori principi generali a garanzia dell'interesse diffuso della collettività dei lettori e degli utenti alla correttezza del processo di comunicazione.

Si stabilisce, infatti, che i messaggi pubblicitari debbano essere sempre riconoscibili in quanto tali dai lettori, spettatori o ascoltatori, con la puntuale specificazione dell'emittente in favore del quale il messaggio pubblicitario viene trasmesso, che deve sempre essere chiaramente identificato o riconoscibile. Rispetto al mezzo di informazione che ospita la pubblicità, poi (editore, emittente radiotelevisiva) deve essere sempre consentito il riconoscimento del soggetto per conto del quale la campagna pubblicitaria viene effettuata anche attraverso l'identificazione dell'agenzia o della concessionaria di pubblicità.

Tale disposizione mira a realizzare una forma di trasparenza anche nei confronti della fonte informativa coinvolta in attività pubblicitarie.

Nei casi di comunicati di pubbliche relazioni si prevede che debba sempre esser resa nota al giornalista che riceve un'informazione non solamente l'identità di chi la emette o trasmette (agenzia di pubbliche relazioni, singolo professionista) ma altresì quella del committente (impresa, ente, gruppo di opinione) per conto del quale l'informazione stessa viene trasmessa.

In ogni caso la « firma » di ciascun messaggio deve essere chiara e trasparente.

A tal fine le organizzazioni stipulanti il protocollo di intesa hanno convenuto sull'obbligo per i propri iscritti di rispettare la competenza, l'autonomia e la specifica professionalità delle altre categorie, astenendosi da iniziative che incrocino o confondano le rispettive competenze (quelle del giornalista, di operatore pubblicitario, di operatore delle relazioni pubbliche).

Si è infatti ritenuto che debba predisporci una assai netta distinzione nell'esercizio delle professioni che a vario titolo sono coinvolte nella comunicazione di massa. nel superiore interesse dei fruitori della comunicazione stessa, anche attraverso la massima diffusione della conoscenza di tale forma di autoregolamentazione al fine di assicurare trasparenza e correttezza nel rispetto dei ruoli e delle professionalità specifiche degli operatori. Sono quindi enunciate alcune direttive tali da tradurre in concreto i cennati principi generali,

direttive che integrano le norme deontologiche vigenti per ciascuna delle categorie interessate.

Tali direttive stabiliscono:

a) per l'attività professionale non si dovrà accettare, richiedere od offrire (anche se con il consenso del datore di lavoro o committente) compensi di alcun genere che possano confondere o sovrapporre i ruoli professionali;

b) le attività economiche, i beni (prodotti e servizi) e le opinioni di singoli enti e gruppi possono essere oggetto di messaggio pubblicitario, di attività di relazioni pubbliche o di informazione giornalistica, senza alcuna limitazione o censura né reciproco condizionamento, nel solo rispetto delle leggi vigenti o delle norme di autodisciplina. Ma il « tipo » di messaggio deve essere riconoscibile e la collocazione di messaggi di natura diversa deve essere distinta;

c) l'obbligo di correttezza è nei confronti di tutti i soggetti (pubblico, mezzi, aziende o enti). Le organizzazioni sottoscrittenti riconoscono perciò la necessità della massima correttezza non solo nei rapporti reciproci ma anche nei confronti dei rispettivi committenti e porranno la massima attenzione alla veridicità delle informazioni trasmesse. Ciò implica in particolare per la professione giornalistica (in ragione della sua responsabilità « in proprio » dell'informazione) la verifica preventiva di attendibilità e di correttezza di quanto viene diffuso e la adeguata correzione di informazioni che dopo la loro diffusione si rivelino non esatte, specialmente quando tali notizie possano risultare ingiustamente lesive o dannose per singole persone, enti o categorie;

d) gli associati delle organizzazioni firmatarie sono tenuti ad agire in modo tale da non indurre i componenti di altre categorie professionali a discostarsi alle norme di comportamento proprie di ciascuna.

Viene infine istituito un apposito Comitato permanente, formato da un rappresentante per ciascuno degli organismi firmatari cui spetta deliberare circa questioni di comune o reciproca rilevanza sull'applicazione delle norme del protocollo, e cui compete, inoltre, ricevere segnalazioni o richieste inviate alle singole associazioni o da esse trasmessi sulla base di esposti di cittadini. Il comitato, accertato che il caso rientri nelle materie oggetto dell'accordo, può decidere di sottoporre la questione agli organi di vigilanza e di autodisciplina delle singole categorie.

Inoltre spetta al Comitato un potere di iniziativa nei confronti degli organi giudicanti delle singole organizzazioni in relazione alla mancata osservanza di rispettive regole deontologiche.

Va soggiunto che i principi espressi dal protocollo d'intesa costituiscono integrazione di altri principi già posti dal codice di autodisciplina pubblicitaria del 1975 all'articolo 7 per cui « la pubblicità deve essere sempre riconoscibile come tale, nei mezzi in cui, oltre alla pubblicità, vengono comunicati al pubblico informazioni e contenuti di altro genere, la pubblicità inserita deve essere nettamente

distinta per mezzo di idonei accorgimenti ». Gli stessi principi sono poi alla base della direttiva del Consiglio delle Comunità europee n. 84/450 del 19 settembre 1984 in materia di repressione della pubblicità ingannevole, ove come tale viene definita dall'articolo 2 quella pubblicità « che in qualsiasi modo, compresa la sua presentazione, induca in errore o possa indurre in errore le persone alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, dato il suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il comportamento economico di dette persone o che, per questo motivo, leda o possa ledere un concorrente ». Tale direttiva, pur non escludendo un controllo volontario della pubblicità ingannevole da parte di organismi rappresentativi delle categorie interessate, impegna tuttavia gli Stati membri alla predisposizione di idonee normative di tutela per i consumatori, mediante il riconoscimento di apposite azioni giudiziarie.

In tal senso nella scorsa legislatura sono stati presentati il disegno di legge 22 ottobre 1984, n. 995 presentato al Senato dal Ministro dell'industria, commercio ed artigianato nonché la proposta di legge del 9 dicembre 1985 sulla disciplina della pubblicità presentata alla Camera dei deputati su iniziativa dell'onorevole Rodotà ed altri.

È quindi più che mai opportuna una regolamentazione legislativa tale da integrare i principi già fissati dal protocollo di intesa in materia di pubblicità ed informazione, eventualmente nel contesto di una riforma della legge n. 69 del 1963, da più parti auspicata, che renda nel contempo possibile l'iniziativa dei cittadini, tramite azioni giudiziarie, a carattere inibitorio, proprio alla stregua di quanto la legge sull'editoria prevede in tema di repressione di concentrazioni editoriali nella stampa quotidiana.

È in gioco, infatti, il medesimo valore per cui viene riconosciuta dalla legge per l'editoria l'azionabilità in via collettiva del diritto all'informazione a tutela del pluralismo informativo.

CAPITOLO VII

PROSPETTIVE DI LEGISLAZIONE ANTIMONOPOLIO

I. — Premessa.

Le prospettive di una legislazione *antitrust* si possono scindere in due profili: l'uno generale inerente ad uno schema normativo applicabile al sistema economico nel suo insieme; l'altro particolare, concernente alcuni tipi di beni (o dei servizi) che per loro stessa natura si caratterizzano in maniera specifica e differenziata rispetto a tutti gli altri comparti dell'apparato produttivo (in questa tipologia si situa con connotazioni peculiari l'area dei *mass media*).

I due profili ora indicati presentano alcuni tratti differenziali (specialmente da un punto di vista concettuale). Basti pensare al tema delle « concentrazioni », per rilevare che esso può verificarsi a seconda della generalità o della settorialità dei campi di riferimento: ad esempio, nel caso delle « imprese manifatturiere » i problemi sono essenzialmente economici e riguardano prevalentemente la tutela dei consumatori nonché l'esigenza di una equilibrata distribuzione del potere economico della società, mentre nel caso delle imprese editoriali o radiotelevisive i problemi sono — più marcatamente — di tutela di valori collettivi, essendo l'informazione anzitutto un bene sociale.

Diversa è anche la base su cui possono poggiare, nel nostro ordinamento, la disciplina *antitrust* generale (per tutto l'apparato produttivo) e quella, invece, specifica per l'area dell'informazione. La prima è retta soprattutto dalle norme della Costituzione in materia

economica (l'articolo 41 della Costituzione), mentre tutta l'area dell'informazione è retta principalmente da norme rivolte alla tutela della libertà di « manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione » (articolo 21 della Costituzione) e cioè alla salvaguardia di quei canoni di pluralismo e di trasparenza che di tale libertà costituiscono requisiti essenziali.

Il tratto differenziale fra i due profili suddetti si rinviene anche in ciò: che la disciplina *antitrust* concernente l'apparato produttivo generale mira a garantire la libera concorrenza, nell'ambito di un mercato di beni e di prodotti che, quasi sempre, sono « soggettuali », o di materiale utilità o consumo materiale. Invece nel settore della comunicazione sociale la libera concorrenza nel « mercato delle idee » (*market of ideas*), riguarda quelle utilità le quali toccano da vicino la persona umana, il suo patrimonio conoscitivo (nei suoi « principi di scienza della finanza », L. Einaudi parlava di beni « rivolti a soddisfare i bisogni nobili dell'uomo »). L'informazione, nelle sue varie forme e nei suoi diversi media (anche se, ovviamente, nel suo processo produttivo e distributivo implica apparati produttivi e costi economici) si connota come un bene immateriale, frutto di un apporto conoscitivo, di una ricerca (anche soltanto notiziale).

Se vi sono, dunque, fattori diversificanti fra le due prospettive di normazione (l'una generale, l'altra settoriale), sussistono, però, anche punti di contatto. Basti considerare che nel campo delle imprese di informazioni operano anche società che esplicano attività aventi primariamente carattere economico o finanziario. Sicché una legislazione di carattere globale può spiegare influssi (positivi) anche su quella di comparti specifici. Questa constatazione è avvalorata dal rilievo che in ordinamenti giuridici (nei quali da tempo vige una legislazione antimonopolio che abbraccia sia il sistema economico nel suo insieme sia i comparti specificamente connotati) le leggi a tutela della libera concorrenza e del pluralismo nel campo della stampa e della radiotelevisione sono una parte (a volta materiale, a volta ideale) delle leggi generali *antitrust*. In Gran Bretagna le norme sono contenute nella sezione ottava del *Monopolies and Mergers act* del 1965; in Francia la legge del 1984 presuppone quelle del 24 luglio 1966, n. 537 e del 19 luglio 1977, n. 806. Nella Repubblica Federale Tedesca la legge del 24 settembre 1980 (*Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen*) contro le restituzioni alla concorrenza si fonda su una clausola generale così formulata: « i contratti stipulati da imprese o associazioni di imprese per uno scopo comune e le deliberazioni delle associazioni di imprese sono inefficaci nella misura in cui sono atte ad influenzare la produzione o i rapporti di mercato del traffico di merci o delle prestazioni commerciali limitando la concorrenza ». Il supremo organo di regolazione è l'autorità di cartello (*Bundeskartellamt*) che si pronuncia sui contratti e sulle deliberazioni suddette ed ha anche poteri di concedere deroghe, come ad esempio nei casi di cartelli di razionalizzazione o di cartelli per crisi strutturali o di cartelli di specializzazione.

La menzionata clausola, a carattere onnicomprensivo, viene applicata anche per disciplinare i processi concentrativi nel settore dei *mass media*.

Il concetto di impresa in posizione dominante è uno dei principi basilari dell'*Antitrust law* americana avente efficacia per ogni settore. Lo *Sherman Act*, dopo avere, nella I Sezione, dichiarato illegittimi i contratti e gli accordi che tendono ad alterare la concorrenza, nella Sezione II vieta l'acquisto di una posizione dominante (« every person who shall monopolize or attempt to monopolize »). E queste disposizioni nella realtà statunitense regolano sia i rapporti strettamente economici, sia ogni altro tipo di manifestazione che possa in qualche modo contrastare il fenomeno della libertà di concorrenza: sicché fra i mezzi a difesa della libertà di espressione vengono elencate le disposizioni *antitrust*.

II. — La legislazione a carattere generale.

Può ritenersi ormai largamente prevalente il riconoscimento dell'esigenza di una disciplina di carattere generale. Nel 1956 venne firmato il trattato di Roma, che dava vita al mercato comune europeo e che, tra l'altro, stabiliva che debbono essere perseguiti gli abusi delle posizioni dominanti: dopo quel trattato in molti paesi europei sono state approvate leggi a difesa della libera concorrenza, ma l'Italia non ha provveduto fin'oggi a tale normazione di carattere generale.

L'urgenza di procedere a tale adempimento si accentua ora di fronte all'approssimarsi del 1992, in quanto scadenza prevista quale traguardo del mercato unico europeo.

I benefici di un sistema concorrenziale rappresentano uno dei capisaldi del mercato economico. Da ciò deriva il diffuso consenso su misure che ne garantiscano il funzionamento e la difesa rispetto a fattori limitativi.

È da rilevare che (come è stato osservato da economisti e da giuristi nel convegno di Courmayeur del settembre 1987) non è sufficiente la disciplina comunitaria a tutelare interamente la libera concorrenza, giacché essa è limitata a specifiche fattispecie.

Le previsioni del trattato di Roma concernono « abusi di posizione dominante » idonei a pregiudicare il commercio fra gli Stati membri. Per quanto l'indirizzo delle autorità comunitarie sia tendenzialmente estensivo, sfuggono a tale disciplina le intese e gli abusi di posizione dominante che siano idonei a pregiudicare il commercio all'interno di uno Stato sicché la regolazione di tali aspetti è dal trattato rimessa interamente alle legislazioni nazionali.

L'idea della necessità di tutelare la libertà di concorrenza intesa non solo come iniziativa economica ma come situazione di mercato è antica e i primi progetti risalgono agli anni cinquanta; ma, anche dopo i trattati che hanno instaurato la Comunità europea e che dettano precise regole di concorrenza, il legislatore italiano è rimasto inerte e se pure vi sono state ripetute iniziative legislative, queste non si sono mai trasformate in legge. Si è dubitato anche che fosse necessario porre una regolazione interna, quando esisteva una precisa regolamentazione ed esperienza giuridica comunitaria, ma se ne è dubitato a torto perché in definitiva le regole di concorrenza

sono tutte in funzione del mercato considerato come rilevante e le varie situazioni sono diverse e vanno diversamente valutate, quando come mercato rilevante si prenda il mercato interno o invece il mercato comune. Quindi le norme comunitarie, come tali, non possono servire a risolvere i problemi concorrenziali che si pongono all'interno dei singoli Stati, e a questo fine è necessaria una legge interna come del resto ci dimostra l'esperienza degli altri paesi europei.

Se una regolamentazione interna appare necessaria, appare anche necessario un coordinamento tra regole di concorrenza interna e regole di concorrenza comunitaria. Tanto questo coordinamento è apparso necessario che si è posto addirittura il problema se non dovesse nella disciplina interna richiamarsi la regola comunitaria riferita a un mercato rilevante più ristretto: ciò che avrebbe importato il vantaggio di poter fruire anche di quella puntualizzazione e di quella evoluzione che si sono realizzate durante circa un trentennio di applicazione.

Tuttavia questo problema è stato generalmente risolto nel senso dell'adozione di un'autonoma disciplina: e ciò non soltanto per la necessità di prevedere gli apparati e i congegni idonei a reprimere le eventuali violazioni delle regole di concorrenza, ma anche per la necessità di revedere accanto alle tradizionali regole di concorrenza, riguardanti le intese industriali e gli abusi di posizione dominante, ulteriori regole di concorrenza necessarie di fronte a fenomeni nuovi di situazioni di egemonia.

Ciò premesso, possono segnarsi alcuni tratti specifici:

a) l'adozione di una normativa *antitrust* italiana comporta l'istituzione di una autorità nazionale competente (e ciò non può che essere visto con favore da parte comunitaria, se non altro per il fatto che gli stessi regolamenti di applicazione delle norme CEE sulla concorrenza presuppongono l'esistenza di tali autorità negli Stati chiamate, tra l'altro, a cooperare con la Commissione per l'applicazione della stessa legislazione comunitaria).

Dottrina e giurisprudenza riconoscono largo spazio ai legislatori nazionali. Si può così pensare che a una apposita autorità nazionale sia attribuita un'autonoma funzione di vigilanza accanto a quella spettante alle autorità comunitarie (è quanto ha fatto la Germania Occidentale, con l'istituzione del Bundeskartellamt). Occorre che l'organismo da istituire sia collocato in una posizione di autonomia rispetto al potere esecutivo (e nell'istituirlo si può trarre profitto dalle esperienze degli altri paesi specialmente Stati Uniti, Inghilterra, Francia e Germania).

Il modello istituzionale più idoneo è quello degli organi di garanzia e delle amministrazioni « ad alto tasso di imparzialità », di recente introdotti nel nostro ordinamento, che esplicano un ruolo innovativo, secondo formule già sperimentate in altri paesi europei.

Quanto ai poteri dell'istituendo organismo, questo dovrebbe essere titolare di potestà di intervento (su ricorso o autonomamente) sui casi di abusi di potere economico, che si traducano nel porre barriere all'ingresso di imprese su un determinato mercato, nell'alterare le condizioni di concorrenza all'interno dello stesso.

b) Una prospettiva legislativa a tutela del mercato concorrenziale induce come implicazione una legislazione sui gruppi, finora considerati solo frammentariamente nel nostro ordinamento, e una riforma del diritto societario (anche per ciò che riguarda l'informazione che società e gruppi devono fornire al pubblico e alla pubblica amministrazione). Una disciplina sui gruppi, infatti, renderebbe più agevole la previsione generalizzata del bilancio consolidato quale strumento di informazione e di valutazione dell'attività del gruppo inteso come organismo economico unitario (cfr. la direttiva CEE che ne definisce principi e regole).

Com'è risaputo, il diritto italiano non prevede ancora una disciplina generale dei gruppi. Certo il fenomeno non può dirsi del tutto sconosciuto, giacché sono sempre più numerose le disposizioni di leggi speciali che ne prendono atto, stabilendone la rilevanza a particolari effetti. Nonostante ciò, il suo funzionamento è rimasto sino ad oggi abbandonato al diritto societario comune.

La situazione non ha registrato sostanziali progressi neanche a seguito della legge n. 95/1979 (c.d. legge Prodi), recante fra l'altro, un primo tentativo di disciplina della responsabilità inerente alla direzione unitaria del gruppo (articolo 3, ultimo comma), la cui capacità espansiva è rimasta fortemente ostacolata, oltre che dallo stretto collegamento con la procedura di amministrazione straordinaria, dalla modesta calibratura tecnica e politica della norma.

Al disinteresse legislativo fa riscontro un disinteresse progettuale. Fra le proposte di modifica del diritto azionario avanzate in questi anni il tema dei gruppi risulta singolarmente assente (fatta eccezione per un abbozzo di « criteri direttivi » contenuto in un disegno governativo di legge-delega presentato nella settima Legislatura e riproposto, sempre senza successo, in quella seguente). Il progetto di « Statuto dell'impresa » elaborato dalla Commissione Ferri costituì il primo tentativo di abbozzo di una disciplina generale ed organica del fenomeno.

La commissione nell'ipotizzare la disciplina in esame si è fondamentalmente ispirata al paragrafo 311 dell'*Aktiengesetz* vigente in Germania, secondo il quale, in assenza di un « contratto di denominazione » (*Beherrschungsvertrag*), « l'impresa dominante non può usare la sua influenza per indurre una società per azioni dipendente a concludere negozi ad essa dannosi o a prendere o a omettere provvedimenti con suo pregiudizio, a meno che i danni non vengano compensati ».

c) Una disciplina moderna delle coalizioni di imprese non dovrebbe essere ancorata a canoni rigidi di fattispecie normative « chiuse », ma soprattutto a criteri flessibili, a clausole generali, capaci cioè di rispecchiare la nuova realtà nazionale e internazionale in campo industriale e finanziario e di adeguarsi alla moderna dinamica delle economie integrate e dei *global investors*.

d) È da decidere poi quale rilevanza si voglia dare al tema dell'impresa pubblica. Ad esempio la legge tedesca prevede l'applicazione dei principi del *Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen* anche nei confronti delle imprese, totalmente o parzialmente in mano

pubblica, escludendo invece (o riservando un trattamento particolare) le aziende pubbliche dei servizi essenziali (acqua, elettricità, ecc.), delle poste, delle ferrovie della Bundesbank. ecc.

Ovviamente, nel nostro ordinamento, il problema può assumere soluzioni aventi proprie caratteristiche, che riflettono le esigenze del nostro Paese.

e) Quelli ora indicati possono considerarsi come punti orientativi. Ma il tema centrale per il legislatore nella materia considerata, rimane il contemperamento di due ordini di esigenze: da un lato quelle connesse all'espansione, alle economie di scala, alla razionalizzazione della produzione e della distribuzione, alla competizione nei mercati internazionali, dall'altro lato quelle connesse alla tutela dei consumatori o dei risparmiatori, alla libertà di concorrenza, a un assetto equilibrato del potere economico-finanziario nella società contemporanea.

Pur non essendo alcun modello trasponibile da un ordinamento all'altro senza i necessari adeguamenti, tuttavia utili riferimenti circa il bilanciamento dei suddetti possono trarsi dal GWB tedesco. Nelle regole di principio ispiratrici di tale legge sono enunciati molteplici criteri di contemperamento fra le esigenze di tutela della concorrenza nel mercato interno e quelle di salvaguardia delle esportazioni, della competitività sui mercati internazionali, nonché di altri « motivi di economia generale e del bene comune ».

III. — Normativa settoriale (l'informazione).

1) *Profili della legge sull'editoria.*

Con le norme sulle concentrazioni nella stampa quotidiana (legge n. 416 del 1981 e legge n. 67 del 1987) il legislatore italiano ha introdotto nel nostro ordinamento un primo nucleo di disciplina antimonopolio (pur in assenza di una legge di valore generale). Meritano di essere segnalati quei punti della legge sull'editoria che, per l'esperienza sostanzialmente proficua che da essi può derivare, hanno capacità di porsi come paradigma sia ai fini di una legislazione in divenire (che attenga agli altri settori dell'informazione quali la radiotelevisione, la pubblicità), sia come punti di riferimento per la individuazione di principi informatori di una legislazione generale.

Un primo apporto positivo della legge suddetta consiste nell'aver individuato (delimitandone l'ambito) un concetto, come quello di posizione dominante, atto a svolgere una funzione essenziale in tutto il sistema dell'*antitrust*.

Le disposizioni a tutela della libertà di concorrenza erano già state inserite nel Trattato CEE e nell'articolo 66, paragrafo 7, del trattato CECA; e anche la Corte di giustizia aveva avuto occasione di definire il concetto medesimo, affermando che « posizione dominante in relazione all'articolo 86 del trattato CEE corrisponde a una posi-

zione di potenza economica grazie alla quale l'impresa che la detiene è in grado di ostacolare la persistenza di una concorrenza effettiva sul mercato in questione ».

La legge sull'editoria ha utilizzato questo principio, mirante alla garanzia della concorrenza in quanto fenomeno economico, rivolgendolo verso la finalità di tutela della pluralità delle fonti di informazione per la collettività.

Altro punto importante è quello di una prima formulazione di criteri e di indicazioni circa i « gruppi ». La rilevanza unitaria del gruppo non era desumibile in via generale dai frammenti di legislazioni antecedenti alle leggi sull'editoria: frammenti si rinvenivano nell'articolo 3 della legge 3 aprile 1979, n. 95 (cosiddetta legge Prodi sull'amministrazione straordinaria delle grandi imprese in crisi) o negli articoli 12 e 13 del decreto del Presidente della Repubblica 10 febbraio 1986, n. 30 (in attuazione della seconda direttiva comunitaria 13 dicembre 1976 sulle S.p.A.). Invece, la legislazione editoriale rappresenta un esempio istruttivo di normativa sui gruppi (salvo ulteriori approfondimenti e miglioramenti). Costituisce una acquisizione importante quella di aver riconosciuto e regolato il fatto « collettivo », cioè la convergenza stabile di interessi e di obiettivi comuni) si coglie non solo mediante determinate conformazioni strutturali, ma anche attraverso vincoli organizzativi, o attraverso le forme di *interlocking directorates*. Si è giunti in sostanza a un riconoscimento del gruppo di società attraverso i molteplici indici rivelatori enunciati negli articoli 1 e 3 della legge n. 67 del 1987.

E tale primo nucleo di disposizioni concernenti i gruppi, inserite nel sistema della normativa editoriale può essere portato ad ulteriore e più organico sviluppo, mediante l'introduzione di « clausole generali », tali da consentire di cogliere la concentrazione non attraverso le forme (che in materia societaria sono estremamente mutevoli o in continua trasformazione o talvolta sottoponibili a tecniche occultative) ma attraverso gli effetti concentrativi. Questo delle clausole generali è, per lo più, il criterio ispiratore di normative *antitrust* (quali quelle di radice angloamericana), che hanno palesato finora attendibilità di risultati conseguiti.

2) Caratteristiche attuali del settore editoriale.

In una visuale attuale del comparto dell'editoria vanno rivelate alcune caratteristiche della situazione:

a) Il fenomeno di crescita dell'industria giornalistica è accompagnato da due aspetti, l'industrializzazione del prodotto e la tendenza alla concentrazione delle testate. Per quanto attiene al primo, può dirsi che trattasi di una logica conseguenza della stessa diffusione dei giornali, specie di quelli quotidiani tra i cittadini. Ne sono derivati effetti favorevoli, tra cui possono ricordarsi il conseguimento di una migliore organizzazione, la conquista di spazi di trattazione, una maggiore specializzazione e professionalità degli operatori.

Per quanto attiene alla concentrazione delle testate, va detto che il sistema sta esprimendo un tendenziale oligopolismo. È il caso di

chiarire l'esatta dimensione in cui si colloca il problema dei processi concentrativi, alla stregua dei criteri delineati dal nostro ordinamento giuridico e, precipuamente, dalla legge di riforma dell'editoria. L'aggregazione, la coalizione, la connessione fra imprese non incontrano nella nostra legislazione preclusioni o fatti ostativi, ogni qualvolta rimangono nell'ambito della fisiologia del sistema. Il contrasto che tali strutture societarie interconnesse determinano con precetti normativi viene in rilievo allorché le suddette formazioni si collocano in una posizione di eccesso di concentrazione, cioè col superamento di quei limiti fissati dalle leggi del 1981 e del 1987.

b) Lo scenario dell'editoria in Italia sta subendo in questi ultimi tempi una vasta mutazione. Per sua natura esso costituisce un terreno di grande dinamismo, sia sotto il profilo delle iniziative di imprese, sia per quanto riguarda le condizioni di mercato. Il secondo elemento caratterizzante della fase attuale è dato (oltre alle evenienze già rilevate di aggregazioni societarie) dalle forme di comunicazione multimediale, sicché i processi di integrazione si verificano, sia in forma verticale che orizzontale, non nel solo campo della carta stampata, ma vanno a interessare contemporaneamente anche gli altri subsettori dell'area dell'informazione.

Oggi il sistema delle comunicazioni di massa si presenta articolato in diversi settori (fondamentalmente informazione a stampa e informazione elettronica) ciascuno con una sua specifica individualità, ma tuttavia, nelle sue dinamiche reali, tende alla integrazione fra le diverse componenti che lo formano.

Dal punto di vista economico, appare in evidenza l'intreccio che si stabilisce, in termini di proprietà o almeno di controllo, fra le imprese di comunicazione di massa di genere diverso. E v'è poi un altro fattore che pone in rilievo l'integrazione o le interferenze fra i due comparti del sistema informativo; entrambi si alimentano fondamentalmente di una stessa risorsa, la pubblicità.

c) Il settore dell'editoria confina con gli altri comparti della vasta area dell'informazione, alcuni dei quali non ancora assoggettati ad una organica disciplina legislativa. All'inizio di questa legislatura si riscontra una attività progettuale, tendente a realizzare un disegno ordinatore nell'ambito di una visione di sistema.

È da ritenere che una disciplina organica debba articolarsi in due profili essenziali: l'uno attinente ai principi generali validi per tutta l'area di informazione, l'altro invece inerente ai tratti differenziali oggettivamente inerenti a ciascuno dei subsettori. I principi generali (o « regole quadro ») sono essenzialmente quelli della trasparenza degli assetti proprietari, del pluralismo nella produzione informativa, del coordinato e bilanciato accesso alle risorse economiche (ad es. la pubblicità). Ma il trattamento giuridico « di sistema » non può, però, non tener conto delle specificità attinenti a ciascuno dei settori, sicché per ciascuno di essi, pur nell'ambito di una visione omogenea dei principi, bisogna prevedere elementi strutturali e funzionali appropriati.

d) Non è inopportuno, infine individuare — quali punti di confronto in materia di assetto multimediale e di difesa della concorrenza — alcune regole introdotte nelle legislazioni di altri Stati.

In Francia con la legge n. 86-1210 del 27 novembre 1986 (ad integrazione della legge n. 86-897 del 1° agosto 1986 e della legge n. 86-1067 del 30 settembre 1986) sono state introdotte disposizioni di carattere generale finalizzate ad assicurare il rispetto a livello nazionale del pluralismo. Esse stabiliscono il divieto del rilascio di autorizzazione per servizi radiotelevisivi via etere o via cavo, a soggetti che si trovino in più di due delle seguenti situazioni: a) essere titolare di una o più autorizzazioni per servizi televisivi via etere che coprano zone la cui popolazione raggiunga complessivamente i quattro milioni di abitanti; b) essere titolare di una o più autorizzazioni per servizi radiofonici che coprano zone le quali comprendano complessivamente una popolazione di trenta milioni di abitanti; c) essere titolare di una o più autorizzazioni per servizi radiotelevisivi via cavo che consentano una copertura di zone la cui popolazione ammonti a sei milioni di abitanti; d) essere editore di uno o più quotidiani di informazione che abbiano una diffusione, a livello nazionale, superiore al 20 per cento rispetto alla diffusione totale dei quotidiani della stessa natura. Infine, per garantire il principio del pluralismo a livello regionale e locale, sono previste norme che fanno divieto di rilasciare un'autorizzazione per una zona geografica determinata (per un servizio radiofonico o televisivo via etere o via cavo in ambito non nazionale) a soggetti che si trovino in più di due delle seguenti situazioni: a) essere titolare di una o più autorizzazioni per servizi televisivi via etere nazionali o meno diffusi nella zona in questione; b) essere titolare di una o più autorizzazioni per servizi radiofonici nazionali o meno la cui *audience* potenziale complessiva nella zona considerata superi il 10 per cento delle *audience* potenziali complessive dell'insieme dei servizi pubblici o autorizzati della stessa natura; c) essere titolare di una o più autorizzazioni per servizi radiofonici e televisivi diffusi via cavo all'interno della zona in questione; d) essere editore di un uno o più quotidiani d'informazione, a carattere nazionale o meno, diffusi nella zona presa in considerazione.

Negli Stati Uniti non può essere concessa una licenza di emittenza radiotelevisiva a un soggetto che direttamente o indirettamente possieda, gestisca o controlli l'unico quotidiano pubblicato in una data località. Anzi un emendamento dei democratici al bilancio dell'88, approvato il 23 dicembre 1987, ha vietato alla FCC (Federal commission of communication, supremo organo di regolazione americano) di concedere qualsiasi deroga alla legge che vieta il possesso contemporaneo di una rete TV e di un quotidiano dello stesso Stato.

Nella Repubblica Federale Tedesca le clausole generali della GWB trovano applicazione specifica anche nel settore dei *mass media*: sicché sulla base di esse gli uffici di controllo dei Cartelli intervengono al fine di eliminare gli abusi delle posizioni dominanti nel settore editoria. Inoltre il Governo Federale ha fatto proprie le proposte provenienti dalla Commissione sui monopoli, ispirandosi a due principi fondamentali: a) i « nuovi » mezzi di comunicazione

non devono condurre a mettere in pericolo l'esistenza della stampa, in quanto i rapporti tra vecchi e nuovi mezzi di comunicazione devono essere più di natura complementare che sostitutiva; *b*) in tutto il settore della informazione, compresa quella radiotelevisiva, i gruppi imprenditoriali non devono mirare a garantirsi posizioni di predominio o ad usare le loro partecipazioni ai nuovi mezzi di comunicazione per la strategia di spostamento degli equilibri.

**«Internazionalizzazione delle imprese e concentrazioni industriali »:
relazione della X Commissione (Industria) del Senato.**

La X Commissione permanente (Industria) del Senato ha elaborato la relazione su « Internazionalizzazione delle imprese e concentrazioni industriali », al termine di una fitta serie di audizioni, che hanno consentito di esplorare tutti gli aspetti concernenti il tema considerato.

È opportuno riprodurre integralmente il testo, tanto più che in esso, oltre ad enunciazioni di principi e di criteri valevoli per tutto l'ampio comparto dell'economia in generale, sono racchiusi specifici riferimenti al settore dell'editoria.

« Lo sviluppo dell'economia contemporanea è fondato sui processi di internazionalizzazione e di concentrazione delle imprese: le imprese industriali tendono a realizzare una penetrazione nei mercati, sfruttando le economie di scala nella fase di ricerca e sviluppo, della produzione e della commercializzazione dei prodotti, anche accentuando la reciproca divisione del lavoro. Il carattere irreversibile di questo processo appare tanto più evidente nel momento in cui la Comunità si avvicina alla scadenza del 1992, data del previsto completamento del mercato interno comunitario.

Il legislatore nazionale non intende porre vincoli ai processi di internazionalizzazione e di concentrazione in quanto tali, ma intende evitare il pericolo di abuso delle posizioni dominanti e tutelare la libera concorrenza contro ogni pratica restrittiva o distorsiva.

Questi principi sono alla base degli articoli 85 e 86 del Trattato istitutivo della CEE, che proibiscono — rispettivamente — gli accordi e le pratiche intesi a restringere o impedire la libera concorrenza. È opportuno ricordare che gli articoli del Trattato, secondo quanto ha stabilito la Corte costituzionale, debbono essere considerati come fonti dell'ordinamento italiano, nella misura in cui propongono norme direttamente applicabili dai Tribunali. In altre parti essi non sono invece suscettibili di una applicazione immediata, se manca un intervento di un organo apposito — che nell'ordinamento comunitario è la Commissione — che identifichi i casi concreti in cui si possono considerare violati i principi stabiliti nel Trattato. È questo il caso dell'abuso di posizione dominante, ai sensi dell'articolo 86.

Le concentrazioni in quanto tali non sono espressamente limitate dal Trattato, ma si prevede, in materia, l'adozione di un apposito regolamento. Ciò non farebbe però venire meno la necessità di una

legislazione nazionale, in quanto sono previste clausole limitative che porterebbero ad escludere l'applicazione del regolamento alle concentrazioni cui non siano interessate imprese di nazionalità diversa; non si dimentichi inoltre che esistono spesso situazioni di fatto che rendono impermeabili i mercati nazionali, o addirittura i mercati locali, di fronte alla concorrenza internazionale, anche dopo la caduta delle barriere giuridiche. Infatti, i principali Paesi della Comunità hanno da tempo adottato proprie normative a tutela della concorrenza, ed intendono conservarle anche in presenza di una normativa comunitaria.

La legislazione nazionale dovrà essere armonizzata con le normative comunitarie di cui agli articoli 85 e 86 del Trattato di Roma, ed alla proposta di regolamento in corso di adozione. Ciò costituirebbe un fatto positivo non solo sotto il profilo del coordinamento, ma per la stessa attività dell'Autorità nazionale, che potrà utilizzare l'esperienza comunitaria.

La normativa nazionale dovrà coprire gli spazi non coperti da quella comunitaria. Tra i comportamenti presi in considerazione assumeranno particolare rilievo quelli relativi alla formazione dei prezzi nel processo di produzione e nella distribuzione commerciale. La normativa non dovrà prefigurare una casistica dettagliata, ma dovrà configurarsi come una normativa di scopo, che definisce gli interessi da tutelare e crea gli strumenti istituzionali necessari. L'esperienza della CEE consiglia di stabilire nella normativa delle indicazioni di principio, lasciando all'organismo competente il compito di valutare, caso per caso, se questi principi siano messi in discussione. Una maggiore rigidità sarebbe compatibile con la fluidità e la rapida evoluzione della realtà economica e delle pratiche aziendali.

Sarà comunque opportuno che la legislazione nazionale si unifichi alla sistemazione della normativa comunitaria, specie per quanto riguarda le concentrazioni: la proposta di regolamento prevede un sistema di autorizzazioni per le concentrazioni di imprese, il cui fatturato complessivo superi il miliardo di ECU (circa 1.500 miliardi di lire). La legge italiana dovrebbe prevedere la necessità di una autorizzazione, facendo riferimento ad un fatturato determinato in relazione alle diverse dimensioni del mercato nazionale, ed agli eventuali collegamenti delle imprese interessate con gruppi di imprese.

La gestione della normativa nazionale non può essere affidata a nessuno degli organismi oggi esistenti. È necessario procedere alla costituzione di un'Alta autorità, autonoma rispetto al Governo e costituita in modo da garantirne la qualificazione tecnica e l'indipendenza. È evidente infatti che in una materia così delicata l'assenza di parametri rigidi e predeterminati consente una larga discrezionalità, che sarebbe inopportuno se attribuita ad un organismo burocratico, privo di questi requisiti.

È necessario che l'Alta autorità possa avvalersi dell'esperienza già maturata dagli organismi di controllo esistenti in materia economica (Banca d'Italia, ISVAP, CONSOB, Garante dell'editoria): a tale

scopo, si può esaminare l'ipotesi che una parte dei suoi componenti sia designata dai suddetti organismi, mentre la parte restante dovrebbe essere designata dal Parlamento.

La legge dovrebbe prevedere procedure e condizioni tali da garantire l'indipendenza dei membri dell'organismo collegiale, che dovrebbero naturalmente essere assistiti da un Segretario generale composto da un numero limitato di persone estremamente qualificate.

A tale Alta autorità le imprese dovrebbero far pervenire obbligatoriamente informazioni sulle concentrazioni in atto e su ogni fatto rilevante in relazione alle finalità della legge; l'autorità dovrebbe possedere poteri di richiesta e di verifica nei riguardi delle imprese, e potrebbe disporre indagini di propria iniziativa. Essa potrebbe richiedere la collaborazione degli altri organismi di controllo nazionali e stranieri, e potrebbe formulare proposte agli organi legislativi ed amministrativi dello Stato.

Si è detto come l'Alta autorità debba avere un potere autorizzativo vero e proprio, da esercitare entro termini brevi, nei confronti delle concentrazioni. Si può ipotizzare che il Governo nella sua collegialità, in considerazione dei superiori interessi nazionali, possa autorizzare una concentrazione che l'Alta autorità abbia viceversa ritenuto di non autorizzare.

Per i casi di abuso di posizione dominante, si può ipotizzare una gamma di poteri che possono essere attribuiti alla Commissione. Nelle ipotesi meno gravi, la Commissione potrebbe intervenire con semplici pronunce, prive di effetti giuridici: esse potrebbero comunque avere una importanza non trascurabile, richiamando l'attenzione dell'opinione pubblica e delle forze politiche sulla situazione lamentata, ed esercitando una azione di "persuasione morale" sugli stessi operatori economici. In altre ipotesi, seguendo il modello comunitario, si può pensare a sanzioni pecuniarie, la cui importanza non va certamente sopravvalutata ma che varrebbero a rendere meno "simbolico" l'intervento dell'Alta autorità.

Contro ogni decisione dell'Alta autorità, rimane naturalmente salva la possibilità di appello.

La Commissione e la Corte di giustizia delle Comunità europee hanno più volte denunciato l'esistenza di distorsioni e limitazioni della libera concorrenza determinate da leggi o atti amministrativi degli Stati membri. Il caso più frequente è quello di distorsioni determinate da sovvenzioni alle imprese; in altri casi, le distorsioni sono dovute a provvedimenti autorizzativi o di altro genere. L'Alta autorità dovrà opportunamente vigilare anche su queste situazioni: attribuirle un potere di annullamento degli atti contrasterebbe peraltro con i principi fondamentali del nostro diritto pubblico. Conviene dunque attribuire all'Alta autorità il potere di segnalare gli inconvenienti riscontrati, per quanto di competenza, al Governo ed al Parlamento, con apposite relazioni. In alcuni settori già esistono delle disposizioni specifiche e speciali organi di vigilanza: la Banca d'Italia per il credito l'ISVAP per le associazioni, la CONSOB per i

mercati finanziari e il Garante per l'editoria. Dovranno essere individuate forme di coordinamento tra l'Alta autorità e gli organi di vigilanza dianzi ricordati.

La nuova normativa, negli altri settori, dovrebbe essere applicata a tutte le imprese che operano sul mercato, siano esse pubbliche o private. L'esercizio di servizi pubblici in condizioni di monopolio non dovrebbe essere regolato da questa normativa: in tali casi si dovrà provvedere, con appositi atti legislativi o amministrativi, ad assicurare la tutela del consumatore e degli utenti. L'Alta autorità dovrà invece occuparsi dei casi in cui una azienda pubblica che operi in regime di monopolio determini — ad esempio, agendo in qualità di acquirente — distorsioni nel mercato.

Se un disegno di legge istitutivo dell'Alta autorità, con i poteri di cui si è detto, rappresenta il momento fondamentale di una legislazione sulla tutela della concorrenza, è altresì vero che esso va affiancato da alcuni altri interventi legislativi.

In primo luogo, è opportuno un completamento della legislazione sui gruppi di imprese, che valga ad assicurare la trasparenza. La normativa vigente è estremamente frammentaria e va integrata tenendo presenti le direttive comunitarie in tema di diritto societario. Sono necessarie altresì urgenti misure di salvaguardia degli azionisti di minoranza e per la regolamentazione delle offerte pubbliche di azioni.

Il dibattito relativo ai "conglomerati" di imprese eterogenee ha peraltro richiamato l'attenzione sui settori bancario, assicurativo ed editoriale.

Per quanto riguarda il settore bancario, va approvato e sostenuto l'indirizzo già affermato dalla Banca d'Italia e dal CICR in ordine alla separazione tra credito e industria: sarà opportuno, tuttavia, riconsiderare attentamente gli effetti derivanti dalla scadenza del 1992 per gli eventuali aggiustamenti che saranno ritenuti indispensabili.

Per quanto riguarda le imprese di assicurazione e i fondi di investimento il crescente interesse dei grandi gruppi per questi settori solleva giustificate preoccupazioni, connesse al timore di rapporti non corretti tra imprese controllanti e controllate. Bisogna garantire agli organi di vigilanza poteri adeguati per acquisire la necessaria conoscenza di questi rapporti e, se del caso, per operare i necessari interventi.

Per quanto riguarda l'editoria, si è rilevata l'anomalia del "caso italiano", che vede la presenza di imprese industriali tra i proprietari di testate editoriali. La separazione tra industrie ed editoria costituisce senza dubbio un obiettivo da perseguire; ove non si ritenga possibile giungere fin d'ora ad una separazione totale, conviene modificare la legislazione vigente, abbassando la soglia della concentrazione ammessa nel caso di testate collegate ad imprese industriali. È chiaro, infatti, che il possesso di mezzi di informazione costituisce di per sé un fattore capace di alterare i rapporti di forza tra le imprese, generando così una distorsione della concorrenza ».