

Peraltro, il legislatore precisa i soggetti da intendersi come amministrazioni pubbliche, mediante rinvio all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo n. 29/93. Va infine ricordato, in quanto di interesse indiretto per l'Autorità, che la nuova legge abroga le disposizioni della legge n. 67/87, istitutive di una commissione per la promozione della pubblicità di pubblica utilità e il finanziamento di determinati progetti, collocata presso il Dipartimento per l'informazione e l'editoria.

Le attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni si esplicano anche attraverso la pubblicità, le affissioni, l'organizzazione di manifestazioni e la partecipazione a rassegne specialistiche, fiere e congressi.

Per quanto riguarda le amministrazioni statali, vengono poi disciplinati i programmi, i piani e i progetti di comunicazione, il loro finanziamento e le procedure di gara.

3. Il disegno di legge di riforma dell'editoria

Cambiamenti straordinari, quali lo sviluppo dell'informatica, della rete e del sistema digitale, hanno investito, negli ultimi anni, il settore tradizionale della carta stampata, imponendo l'urgenza di una riforma della vigente normativa di riferimento.

Tale esigenza, avvertita tanto dal mondo editoriale, quanto dai cittadini fruitori dell'informazione, è ormai all'attenzione anche del Parlamento a seguito del varo del disegno di legge approvato dal Consiglio dei Ministri nella seduta del 14 marzo 2000.

Le disposizioni di maggiore interesse, in relazione alle competenze dell'Autorità, sono quelle relative alla definizione del prodotto editoriale, alle imprese editrici e agli obblighi di registrazione.

E' definito prodotto editoriale quello realizzato su supporto cartaceo o informatico, destinato alla pubblicazione o, comunque, alla diffusione di informazioni presso il pubblico, con ogni mezzo, anche elettronico, o attraverso la radiodiffusione sonora o televisiva (con esclusione dei prodotti discografici o cinematografici).

Al prodotto editoriale così specificato si applicano, ai sensi dell'articolo 1, comma 3, del disegno di legge, le disposizioni previste dall'articolo 2 della legge n. 47/48, relative alle indicazioni obbligatorie da apporre sugli stampati.

Peraltro, i prodotti editoriali diffusi al pubblico con periodicità regolare e contraddistinti da una testata, costituente elemento identificativo del prodotto, sono tenuti, secondo quanto prescritto dall'articolo 5 della legge n. 47/48, all'obbligo di registrazione presso la cancelleria del tribunale nella cui circoscrizione la pubblicazione deve effettuarsi.

Queste disposizioni che in qualche modo sembrano risolvere l'im-passe in cui è ferma la richiamata questione delle testate telematiche, potrebbero, tuttavia, porre altri dubbi interpretativi se lette in uno con il dispositivo di cui all'articolo 14 dello stesso disegno di legge, che si richiama a principi di semplificazione normativa e amministrativa.

Infatti, i soggetti tenuti all'iscrizione nel Registro degli operatori della comunicazione ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lett. a), n. 5, della legge n. 249/97 si troverebbero ad essere esentati dall'obbligo di registrazione presso le cancellerie dei tribunali, divenendo l'iscrizione stessa condizione per l'inizio delle pubblicazioni.

La previsione va attentamente esaminata per le sue ricadute amministrative e per i suoi profili applicativi. L'unificazione delle registrazioni, infatti, non può prescindere da una valutazione dell'attuale diversità dei due registri. Infatti il primo, istituito presso i tribunali, è articolato per testate e risponde a finalità di individuazione delle responsabilità e di tutela del singolo. Il secondo, previsto presso l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, è articolato per operatori, comprese quindi le imprese editrici, e risponde a finalità di trasparenza e garanzia del pluralismo.

E' chiaro che un approfondimento circa la *ratio legis*, rispetto a finalità e modalità dei due tipi di registrazione sarebbe utile e opportuno, proprio in vista dell'emanazione da parte dell'Autorità del regolamento sul registro degli operatori di comunicazione.

Peraltro, in armonia con la nuova definizione di prodotto editoriale, ferma la tipologia di soggetti legittimati all'esercizio dell'impresa editrice di giornali quotidiani, nel disegno di legge governativo viene stabilito che l'esercizio dell'attività è indipendente dal tipo di mezzo o di supporto utilizzato, anche elettronico, e che l'oggetto sociale è esteso, oltre che all'attività tipografica, anche a quella radiotelevisiva, o comunque attinente l'informazione, nonché a quelle ad esse connesse funzionalmente e direttamente. Si tratta, dunque, di una impostazione che tiene in dovuta considerazione lo sviluppo dell'impresa multimediale.

In materia di trasparenza della titolarità dell'impresa editrice, il disegno di legge modifica l'articolo 1, comma 4, della legge n. 416/81, disponendo che le azioni aventi diritto di voto o le quote sociali possono essere intestate a società per azioni, in accomandita per azioni o a responsabilità limitata, purché la partecipazione di controllo delle stesse società sia intestata a persone fisiche o a società direttamente controllate da persone fisiche. Viene così eliminato ogni riferimento (maggioranza delle azioni o delle quote) in ordine al *quantum* delle partecipazioni alle società che deve essere intestato a persone fisiche.

Per quanto concerne poi le società estere, il disegno di legge dispone che sono ammessi ad esercitare imprese editrici di giornali quotidiani tutti i soggetti indicati dall'articolo 2 della legge n. 416/81 in possesso della cittadinanza di uno Stato membro dell'Unione Europea, o in caso di società, quelli aventi sede in uno degli Stati dell'Unione stessa; i soggetti non aventi sede nell'Unione sono ammessi ad esercitare l'impresa editrice solo se ricorrano condizioni di reciprocità.

Particolarmente opportuna appare la disposizione di delega al Governo per l'emanazione di un testo unico sull'editoria, con l'obiettivo di un riordino delle disposizioni in materia di editoria, di provvidenze alla stampa e alle emittenti radiofoniche e televisive e di registrazione presso i Tribunali.

2. TENDENZE DEL MERCATO NAZIONALE DELL'EDITORIA

1. L'informativa di sistema. Tirature delle testate quotidiane e assetti proprietari

L'attuazione del principio di trasparenza finanziaria è assicurato, ormai da diversi anni, non più dall'obbligo di trasmissione del bilancio di esercizio, ma dall'obbligo dell'informativa di sistema, cui sono assoggettate tutte le imprese operanti nei comparti della stampa e della radiotelevisione, a norma della citata legge n. 650/96.

Con il decreto 11 febbraio 1997, il Garante per la radiodiffusione e l'editoria disciplinò i contenuti e i termini delle comunicazioni da effettuare in via generale e sistematica. Tali comunicazioni vengono ora rese all'Autorità.

L'archivio dell'informativa di sistema, utilizzato per la seguente analisi del mercato editoriale in Italia, è integrato, per la parte anagrafica, dalle comunicazioni di variazione pervenute al Registro nazionale della stampa e censisce, al 31 maggio 2000, 136 testate quotidiane edite da 121 imprese editoriali.

L'analisi delle tirature delle testate quotidiane è stata condotta con riferimento ai dati contenuti nell'insieme dei modelli T (tiratura dei giornali quotidiani) che le imprese editrici sono tenute a far pervenire all'Autorità entro il 15 febbraio di ciascun anno.

Per l'anno 1999 i modelli pervenuti sono stati 133, in riferimento a 131 testate (due testate hanno mutato titolarità nel corso del 1999).

Dal 1° gennaio 1999 è stata comunicata la sospensione della pubblicazione di 3 testate quotidiane e la cessazione di una; tra la fine del 1999 e il 31 maggio 2000, è mutata la titolarità di 3 testate, mentre 6 nuove testate quotidiane hanno iniziato le pubblicazioni.

Il totale delle tirature nette dei quotidiani è pari, nel 1999, a 3.024.084.273 di copie ed è di poco superiore al totale calcolato per il 1998, con un incremento dello 0,54% (v. prospetto n. 1 in fondo al presente capitolo). Il calcolo effettuato sui primi dieci quotidiani conferma la sostanziale stabilità, con un decremento pari allo 0,44%. Si riportano di seguito, i dati di sintesi (v. tabella 1) sulle tirature delle testate edite dai principali gruppi editoriali italiani (per l'elenco completo v. prospetti nn. 2a, 2b, 2c, 2d, e 3 in fondo al presente capitolo; per gli assetti proprietari vedi prospetto n. 4).

Tabella 1 - Tirature nette, in percentuale, dei principali gruppi editoriali per area nazionale e interregionale (1999) *

Gruppo R.C.S.					
Testate	% Nazionale	% Area N.O.	% Area N.E.	% Area Centro	% Area Sud
Corriere della Sera	9,87	20,88	—	—	—
Corriere del Mezzogiorno	0,32	—	—	—	3,25
Gazzetta dello Sport	6,90	14,60	—	—	—
Totale	17,09	35,48	—	—	3,25

Gruppo Editoriale l'Espresso					
Testate	% Nazionale	% Area N.O.	% Area N.E.	% Area Centro	% Area Sud
Alto Adige	0,59	—	4,74	—	—
Gazzetta di Mantova	0,52	1,09	—	—	—
Gazzetta di Reggio	0,23	—	1,85	—	—
Il Centro	0,35	—	—	1,15	—
Il Mattino di Padova	0,43	—	3,49	—	—
Il Piccolo	0,68	—	5,52	—	—
Il Tirreno	1,35	—	—	4,43	—
La città quotidiano di Salerno e provincia	0,11	—	—	—	1,07
La Nuova Ferrara	0,20	—	1,58	—	—
La Nuova Sardegna	0,88	—	—	—	8,87
La Nuova Venezia	0,17	—	1,39	—	—
La Provincia pavese	0,31	0,66	—	—	—
La Repubblica	9,14	—	—	30,09	—
La Tribuna di Treviso	0,27	—	2,18	—	—
Messaggero veneto	0,73	—	5,91	—	—
Nuova Gazzetta di Modena	0,19	—	1,57	—	—
Totale	16,15	1,75	28,23	35,67	9,94

Gruppo Monti (Poligrafici Editoriale)					
Testate	% Nazionale	% Area N.O.	% Area N.E.	% Area Centro	% Area Sud
Il Giorno	1,45	3,06	—	—	—
Il Resto del Carlino	2,68	—	21,69	—	—
La Nazione	2,26	—	—	7,42	—
Totale	6,39	3,06	21,69	7,42	—

Gruppo Castiglione					
Testate	% Nazionale	% Area N.O.	% Area N.E.	% Area Centro	% Area Sud
Il Mattino	1,58	—	—	—	15,91
Il Messaggero	4,51	—	—	14,84	—
Quotidiano di Lecce - Brindisi - Taranto	0,27	—	—	—	2,76
Totale	6,36	—	—	14,84	18,67

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

* Le aree interregionali sono state individuate ai sensi del dettato dell'art. 3, comma 1, lett. c, della legge 67/87. La collocazione di ciascuna testata nelle aree interregionali è stata determinata con riferimento al luogo di pubblicazione che, ai sensi della legge 47/48, coincide con il tribunale di registrazione.

2. Diffusione di quotidiani e periodici

L'analisi dei dati fa riferimento, per i quotidiani, ai dati economici, contabili ed extracontabili di diffusione relativi al periodo 1996-1998.

Nel triennio (v. tabella 2) il numero di copie assorbite dal mercato italiano è rimasto sostanzialmente stabile, con variazioni che hanno

oscillato intorno all'1%. Infatti, dopo una leggera crescita nel 1997 (+1,5%), il 1998 ha visto una flessione nella misura dello 0,33%.

In merito al *trend* seguito dai singoli canali di distribuzione, si nota che le vendite in edicola sono rimaste pressoché invariate (+1% nel 1997, -1% nel 1998), mentre le vendite tramite abbonamento si sono sviluppate ad un tasso medio annuo del 6%.

Il predetto dato conferma che la domanda soddisfatta tramite la vendita in edicola ha un carattere ciclico, non presente nella domanda soddisfatta dalla vendita in abbonamento. Quest'ultimo canale si rivolge infatti ad un lettore abituale, tendenzialmente fidelizzato alla testata.

La voce residuale "altri canali" ha segnato un buon incremento nel triennio. Essa copre prevalentemente l'area dei cosiddetti acquisti d'impulso e presenta un carattere di elevata volatilità (-4% nel 1997, +15% nel 1998).

Tabella 2 - Diffusione delle testate quotidiane (milioni di copie)

Canale di distribuzione	1996	1997	1998	Variazione 1997-98
Vendite in edicola	1.859	1.879	1.857	-1%
Vendite in abbonamento	178	192	201	4%
Altri canali	44	43	49	15%
Totale	2.081	2.113	2.107	-0,33%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

L'analisi del margine di contribuzione di ciascun canale distributivo rispetto al totale delle copie vendute (v. tabella 3) conferma che la vendita in edicola è il canale largamente prevalente, seguito, con un differenziale di 78 punti percentuali, dalla vendita in abbonamento.

Da segnalare anche la stabilità di queste percentuali nel periodo di osservazione, che indica la maturità dei processi di distribuzione dei prodotti editoriali.

La voce "altri canali", per ora del tutto marginale, a partire dal 1999 dovrebbe subire un incremento per effetto della già richiamata legge n. 108/99, che prevede l'allargamento dei punti di distribuzione dei quotidiani e dei periodici.

Tabella 3 - Percentuali dei singoli canali di vendita sul totale delle copie vendute

Canale di distribuzione	1996	1997	1998
Vendite in edicola	89%	89%	88%
Vendite in abbonamento	9%	9%	10%
Altri canali	2%	2%	2%
Totale	100%	100%	100%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

La classifica dei primi dieci quotidiani italiani per diffusione (v. tabella 4) conferma il “Corriere della Sera” e “La Repubblica” come le testate più lette in Italia. Sotto il profilo dei contenuti, prevalgono i quotidiani generalisti rispetto ai tematici, con un rapporto di 7 a 3. Nella voce “altri canali” è stata inclusa anche la diffusione gratuita, che per le prime dieci testate incide nella misura del 2%.

Tabella 4 - Prime dieci testate quotidiane per diffusione nazionale (1998)
(milioni di copie)

Denominazione testata	Canale di distribuzione				% sul totale
	Edicola	Abbonamento	Altri	Totale	
Corriere della sera	204	4	27	236	11
La Repubblica	195	7	4	205	9
Gazzetta dello Sport	145	1	5	150	7
Il Sole 24 Ore	78	59	2	140	6
La Stampa	116	14	8	137	6
Corriere dello Sport Stadio	100	0	1	101	5
Il Messaggero	97	0	2	100	5
Il Giornale	80	2	1	83	4
Il Resto del Carlino	67	1	1	70	3
La Nazione	56	1	1	58	3
Totale				1.280	59

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Per quanto attiene ai periodici, in ragione di un campione di soggetti e testate quantitativamente non omogeneo nei tre anni, si fa riferimento al solo anno 1998 (v. tabella 5). L'analisi è stata condotta su 2453 modelli P (dati contabili economici delle imprese editoriali) raffrontati con i corrispondenti quadri P1 e P2 (dettaglio per testata dei dati extracontabili ed economici della attività editoriale).

Nel 1998 la diffusione dei giornali periodici raggiunge i 2,5 milioni di copie, attestandosi così su livelli leggermente superiori rispetto all'editoria quotidiana.

Il riparto tra i singoli canali di vendita differisce da quello relativo ai quotidiani, in quanto presenta un sostanziale equilibrio fra la vendita in edicola (36%) e la vendita in abbonamento (32%) con un buon contributo della vendita attraverso altri canali (10%).

Particolarmente rilevante è il numero di copie diffuse gratuitamente, pari al 22% del totale; questa forma di distribuzione ha invece inciso solo nella misura del 3% per l'editoria quotidiana. Tale dato offre una prima indicazione del fatto che gran parte delle società che editano periodici non sono editori puri.

Tabella 5 - Diffusione delle testate di periodici (1998)

Canale di distribuzione		
(milioni di copie)		
Vendite in edicola	912	36%
Vendite in abbonamento	801	32%
Diffusione gratuita	538	22%
Vendite tramite altri canali	244	10%
Totale	2.495	100%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Si riporta di seguito la classifica delle prime venti testate periodiche per diffusione nazionale, con la premessa che tale elenco non contempla i periodici venduti come supplementi di giornali quotidiani.

Sul piano quantitativo appare rilevante la diffusione dei giornali d'informazione televisiva (29% sui primi venti). Questo dato evidenzia che gli editori di periodici e di televisioni, assumono il ruolo di *partner* nel processo di offerta di programmi televisivi.

Per inciso, si segnala che l'alta diffusione della testata *Famiglia Cristiana* attraverso "altri canali" è prodotta dalla vendita nelle parrocchie.

Tabella 6 - Prime venti testate periodiche per diffusione nazionale (1998)
(milioni di copie)

Denominazione testata	Edicola	Abbonamento	Altri canali	Totale
Tv Sorrisi e Canzoni	84	0,2	0,0	85
La Settimana Enigmistica	60	0,4	0,0	61
Famiglia Cristiana	8	19,1	19,1	46
Gente	36	1,9	0,1	38
Oggi	28	8,7	0,3	37
Telesette	33	0,0	0,0	33
Donna Moderna	22	8,2	0,0	30
Panorama	13	11,4	0,3	25
Guida Tv	20	0,0	0,0	20
Chi	19	0,9	0,0	20
Primopiano	20	0,0	0,0	20
Telepiù	19	0,0	0,0	19
L'Espresso	11	7,2	0,0	18
Intimità	15	0,1	0,0	15
Anna	8	6,8	0,1	14
Grand Hotel	14	0,1	0,0	14
Gioia	13	0,5	0,0	13
Grazia	7	5,8	0,0	13
Cioè	13	0,0	0,0	13
Viversani e Belli	12	0,2	0,0	12
Totale	455	71,6	19,8	547

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

3. Ricavi dell'industria editoriale

I ricavi delle testate di giornali quotidiani sono cresciuti nel triennio di osservazione del 5,5% su base annua (v. tabella 7). Nel 1998, si è avuta una crescita del 5%. Il risultato positivo è stato conseguito grazie alla vendita di spazi pubblicitari, il cui valore ha superato quello dei ricavi per vendita di copie, diminuiti in media del 2 % l'anno.

In merito alla composizione dei ricavi da vendita di pubblicità, va osservato che la forte crescita, nel 1998 della vendita diretta, è influenzata dal dato relativo alla testata "Il Sole24Ore", che nel suddetto anno ha spostato tutte le sue attività dalla vendita tramite concessionaria alla vendita diretta.

Tabella 7 - Ricavi delle testate quotidiane (valori in miliardi di lire)

	1996	1997	1998	Variazione 1997-98
Vendita copie	2.581	2.565	2.476	-3%
Vendita di spazi pubblicitari	2.038	2.224	2.557	15%
di cui vendita diretta	512	535	856	60%
di cui tramite concessionaria	1.526	1.689	1.701	1%
Totale	4.619	4.789	5.033	5%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

L'analisi della composizione percentuale (v. tabella 8) mostra per l'anno 1998 un sostanziale equilibrio fra le due fonti di ricavo, anche se gli andamenti delle due poste sono divergenti. Estrapolando un *trend* dal periodo di osservazione, appare che la forbice fra i ricavi da vendite ed i ricavi da pubblicità andrà ad aumentare nei prossimi anni. Peraltro, l'ampliamento dei canali di distribuzione dato dalla richiamata legge n. 108/99, e l'aumento della vendita di copie che presumibilmente ne conseguirà, potrebbe modificare le opportunità dei giornali di veicolare messaggi pubblicitari.

Tabella 8 - Ricavi delle testate quotidiane (composizione percentuale)

	1996	1997	1998
Vendita di copie	56%	54%	49%
Vendita diretta di pubblicità	11%	11%	17%
Vendita tramite concessionaria	33%	35%	34%
Totale	100%	100%	100%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

L'informativa di sistema, oltre ai dati sulle singole testate giornalistiche, offre informazioni quantitative sulle società editrici utili per offrire una più completa visione del settore. I dati qui riportati (v. tabella 9) fan-

no riferimento ad un universo di 116 società censite come editrici di giornali quotidiani (i ricavi incorporano gli utili non solo delle testate quotidiane ma anche delle testate periodiche).

Il fatturato delle società editrici è cresciuto sensibilmente nel triennio 1996-1998, con un incremento su base annua del 12,5%, superando nel 1998 il tetto dei seimila miliardi.

La crescita sensibile nel 1997 (+15%) si è attenuata nel corso del '98 (+8%). La fonte principale rimane la vendita di copie, mentre poco al di sotto si attesta la vendita di spazi pubblicitari. Tuttavia, nei tre anni, il fatturato pubblicitario è cresciuto del 47% contro il 12% del fatturato da vendita di copie.

Anche per le società editrici la proiezione dei risultati consuntivi indica la pubblicità come prima fonte di ricavo. Il risultato leggermente difforme rispetto al dato delle sole testate quotidiane si spiega con il peso all'interno dell'universo delle testate periodiche. Per questa tipologia di giornali, infatti, la fonte di ricavo derivante dal prezzo di copertina è ancora preponderante.

Le altre attività editoriali quali la vendita di libri, i diritti di riproduzione, la lavorazione per terzi, ecc. crescono nel 1998, ma presentano forti scostamenti fra un anno e l'altro.

Un buon risultato si è avuto nel corso del 1998 anche nei ricavi diversi dall'attività tipica, i quali comunque presentano la caratteristica di una elevata volatilità (-15% nel 1997, +29% nel 1998).

Tabella 9 - Ricavi imprese editrici di quotidiani (valori in miliardi di lire)

	1996	1997	1998	Variazione 1997-98
Vendita copie	2.423	2.740	2.720	-1%
Vendita di spazi pubblicitari	1.800	2.299	2.639	+15%
Altre attività editoriali	347	338	407	+20%
Altri ricavi	356	304	393	+29%
Totale	4.926	5.682	6.159	+8%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

L'analisi della composizione percentuale dei ricavi ribadisce il processo di bilanciamento fra il margine di contribuzione dei ricavi da vendite e dei ricavi da pubblicità (v. tabella 10).

Nel 1998 queste fonti si attestano pressoché sugli stessi livelli, rispettivamente 44% e 43%, anche se il margine di contribuzione nel periodo è decrescente per le vendite (-5%) e crescente per la pubblicità (+6%). Stabile il contributo delle altre fonti di reddito, che nel 1998 si attesta sul 13%.

Le società editrici rimangono dunque aziende che hanno nell'informazione l'attività principale, che funge da veicolo per la raccolta pubblicitaria, area d'affari in espansione anche oltre il mercato dei quotidiani.

Tabella 10 - Ricavi imprese editrici di quotidiani (composizione percentuale)

	1996	1997	1998
Vendita di copie	49%	48%	44%
Vendita di spazi pubblicitari	37%	40%	43%
Altre attività editoriali	7%	6%	7%
Altri ricavi	7%	5%	6%
Totale	100%	100%	100%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Passando ora ad esaminare il "peso" dei 116 soggetti analizzati, si nota che i primi cinque di questi (R.C.S. Editori s.p.a., Gruppo Editoriale L'Espresso s.p.a., Il Sole24Ore s.p.a., Editrice La Stampa s.p.a., Poligrafici editoriale s.p.a.) totalizzano il 59% del fatturato complessivo (v. tabella 11).

Analizzando la tendenza della composizione percentuale dei ricavi, appare in crescita il peso dei principali editori rispetto all'insieme del campione. In particolare, l'incidenza nella raccolta pubblicitaria passa dal 51% del 1996 al 61% del 1998, mentre quella sul totale del fatturato cresce di sette punti percentuali in due anni.

Tabella 11 - Incidenza delle prime cinque società editrici di quotidiani (cfr. tab. 9)

	1996	1997	1998
Vendita di copie	45%	51%	52%
Vendita di spazi pubblicitari	51%	60%	61%
Altre attività editoriali	69%	68%	63%
Altri ricavi	86%	83%	87%
Totale	52%	57%	59%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Il dato disaggregato nelle sue componenti principali, ossia quelle maggiormente rappresentative del mercato dell'editoria quotidiana, offre un risultato analogo. Nel 1998, infatti, il 52% dei ricavi da vendite ed il 61% dei ricavi da pubblicità sono stati fatturati dalle prime cinque società editoriali (v. tabelle 12 e 13).

In particolare, è da osservare che, in controtendenza con il dato esaminato in precedenza e relativo all'insieme del campione, i ricavi da vendite nel 1998 delle principali società editrici crescono del 2%. Sempre nel 1998, la raccolta pubblicitaria cresce del 16%.

Da segnalare che la forte crescita nei ricavi del Gruppo Editoriale L'Espresso s.p.a. si spiega con la fusione per incorporazione nel 1997 con L'Editoriale la Repubblica s.p.a. Si sottolinea, inoltre, che il dato relativo alla società "Il Sole24Ore" non palesa gli effetti della fusione per incorporazione della società controllata Il Sole24Ore SEME s.p.a., avvenuta nel 1999.

Tabella 12 - Ricavi da vendite di copie delle prime cinque imprese editrici di quotidiani (valori in miliardi di lire)

	1996	1997	1998	% sul totale
R.C.S. Editori s.p.a.	509	512	485	
Gruppo Editoriale L'Espresso	95	384	361	
Il Sole24Ore s.p.a.	155	162	272	
Editrice La Stampa s.p.a.	184	195	161	
Poligrafici Editoriale s.p.a.	150	147	148	
Totale	1.094	1.399	1.428	52

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Tabella 13 - Ricavi da pubblicità delle prime cinque imprese editrici di quotidiani (valori in miliardi di lire)

	1996	1997	1998	% sul totale
R.C.S. Editori s.p.a.	437	481	540	
Gruppo Editoriale L'Espresso	52	434	490	
Il Sole24Ore s.p.a.	154	177	257	
Editrice La Stampa s.p.a.	140	149	168	
Poligrafici Editoriale s.p.a.	129	139	149	
Totale	912	1.380	1.604	61

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Nel 1998, i ricavi editoriali delle n. 2453 imprese censite come editori di periodici, si attesta su livelli superiori rispetto al fatturato delle imprese che editano quotidiani.

L'universo di imprese considerato, a differenza di quanto rilevato per le aziende che editano quotidiani, comprende una pluralità di impresa che non hanno nell'attività editoriale la loro attività tipica. Evidenza per altro avvalorata dall'alta percentuale di diffusione graduata (cfr. tabella n.5).

Significativo il contributo delle altre attività editoriali (43%), ad indicare una maggiore differenziazione di funzioni per questa tipologia di editori.

Tabella 14 - Ricavi delle imprese editrici di periodici (1998)

	(Lire/mld.)	
Vendita delle copie	4.147	38%
Vendita diretta di spazi pubblicitari	2.072	19%
Altre attività editoriali	4.750	43%
Totale	10.969	100%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

PROSPETTO I

Testate quotidiane: tiratura nazionale - Anno 1999

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
ALTO ADIGE CORRIERE DELLE ALPI	S.E.T.A. SPA	18.519.377	17.731.066	0,59
ARTIGIANATO E PICCOLA IMPRESA DELL'EMILIA ROMAGNA	EDITORIALE ARTIGIANATO E PICCOLA IMPRESA EMILIA ROMAGNA SRL	1.629.845	1.500.448	0,05
AVVENIMENTI	LIBERA INFORMAZIONE EDITRICE SPA	12.206.811	10.840.599	0,36
AVVENIRE	AVVENIRE NUOVA EDITORIALE ITALIANA SPA	46.213.747	41.893.346	1,39
BRESCIAOGGI	EDIZIONI BRESCIA SPA	6.374.200	5.475.550	0,18
CAGLIARI NOTTE	CAGLIARI NOTTE DI BUSINCO SALVATORE	103	103	0,00
CONQUISTE DEL LAVORO	CONQUISTE DEL LAVORO SRL	11.939.649	11.939.649	0,39
CORRIERE	EDITORIALE GIORNALI ASSOCIATI SCRL	5.597.317	5.597.317	0,19
CORRIERE	EDITORIALE QUOTIDIANI SRL	17.054.837	15.629.825	0,52
CORRIERE ADRIATICO	S.E.A. SOCIETA' EDITORIALE ADRIATICA SPA	13.869.416	12.974.802	0,43
CORRIERE CANADESE THE ITALIC DAILY NEWS	ITALMEDIA SCRL	11.160.415	11.160.415	0,37
CORRIERE DEL GIORNO DI PUGLIA E LUCANIA	19 LUGLIO SCRL	3.414.905	3.228.873	0,11
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO	EDITORIALE VESUVIO SRL	10.863.934	9.766.188	0,32
CORRIERE DELLA SERA	R.C.S. EDITORI SPA	315.162.305	298.606.613	9,87
CORRIERE DELLO SPORT STADIO	CORRIERE DELLO SPORT SRL	165.837.571	156.033.591	5,16
CORRIERE DI CASERTA	EDITORIALE CORRIERE SRL	3.691.472	3.206.628	0,11
CORRIERE MERCANTILE	GIORNALISTI E POLIGRAFICI SCRL	2.655.306	2.313.734	0,08
CRONACHE DEL MEZZOGIORNO	EDIZIONI DEL MEZZOGIORNO SRL	3.439.557	3.234.995	0,11
DIE NEUE SÜDTIROLER TAGESZEITUNG	TAGESZEITUNG GmbH/ SRL	2.989.060	2.989.060	0,10
DOLOMITEN	ATHESIADRUCK SRL	18.301.399	16.929.040	0,56
EDITORIALE OGGI	NUOVA EDITORIALE OGGI SRL	5.223.298	4.974.570	0,16
GAZETA SHQUIPTARE	EDITRICE DEL SUD EDISUD SPA	1.835.688	1.835.688	0,06
GAZZETTA ASTE E APPALTI PUBBLICI	EDITRICE S.I.E.I.C. SRL	1.713.500	1.700.100	0,06
GAZZETTA DEL SUD	EDITRICE SICILIANA SPA	28.981.137	26.985.721	0,89
GAZZETTA DELLO SPORT	R.C.S. EDITORI SPA	220.753.096	208.809.133	6,90
GAZZETTA DI MANTOVA	FINEGIL EDITORIALE SPA	15.862.376	15.659.487	0,52
GAZZETTA DI PARMA	S.E.G.E.A. SOCIETA' EDIZIONE GIORNALI E AFFINI SPA	20.532.501	19.776.833	0,65

Segue: PROSPETTO 1

Testate quotidiane: tiratura nazionale - Anno 1999

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
GAZZETTA DI REGGIO	FINEGIL EDITORIALE SPA	7.035.534	6.908.520	0,23
GIORNALE DI BRESCIA	EDITORIALE BRESCIANA SPA	24.944.691	24.397.289	0,81
GIORNALE DI SICILIA	GIORNALE DI SICILIA EDITORIALE POLIGRAFICA SPA	33.588.856	30.668.622	1,01
GUIDA NORMATIVA - IL SOLE 24 ORE	IL SOLE 24 ORE SPA (già de "IL SOLE 24 ORE SEME SPA)	9.794.650	9.382.200	0,31
IL CENTRO	FINEGIL EDITORIALE SPA	11.185.578	10.531.815	0,35
IL CITTADINO	EDITORIALE LAUDENSE SRL	3.697.030	3.292.972	0,11
IL CORRIERE QUOTIDIANO DELLA CITTA' E DELLA PROVINCIA DI COMO	EDITORIALE SRL	6.624.132	5.613.671	0,19
IL DOMANI	T. & P. EDITORI SRL	4.306.271	3.841.271	0,13
IL FOGLIO QUOTIDIANO	IL FOGLIO QUOTIDIANO SRL	12.938.221	11.918.335	0,39
IL GAZZETTINO	SOCIETA' FINANZIARIA ED EDITORIALE SAN MARCO SPA	65.505.820	63.058.796	2,09
IL GETTONE	EDIZIONI AGAMI SRL	414.823	402.596	0,01
IL GIORNALE	SOCIETA' EUROPEA DI EDIZIONI SPA	129.027.621	120.168.718	3,97
IL GIORNALE DI CALABRIA	EDITORIALE '91 SCRL	3.011.540	2.909.700	0,10
IL GIORNALE DI NAPOLI	EDIZIONI DEL ROMA SPA	7.867.934	7.331.500	0,24
IL GIORNALE DI OSTIA	IL GIORNALE DI OSTIA	1.675.109	1.541.100	0,05
IL GIORNALE DI VICENZA	ATHESIS SPA	21.153.220	19.929.800	0,66
IL GIORNALE D'ITALIA	EDITRICE ESEDRA SRL	2.013.670	1.674.914	0,06
IL GIORNALE NUOVO DEL PIEMONTE	EDIZIONI PIEMONTESE SPA	1.362.748	1.143.983	0,04
IL GIORNALE NUOVO DELLA TOSCANA	SOCIETA' TOSCANA DI EDIZIONI SPA	5.451.141	4.953.675	0,16
IL GIORNO	EDITRICE IL GIORNO SPA	48.146.040	43.810.126	1,45
IL GOLFO	EDITORIALE ISCHIA DI AGOSTINO RITA & C. SAS	717.387	717.387	0,02
IL MANIFESTO QUOTIDIANO COMUNISTA	IL MANIFESTO COOPERATIVA EDITRICE SCRL	26.011.288	24.676.537	0,82
IL MATTINO	EDI.ME. EDIZIONI MERIDIONALI SPA	50.939.203	47.869.922	1,58
IL MATTINO DELL'ALTO ADIGE	NUOVA EDITORIALE TIPOGRAFICA SRL	2.137.622	1.958.964	0,06
IL MATTINO DI PADOVA	FINEGIL EDITORIALE SPA	13.428.906	13.062.801	0,43
IL MEDITERRANEO	LA VOCE DEL MEDITERRANEO SCRL (dal 15.8.1999 al 31.12.1999)	631.796	597.296	0,02
IL MESSAGGERO	IL MESSAGGERO SPA	144.887.876	136.361.331	4,51

Segue: PROSPETTO 1

Testate quotidiane: tiratura nazionale - Anno 1999

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
IL NUOVO GIORNALE DI BERGAMO	BERGAMO INIZIATIVE EDITORIALI SRL	2.042.786	1.702.322	0,06
IL PICCOLO	EDITORIALE IL PICCOLO SPA	21.284.550	20.660.750	0,68
IL POPOLO	IL POPOLO SRL	3.433.066	2.924.129	0,10
IL QUOTIDIANO	EDITORIALE NUOVA COMUNICAZIONE SRL	5.000.000	4.800.000	0,16
IL QUOTIDIANO DELLA CALABRIA	FINEDIT FINANZIARIA EDITORIALE SRL	5.493.466	4.506.028	0,15
IL QUOTIDIANO DI BENEVENTO	EDIZIONI GRAFICHE PICCOLA SCRL	368.000	320.000	0,01
IL QUOTIDIANO DI SASSARI	PICCOLA SOCIETA' COOPERATIVA EDITRICE DEL NORD SARDEGNA SCRL	1.430.991	1.004.682	0,03
IL RESTO DEL CARLINO	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	88.262.500	81.179.110	2,68
IL SANITO QUOTIDIANO	PAGINE SANNITE SCRL	2.958.157	2.316.324	0,08
IL SECOLO XIX	S.E.P. SOCIETA' EDIZIONI E PUBBLICAZIONI SPA	51.001.265	47.010.859	1,55
IL SOLE 24 ORE	IL SOLE 24 ORE SPA	185.261.491	175.884.500	5,82
IL TEMPO	L'EDITRICE ROMANA SPA	38.485.795	34.718.129	1,15
IL TIRRENO	FINEGIL EDITORIALE SPA	43.524.028	40.736.946	1,35
IMPRESA ARTIGIANA	EDITART SRL	822.901	822.901	0,03
ITALIA OGGI	ITALIA OGGI EDITORI ERINNE SRL	31.114.031	31.114.031	1,03
ITALIA SERA	GIORNALISTI & POLIGRAFICI ASSOCIATI SCRL	1.232.040	1.030.300	0,03
LA CITTA' - QUOTIDIANO DI SALERNO E PROVINCIA	SVEDIT SUD SPA	3.755.130	3.207.208	0,11
LA CRONACA LOCALE	S.A.G.R.A.B. SRL	170.620	68.308	0,00
LA GAZZETTA DEGLI APPALTI	ALAN. COMMUNICATIONS DI A.ATZORI E A.FADDA SNC	8.110	8.403	0,00
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO	EDITRICE DEL SUD EDISUD SPA	27.878.300	26.785.851	0,89
LA NAZIONE	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	73.660.125	68.213.681	2,26
LA NUOVA BASILICATA	ALICE IDEA MULTIMEDIALE SRL	1.643.287	1.401.524	0,05
LA NUOVA FERRARA	FINEGIL EDITORIALE SPA	6.013.143	5.903.353	0,20
LA NUOVA SARDEGNA	EDITORIALE LA NUOVA SARDEGNA SPA	27.756.405	26.677.599	0,88
LA NUOVA VENEZIA	FINEGIL EDITORIALE SPA	5.525.304	5.208.503	0,17
LA PADANIA	EDITORIALE NORD SCRL	20.324.258	18.921.324	0,63
LA PREALPINA	LA PREALPINA SRL	9.518.215	7.981.800	0,26

Segue: PROSPETTO 1

Testate quotidiane: tiratura nazionale - Anno 1999

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
LA PROVINCIA	LA PROVINCIA DI COMO EDITORIALE SPA	20.456.719	18.975.053	0,63
LA PROVINCIA	S.E.C. SOCIETA' EDITORIALE CREMONESE SPA	12.568.227	10.531.679	0,35
LA PROVINCIA COSENTINA, CATANZARESE, REGGINA, CROTONESE E VIBONESE	IL MEZZOGIORNO SPA	1.209.080	1.104.040	0,04
LA PROVINCIA PAVESE	E.A.G. SRL	9.686.662	9.415.192	0,31
LA PROVINCIA QUOTIDIANO	EFFE COOPERATIVA EDITORIALE ARL	1.029.929	990.403	0,03
LA REPUBBLICA	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA	290.751.687	276.488.359	9,14
LA SICILIA	DOMENICO SANFILIPPO EDITORE SPA	27.947.616	26.383.555	0,87
LA STAMPA	EDITRICE LA STAMPA SPA	201.564.403	188.564.199	6,24
LA TRIBUNA DI TREVISO	FINEGIL EDITORIALE SPA	8.445.387	8.151.355	0,27
LA VERITA'	EDITORIALE LA VERITA' SCRL	2.300.473	1.793.547	0,06
LA VOCE DELLA CITTA' TARANTO LE NEWS DELLA SERA	L'EDITORIALE SRL	1.291.700	1.059.906	0,04
LA VOCE DI MANTOVA	EDITORIALE MANTOVANA SRL (dall'1.1.1999 all'8.8.1999)	1.927.225	1.675.848	0,06
LA VOCE DI MANTOVA	VIDIEMME SCARL (dal 26.10.1999 al 31.12.1999)	626.356	538.905	0,02
LA VOCE DI RIMINI	EDITRICE LA VOCE SRL	2.517.380	2.282.811	0,08
LA VOCE REPUBBLICANA	SERVIZI ORGANIZZATIVI PROMOZIONALI SRL	2.169.184	2.008.504	0,07
L'ADIGE	SOCIETA' INIZIATIVE EDITORIALI SRL	11.010.898	10.759.388	0,36
L'AGENZIA DI VIAGGI	EDITRICE TURISTICA SRL (dall'1.1.1999 al 31.5.1999)	735.600	735.600	0,02
L'AGENZIA DI VIAGGI	LIBERI EDITORI SRL (dal 30.6.1999 al 31.12.1999)	872.100	872.100	0,03
L'ARENA	ATHESIS SPA	24.532.640	23.303.600	0,77
L'AVANTI!	INTERNATIONAL PRESS SCRL	3.360.648	2.723.581	0,09
L'AVVISATORE MARITTIMO	L'AVVISATORE MARITTIMO SRL	454.500	384.060	0,01
L'ECO DI BERGAMO	S.E.S.A.A.B. SPA	25.159.098	24.636.893	0,81
LIBERAZIONE GIORNALE COMUNISTA	M.R.C. SRL	14.267.207	12.699.583	0,42
LIBERTA'	STABILIMENTO TIPOGRAFICO PIACENTINO SAPA	14.590.285	13.754.653	0,45
LINEA - GIORNALE DEL MOVIMENTO SOCIALE FIAMMA TRICOLORE	EDITORIALE LINEA SRL	3.289.716	3.068.250	0,10
LO SPORTSMAN CAVALLI & CORSE	COEDIP SCRL	11.247.626	9.401.904	0,31
L'OPINIONE DELLE LIBERTA'	E.Q.U.I. EDITRICE QUOTIDIANI INDIPENDENTI SPA	1.093.900	913.850	0,03

Segue: PROSPETTO 1

Testate quotidiane: tiratura nazionale - Anno 1999

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
LUCANIA-QUOTIDIANO DI VITA REGIONALE	DITTESSE SCRL	625.125	606.371	0,02
L'UMANITA'	EDIZIONI RIFORMISTE SCRL	644.244	536.000	0,02
L'UNIONE SARDA	L'UNIONE SARDA SPA	29.846.357	27.908.417	0,92
L'UNITA'	L'UNITA' EDITRICE MULTIMEDIALE SPA	46.715.003	43.227.123	1,43
MESSAGGERO VENETO - MESSAGGERO DEL LUNEDI'	EDITORIALE MESSAGGERO VENETO SPA	23.844.714	22.133.604	0,73
MF MILANO FINANZA IL QUOTIDIANO DEI MERCATI FINANZIARI	MILANO FINANZA EDITORI SPA	28.017.462	28.017.462	0,93
NUOVA GAZZETTA DI CASERTA	EDIZIONI DEL ROMA SPA	1.736.577	1.593.457	0,05
NUOVA GAZZETTA DI MODENA	FINEGIL EDITORIALE SPA	6.029.807	5.887.254	0,19
NUOVO CORRIERE BARISERA	EDITORIALE GIORNALISTI ASSOCIATI SCRL	4.014.366	3.010.775	0,10
NUOVO OGGI	EDITORIALE CIOCIARIA OGGI SRL	3.383.497	3.191.979	0,11
OTTOPAGINE	L'APPRODO SRL	1.830.199	1.755.713	0,06
PRIMORSKI DNEVNIK	PR.A.E. PROMOZIONE ATTIVITA' EDITORIALE SPA	3.395.404	3.239.600	0,11
PUGLIA QUOTIDIANO DI VITA REGIONALE	EGIP SCRL	888.058	861.416	0,03
QUATTRO PAGINE	EDITRICE PAGINE LIBERE SRL	1.251.456	989.898	0,03
QUOTIDIANO DI LECCE - BRINDISI - TARANTO	ALFA EDITORIALE SRL	9.643.621	8.293.514	0,27
RASSEGNA STAMPA	EDITOR DI PAOLA SCAGLIOTTI E C. SAS	95.000	92.000	0,00
REPORTER	PUBBLIMEDIA SRL	2.090.160	2.041.280	0,07
RINASCITA (già L'UMANITA' IL QUOTIDIANO INDIPENDENTE)	COOPED EDITRICE SCRL	3.026.357	2.643.950	0,09
ROMA	EDIZIONI DEL ROMA SPA	8.425.897	8.116.121	0,27
SCUOLA SNALS	EDITORIALE BM ITALIANA SRL	6.720.600	6.720.600	0,22
SECOLO D'ITALIA	FINI GIANFRANCO	7.701.322	6.861.390	0,23
SPORT QUOTIDIANO	EDITRICE DEL BASSO VICENTINO SCRL	251.445	251.445	0,01
STAFFETTA QUOTIDIANA	R.I.P. RIVISTA ITALIANA PETROLIO SRL	576.000	547.200	0,02
TUTTOSPORT	NUOVA EDITORIALE SPORTIVA SRL	73.252.772	66.800.856	2,21
ULTIMISSIME	EDIZIONI DEL ROMA SPA	1.037.765	914.250	0,03
TOTALE TIRATURA 1999:		3.222.438.947	3.024.084.273	100,00