

CAMERA DEI DEPUTATI

Doc. **XLIII**
N. 1

RELAZIONE SULLO STATO DELL'EDITORIA (Anni 1995-1996)

(Articolo 8, comma 2, della legge 5 agosto 1981, n. 416)

***Presentata per conto del Garante per la radiodiffusione e l'editoria
dal Presidente del Consiglio dei ministri
(PRODI)***

Trasmessa alla Presidenza il 28 aprile 1997

INDICE GENERALE**VOLUME PRIMO****RELAZIONE AL PARLAMENTO
SULLO STATO DELL'EDITORIA PER GLI ANNI 1995-1996****PARTE I****IL REGISTRO NAZIONALE DELLA STAMPA**

Capitolo I - I soggetti iscritti nel Registro nazionale della stampa	Pag.	13
1. Soggetti obbligati all'iscrizione e soggetti per i quali l'iscrizione è condizione per accedere alle provvidenze di legge	»	13
2. Le comunicazioni al Registro nazionale della stampa	»	15
Capitolo II - Vicende interessanti giornali quotidiani ..	»	17
1. Premessa	»	17
2. Le nuove iniziative	»	17
3. Sospensioni e cessazioni delle pubblicazioni. Crisi aziendali	»	19
4. Mutamenti nelle partecipazioni di controllo di società editrici di quotidiani ..	»	20
5. Trasferimenti di proprietà e affidamenti in gestione di testate quotidiane. Operazioni di riassetto infragruppo	»	21

Capitolo III - Vicende interessanti imprese editrici di periodici	Pag.	23
1. Premessa	»	23
2. Le compagini societarie e gli assetti del gruppo	»	23
3. Le testate (nuove uscite, trasferimenti, cessazioni)	»	24
Capitolo IV - Tiratura e diffusione delle testate quotidiane e periodiche	»	27
1. Premessa	»	27
2. Tirature e diffusione delle testate quotidiane	»	27
3. Pagine di pubblicità delle testate quotidiane	»	32
4. Tirature e diffusione delle testate periodiche	»	33
5. Pagine di pubblicità delle testate periodiche	»	34
Capitolo V - Vicende interessanti le concessionarie di pubblicità	»	36
1. Premessa	»	36
2. Le concessionarie di pubblicità che servono giornali quotidiani	»	36
3. Le concentrazioni nella raccolta pubblicitaria	»	37
Capitolo VI - Agenzie di stampa	»	41
1. Analisi dei dati economici e patrimoniali al 31 dicembre 1994	»	42

PARTE II

ANALISI DEGLI ASPETTI ECONOMICI, PATRIMONIALI
E FINANZIARI DELLE IMPRESE EDITRICI E DELLE IMPRESE
CONCESSIONARIE DI PUBBLICITÀ

Capitolo I - Quadro generale	Pag.	45
Capitolo II - Campo di rilevazione imprese editrici, agenzie di stampa, imprese concessionarie di pubblicità	»	47
1. Premessa	»	47
2. Imprese editrici	»	48
3. Agenzie di stampa	»	48
4. Concessionarie di pubblicità	»	48

Capitolo III - Le imprese editrici	Pag.	49
<i>Sezione I - Caratteri generali</i>	»	49
1. Dati tipologici	»	49
2. La struttura economica	»	52
3. Composizione delle risorse	»	53
<i>Sezione II - L'analisi dei bilanci</i>	»	59
1. Premessa	»	59
2. R.C.S. Editori Spa	»	59
3. La Repubblica Editoriale Spa	»	62
4. Poligrafici Editoriale Spa	»	64
5. Editrice La Stampa Spa	»	67
6. Editoriale Il Sole 24 Ore Spa	»	69
7. Società editrice Il Messaggero Spa ..	»	72
8. Corriere dello Sport Srl	»	74
9. Finegil Editoriale Spa	»	76
10. Arnoldo Mondadori Editore Spa	»	80
11. Silvio Berlusconi Editore Spa	»	86
12. Rusconi Editore Spa	»	89
13. Periodici San Paolo Srl	»	92
14. Editoriale Domus Spa	»	96
Capitolo IV - Le imprese concessionarie di pubblicità	»	99
<i>Sezione I - Caratteri generali</i>	»	99
1. Dati tipologici	»	99
2. L'andamento del mercato	»	102
3. Le risultanze contabili	»	103
<i>Sezione II - Le maggiori concessionarie di raccolta pubblicitaria su stampa</i>	»	108
1. Premessa	»	108
2. Manzoni & C. Spa	»	108
3. Mondadori Pubblicità Spa	»	111
4. Publikompass Spa	»	115
5. Società Pubblicità Editoriale Spa	»	118

PARTE III

LA PUBBLICITÀ DEGLI ENTI PUBBLICI

Capitolo I - La pubblicità degli Enti pubblici	»	125
1. Premessa	»	125
2. Articolo 5, comma 1, della legge n. 67 del 1987	»	129
3. Articolo 5, comma 2, della legge n. 67 del 1987	»	129

PARTE IV

LA PUBBLICITÀ INGANNEVOLE

Capitolo I - La pubblicità ingannevole: i pareri resi dal Garante nei casi di messaggi pubblicitari diffusi attraverso la stampa quotidiana e periodica (articolo 7, comma 5, del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74)	Pag.	135
1. Nozione di pubblicità e principio di trasparenza nella pubblicità diffusa a mezzo stampa	»	135
2. Pubblicità concernenti medicinali e cosmetici	»	138
3. Pubblicità concernenti istituti di istruzione scolastica e corsi di formazione	»	139
4. Pubblicità di finanziamenti per acquisto di veicoli	»	141
5. Profili contenutistici: prodotti vari. Utilizzazione del termine garanzia. Tutela dei bambini e degli adolescenti	»	142

PARTE V

LA TUTELA DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO NEL SETTORE DELL'EDITORIA

Capitolo I - La tutela della concorrenza e del mercato nel settore dell'editoria	»	149
1. Operazioni di concentrazione	»	149
2. Denunce di abuso di posizione dominante	»	149
Capitolo II - Le questioni pendenti in sede giurisdizionale	»	152

PARTE VI

PROBLEMI NORMATIVI E STRUTTURALI DEL SETTORE EDITORIALE

Capitolo I - Problemi normativi e strutturali del settore editoriale	»	159
1. Premessa	»	159
2. Le limitazioni dell'articolo 1, commi 3 e 4, della legge n. 416 del 1981; le società cooperative	»	159
3. I quotidiani telematici	»	160
4. Le società di servizi editoriali; i <i>services</i>	»	160
5. Vendita di <i>gadgets</i> abbinati a quotidiani e periodici	»	162

PARTE VII

LA STAMPA NEL PERIODO ELETTORALE

Capitolo I - La normativa sull'uso dei mezzi di comunicazione di massa nel periodo elettorale	Pag.	171
Capitolo II - La concreta applicazione della normativa sulla cosiddetta <i>par condicio</i> con riguardo al settore della stampa. L'attività consultiva e di supporto dell'Ufficio	»	175
Capitolo III - I comportamenti degli operatori	»	177

VOLUME SECONDO

RELAZIONE AL PARLAMENTO
SULLO STATO DELL'EDITORIA PER GLI ANNI 1995-1996

SEZIONE A

PROSPETTI RICHIAMATI NEL VOLUME I

Indice generale dei prospetti	Pag.	183
Prospetti (da n. 1 a n. 47)	»	189

SEZIONE B

AGEVOLAZIONI ALL'EDITORIA

1. - Contributi ai quotidiani	»	537
2. - Contributi ai periodici	»	539
3. - Agevolazioni creditizie	»	545
4. - Contributi alla stampa italiana all'estero	»	550
5. - Provvidenze per le imprese radiofoniche di informazione	»	558
6. - Contributi alle pubblicazioni periodiche di elevato valore culturale	»	561

Il ritardo con il quale viene presentata la relazione testimonia della situazione di grave disagio in cui versa l'Ufficio, i cui compiti sono stati notevolmente accresciuti, dopo il 1990, senza alcuna misura di revisione e di potenziamento della sua debole struttura.

La situazione, che ha portato anche ad uno sciopero del personale addetto all'Ufficio nella giornata del 14 marzo 1996, risulta connotata, in particolare:

dalla mancata istituzione di un ruolo organico proprio dell'Ufficio — che attualmente si avvale di circa 150 unità prestate da 29 amministrazioni diverse — in termini adeguati alle esigenze della funzione, malgrado le coincidenti valutazioni sul punto delle contrapposte forze politiche, che hanno trovato espressione in emendamenti presentati all'articolo 17 dei decreti-legge cosiddetti sulla par condicio, poi decaduti per mancata conversione in legge;

dall'avvenuta traduzione in norme di legge solo alla fine del 1996 (grazie alla legge 23 dicembre 1996, n. 650) delle disposizioni recate dal decreto-legge 23 febbraio 1994, n. 129 e successive reiterazioni in ordine agli strumenti giuridici occorrenti per conoscere le risorse complessive del settore dei media ed assicurare la trasparenza di questo.

In tale precario contesto, sotto la spinta della serie pressoché ininterrotta di urgenze, l'Ufficio ha proceduto con gli adattamenti funzionali della struttura di volta in volta dettati dalla specifica emergenza.

Se malgrado tutto l'Ufficio è riuscito sinora a far fronte alle sue molteplici e articolate funzioni istituzionali, è pur ovvio che l'accumulo dei problemi operativi e la necessità di privilegiare quelli che richiedono come essenziale una tempestività di intervento, abbiano determinato un ritardo nella predisposizione della relazione annuale, momento di sintesi dell'intero agire.

Si è cercato di recuperare sul piano dei contenuti, con aggiornamenti della relazione riferiti anche all'intero anno 1996, lì dove è stato possibile senza determinare ragioni di ulteriori ritardi.

Attualmente sono all'esame del Parlamento i disegni di legge n. 1021 e 1138 A.S., che mirano a trasformare radicalmente l'organo di garanzia con l'istituzione della nuova Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

L'auspicio è che il legislatore sappia far tesoro dell'esperienza dell'Ufficio nella configurazione della struttura di supporto dell'Autorità, rammentando, in particolare, che la prima condizione dell'indipendenza è nell'autosufficienza.