

Capitolo III

Le imprese editrici

Sezione I - Caratteri generali

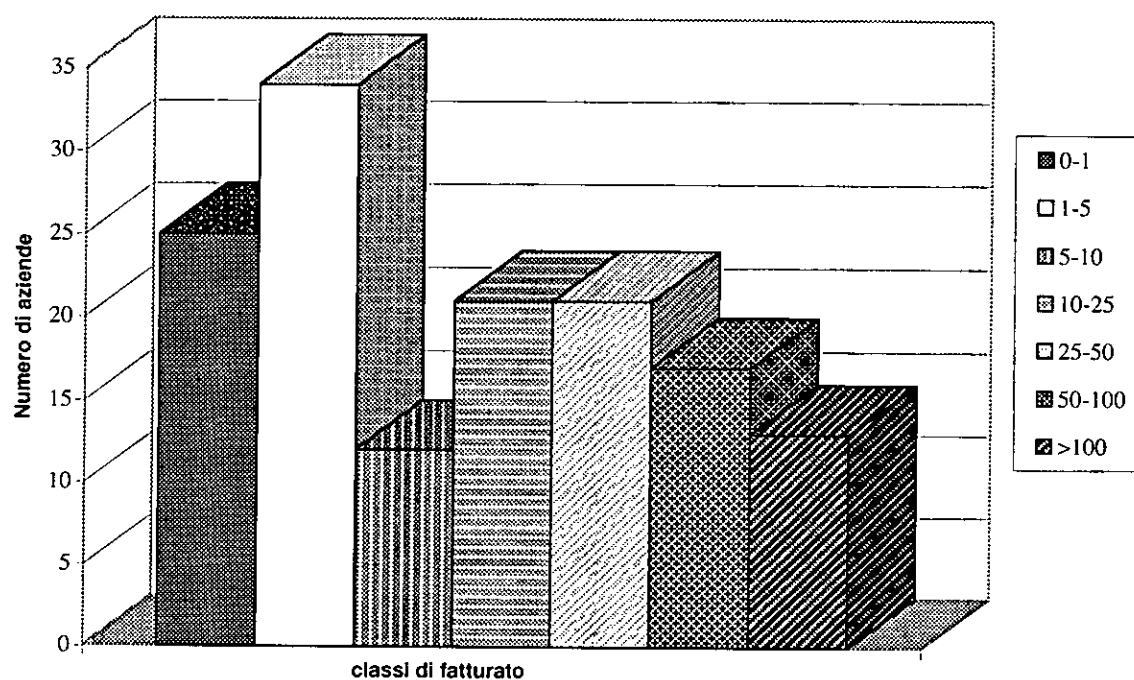
1. Dati tipologici

Con riferimento al prodotto le imprese che qui vengono considerate, secondo le precisazioni fornite nel precedente capitolo, possono suddividersi in editrici di soli quotidiani (55,2%), editrici di soli periodici (31,5%), editrici di quotidiani e periodici (13,3%). Il 12,7% delle imprese appartenenti alla prima categoria ed il 68,9% delle imprese della seconda categoria pubblicano più di una testata.

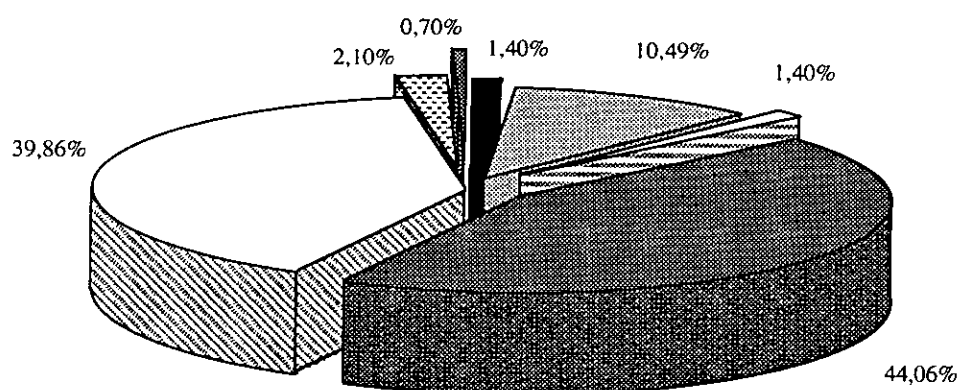
Rispetto alle precedenti rilevazioni aumenta percentualmente la presenza degli editori di soli periodici e quella degli editori di periodici e quotidiani, mentre diminuisce la presenza degli editori di quotidiani. Si conferma la prevalenza, tra gli editori di quotidiani, di imprese che editano una sola testata (87,3%) e viceversa, tra gli editori di periodici, di soggetti che editano più di una testata (68,8%) con conseguente riduzione dei rapporti percentuali che tendono peraltro a ridursi.

Relativamente alla dimensione aziendale la situazione appare stabile. Prevalgono le piccole imprese, 59 editori (41,3%) hanno un giro di affari mediamente inferiore a 5 miliardi di lire; le maggiori società, con fatturato superiore a 100 miliardi, risultano in numero di 13¹ come già rilevato nel corso del 1993.

¹ Peraltro le 13 imprese elencate nel 1993 comprendevano R.C.S. Rizzoli Periodici S.p.A. ed R.C.S. Editoriale Quotidiani S.p.A., incorporate nel 1994 in R.C.S. Editori S.p.A.; il mantenimento, nel 1994, dello stesso numero di componenti della classe di fatturato superiore a 100 miliardi di lire deriva dall'inserimento in essa di Editoriale Domus S.p.A..

Figura A: Distribuzione delle imprese per classi di fatturato (in miliardi di lire)

La distribuzione delle imprese per natura giuridica è evidenziato dal seguente istogramma (Fig. B).

Figura B: Imprese ripartite per natura giuridica

Dit

Sapi

Sas

Sarl

Snc

Spa

Srl

La grande maggioranza delle imprese editrici è rappresentata, come nell'anno precedente, dalle società di capitale (121 imprese, pari all'85% del totale), seguite dalle cooperative (15 imprese) dalla società di persone (4 imprese) ed infine dalle ditte individuali (3 imprese). Al contrario del 1993, però, nell'ambito delle società di capitali, prevalgono le società per azioni rispetto alle società a responsabilità limitata.

La complessità della struttura organizzativa cresce, in genere, proporzionalmente al volume di fatturato e quindi al rilievo del soggetto sul mercato. Nelle ultime due classi di fatturato sono costituite, nella forma di società per azioni, rispettivamente il 94,1% e l'84,6% delle imprese.

Quadro C: Imprese ripartite per classi di fatturato e per natura giuridica. Anno 1994

Classi di fatturato (in mld. lire)	Numero totale imprese	DIT	SAS	SNC	SCRL	SRL	SPA	SAPA
0-1	25	2	2	1	7	13		
1-5	34	1		1	5	23	4	
5-10	12				2	7	3	
10-25	21				1	7	12	1
25-50	21					4	17	
50-100	17					1	16	
> 100	13					2	11	
Totali	143	3	2	2	15	57	63	1

Rispetto alle modalità di vendita degli spazi pubblicitari delle testate si rileva (Quadro D) che il 23,1% delle imprese editrici considerate vi provvede direttamente; il 16,1% esclusivamente attraverso una concessionaria di pubblicità, mentre la maggioranza (51,7%) ricorre ad una forma mista, in genere concordata contrattualmente con la propria concessionaria. Non presentano ricavi da pubblicità 13 imprese (9,1%) che editano testate senza pagine di pubblicità ovvero testate che pubblicano pubblicità gratuita. Tale gruppo è costituito da aziende con fatturato inferiore a 10 miliardi di lire.

La vendita di pubblicità tramite una struttura interna è praticata soprattutto da imprese che si collocano nelle classi di fatturato più basse², mentre la forma mista è utilizzata dalle imprese di maggiore dimensione. Ricorrono alla sola concessionaria imprese che si collocano in tutte le classi di fatturato, anche se questa forma organizzativa è maggiormente

² Nella classe di fatturato "oltre 100 miliardi di lire" utilizza tale modalità di vendita solo la "Editoriale Domus S.p.A.".

seguita dalle imprese con fatturato medio (tra 5 e 25 miliardi di lire).

Con riferimento alle imprese di maggiori dimensioni è ancora da notare che 10 società su 13 utilizzano concessionarie di pubblicità che fanno parte del loro stesso gruppo.

Quadro D: Imprese ripartite per classi di fatturato e modalità di vendite degli spazi pubblicitari. Anno 1994

Classi di fatturato (in miliardi di lire)	Nessuna vendita di spazi di pubblicità	Vendita soltanto diretta	Vendita soltanto tramite concessionaria	Vendita diretta e tramite concessionaria	Totale
0-1	8	13	2	2	25
1-5	3	10	5	16	34
5-10	2	3	4	3	12
10-25	0	4	5	12	21
25-50	0	1	3	17	21
50-100	0	1	1	15	17
> 100	0	1	3	9	13
Totali	13	33	23	74	143

2. La struttura economica

L'esame dei dati contabili economici consente di rilevare che le 143 imprese in esame presentano un valore complessivo della produzione pari a 9.517 miliardi di lire a fronte di 9.477 miliardi di lire di costi della produzione. La differenza tra i predetti valori presenta quindi un margine positivo di circa 40 miliardi di lire.

Quadro E: risultato operativo per classi di fatturato. Anno 1994

Classi di fatturato (in miliardi di lire)	Numero imprese	Valore della produzione complessivo	Costo della produzione complessivo	Risultato operativo complessivo	Risultato operativo medio	% Risultato operativo/Valore della produzione
0-1	25	18.872.963.147	21.026.149.408	-2.153.186.261	-86.127.450	-11,41
1-5	34	125.328.437.266	150.179.405.346	-24.850.968.080	-730.910.826	-19,83
5-10	12	161.923.202.316	171.937.863.992	-10.014.661.676	-834.555.140	-6,18
10-25	21	359.516.161.752	381.639.890.142	-22.123.728.390	-1.053.510.876	-6,15
25-50	21	797.480.622.537	770.240.729.061	27.239.893.476	1.297.137.785	3,42
50-100	17	1.259.398.862.393	1.365.158.813.148	-105.759.950.755	-6.221.173.574	-8,40
> 100	13	6.794.086.598.900	6.616.776.970.018	177.309.628.882	13.639.202.222	2,61
Totali	143	9.516.606.848.311	9.476.959.821.115	39.647.027.196	6.010.062.141	- 6,56 (media)

Nel confronto con i dati dell'anno precedente si rileva un valore della produzione più alto in termini assoluti nonostante il campione esaminato risulti più ristretto (143 imprese a fronte delle 160 dell'anno precedente). Tale situazione è determinata dall'importo molto più rilevante esposto dalle 13 imprese con più di 100 miliardi di lire di fatturato. Queste hanno realizzato infatti, nel 1994, un valore complessivo della produzione di 6.794 miliardi di lire, con un importo medio per impresa pari a 522 miliardi di lire, rispetto ai 415 miliardi di lire del 1993.

Il risultato operativo appare più elevato nel 1993 (circa 69 miliardi a fronte di circa 27 miliardi dell'anno successivo), così come nel 1993 risulta maggiore il risultato operativo medio per impresa (431 milioni rispetto ai 190 milioni del 1994). In linea di massima può ritenersi che la gestione economica delle imprese del settore abbia subito nel 1994 una flessione, confermata dall'andamento delle 13 imprese di maggiore dimensione.

Il risultato operativo per singola impresa³ evidenzia che i soggetti con risultato negativo sono 72 (pari al 50,3%), mentre quelli con risultato positivo sono 71 (pari al 49,7%). Nella classe di fatturato superiore a 100 miliardi di lire le società editrici con risultato della gestione industriale negativo sono solo 2 (15,4%), a conferma che la dimensione ottimale di impresa si mantiene su livelli medio-alti.

3. Composizione delle risorse

Nel 1994 il volume complessivo dei ricavi delle imprese esaminate è stato di 7.982 miliardi di lire, con un fatturato medio per azienda di circa 55 miliardi, superiore a quello dell'anno precedente. I ricavi delle vendite e delle prestazioni, che si riferiscono all'attività caratteristica delle imprese editoriali, crescono nel 1994 in misura più ridotta del valore della produzione, sul quale hanno incidenza, oltre al magazzino, i ricavi di natura diversa rispetto a quella editoriale.

I ricavi per vendita delle copie ammontano a 3.704 miliardi di lire (46,4 %), i ricavi da pubblicità a 2.775 miliardi di lire (34,8%), i ricavi diversi a 1.503 miliardi di lire (18,8%). Rispetto all'anno precedente aumenta l'incidenza del fatturato diffusionale mentre diminuisce quello pubblicitario. Il 1994, infatti, è stato caratterizzato da una contrazione degli investimenti pubblicitari mentre sono aumentati gli introiti delle vendite delle copie per effetto degli aumenti dei prezzi di copertina.

³ Il dettaglio è fornito nel prospetto del volume II.

La distribuzione delle diverse fonti di ricavo per classi di fatturato mostra un trend simile a quello dell'anno precedente con riferimento ai ricavi da vendita delle copie, cioè una incidenza rilevante nelle classi intermedie di fatturato (tra 5 e 100 miliardi di lire). Un andamento diverso presenta, invece, l'incidenza del fatturato pubblicitario, che nel 1994 si ripartisce in maniera uniforme (tra il 30-40%) in tutte le classi.

Le imprese che acquisiscono meno pubblicità rispetto al 1993 tendono a ricercare altre fonti di introito, come lavorazioni per terzi o altre attività, che incrementano gli "altri ricavi". E' da rilevare come l'incidenza degli "altri ricavi" sia particolarmente rilevante nella classe di fatturato superiore a 100 miliardi di lire, in relazione alla presenza di molti editori che hanno una produzione anche libraria (Quadro F).

Quadro F: composizione dei ricavi delle imprese ripartite per classi di fatturato. Anno 1994

Classi di fatturato (in mld. lire)	Numero imprese	Ricavi per vendita delle copie	%	Ricavi per vendita di spazi pubblicitari	%	Altri ricavi	%	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	%
0-1	25	4.221.785.422	43,91	3.178.214.794	33,06	2.213.573.772	23,03	9.613.573.988	100,00
1-5	34	36.862.102.740	40,20	36.191.329.793	39,46	18.653.464.022	20,34	91.706.896.555	100,00
5-10	12	54.179.905.614	64,17	24.912.649.196	29,51	5.334.160.378	6,32	84.426.715.188	100,00
10-25	21	174.685.211.389	50,81	125.706.132.536	36,57	43.392.937.734	12,62	343.784.281.659	100,00
25-50	21	360.648.996.897	47,89	283.144.123.676	37,60	109.346.540.471	14,52	753.139.661.044	100,00
50-100	17	673.952.441.295	56,14	470.660.126.523	39,21	55.820.345.153	4,65	1.200.432.912.971	100,00
> 100	13	2.399.618.621.628	43,64	1.831.027.367.637	33,30	1.268.333.079.341	23,06	5.498.979.068.606	100,00
Totali	143	3.704.169.064.985		2.774.819.944.155		1.503.094.100.871		7.982.083.110.011	

Dal Quadro G si rileva il grado di concentrazione dei ricavi nelle singole classi di fatturato. Le imprese con fatturato fino a 10 miliardi di lire, che rappresentano il 49,7% del campione esaminato, raccolgono solo l'2,3% dei ricavi complessivi, mentre le imprese con giro di affari superiore a 50 miliardi, che ne costituiscono il 21%, realizzano l'83,9% dei ricavi complessivi; le 13 imprese con fatturato superiore a 100 miliardi di lire (9,1% del campione) raccolgono il 68,9% dei ricavi complessivi.

La distribuzione dei ricavi per vendita delle copie e per pubblicità nelle singole classi di fatturato ha un andamento pressoché analogo a quello dei ricavi complessivi, fanno eccezione gli "altri ricavi" in cui si rileva un grado di concentrazione molto elevato nella classe più alta per la

presenza, come accennato, di editori che operano anche nel settore librario.

Rispetto all'anno precedente l'andamento tendenziale è rimasto stabile.

Quadro G: composizione dei ricavi delle imprese ripartite per classi di fatturato. Anno 1994

Classi di fatturato	Numero imprese	Ricavi per vendita delle copie		Ricavi per vendita di spazi pubblicitari		Altri ricavi		Ricavi delle vendite e delle prestazioni	
(mld. di lire)			%		%		%		%
0-1	25	4.221.785.422	0,11	3.178.214.794	0,11	2.213.573.772	0,15	9.613.573.988	0,12
1-5	34	36.862.102.740	1,00	36.191.329.793	1,30	18.653.464.022	1,24	91.706.896.555	1,15
5-10	12	54.179.905.614	1,46	24.912.649.196	0,90	5.334.160.378	0,35	84.426.715.188	1,06
10-25	21	174.685.211.389	4,72	125.706.132.536	4,53	43.392.937.734	2,89	343.784.281.659	4,31
25-50	21	360.648.996.897	9,74	283.144.123.676	10,20	109.346.540.471	7,27	753.139.661.044	9,44
50-100	17	673.952.441.295	18,19	470.660.126.523	16,96	55.820.345.153	3,71	1.200.432.912.971	15,04
> 100	13	2.399.618.621.628	64,78	1.831.027.367.637	65,99	1.268.333.079.341	84,38	5.498.979.068.606	68,89
Totali	143	3.704.169.064.985	100,00	2.774.819.944.155	100,00	1.503.094.100.871	100,00	7.982.083.110.011	100,00

L'esame dei ricavi da pubblicità realizzati dalle imprese considerate evidenzia un giro complessivo di affari di circa 2.775 miliardi di lire (Quadro H). Tali ricavi hanno un andamento crescente, sia assoluto che medio, con l'aumentare della classe di fatturato. Le tariffe e il volume delle inserzioni risultano proporzionali all'importanza della testata, considerato che nelle classi più elevate di fatturato si concentrano le imprese che gestiscono i quotidiani e periodici più diffusi.

La quota maggiore di pubblicità, pari a 1.947 miliardi di lire (70,2% del totale), è raccolta tramite concessionaria mentre la rimanente quota di 828 miliardi di lire (29,8% del totale) è realizzata da strutture interne alle imprese editrici.

Rispetto all'anno precedente⁴ si rileva un aumento della raccolta diretta, che nel 1993 rappresentava appena il 9,3% dei ricavi complessivi. L'incremento è dovuto essenzialmente all'operazione di fusione per incorporazione della R.C.S. Pubblicità in R.C.S. Editori, che ha ricondotto la raccolta della pubblicità delle testate (con l'eccezione di "Visto") all'interno della impresa editrice.

La distribuzione dei ricavi secondo le modalità di vendita evidenzia una prevalenza della vendita diretta nelle classi più

⁴ Cfr Quadro H, pag.45 della relazione al Parlamento sullo stato dell'Editoria per l'anno 1994.

basse di fatturato. Nelle imprese editrici più piccole, infatti, si utilizzano strutture interne con propri agenti mentre nelle imprese maggiori si ricorre a soggetti esterni per lo più appartenenti allo stesso gruppo.

Un'inversione di tendenza si manifesta nella classe di fatturato superiore a 100 miliardi, nella quale l'incidenza della raccolta diretta passa dallo 0,93% nel 1993 al 35,6% nel 1994. Le ragioni vanno individuate, sia nella già ricordata operazione di fusione riguardante la R.C.S. Editori, sia nella novità della presenza, nella citata classe, della "Editoriale Domus", che vende direttamente gli spazi pubblicitari sulle proprie testate.

Quadro H: composizione dei ricavi di pubblicità per classi di fatturato. Anno 1994

Classi di fatturato (in mld. lire)	Numero imprese	Ricavi per vendita diretta di spazi pubblicitari	%	Ricavi per vendita di spazi tramite concessionaria	%	Ricavi da pubblicità	%
0-1	25	2.676.320.407	84,21	501.894.387	15,79	3.178.214.794	100,00
1-5	34	11.120.444.586	30,73	25.070.885.207	69,27	36.191.329.793	100,00
5-10	12	14.021.653.237	56,28	10.890.995.959	43,72	24.912.649.196	100,00
10-25	21	35.713.609.660	28,41	89.992.522.876	71,59	125.706.132.536	100,00
25-50	21	40.810.078.930	14,41	242.334.044.746	85,59	283.144.123.676	100,00
50-100	17	70.798.573.999	15,04	399.861.552.524	84,96	470.660.126.523	100,00
> 100	13	653.094.545.659	35,67	1.177.932.821.978	64,33	1.831.027.367.637	100,00
Totali	143	828.235.226.478		1.946.584.717.677		2.774.819.944.155	

La localizzazione delle sedi legali delle società editrici esaminate rileva (Quadro I) che nell'area Nord-Ovest è presente il maggior numero di imprese (65 pari al 45,4 %), seguono il Centro (44 pari al 30,8%), il Nord-Est (22 pari al 15,4%) e, infine, Sud ed Isole (12 pari all'8,4%).

Nell'area Nord-Ovest in posizione di grande rilievo si trova la Lombardia, che concentra il 37,1% delle imprese sul totale nazionale e l'82% sul totale della stessa area. Nell'area Centro rilevante è la posizione del Lazio, con il 23,1% del totale nazionale ed il 75% dell'area interregionale.

Con riferimento alla tipologia dei ricavi (Quadro I) si rileva la seguente ripartizione dei dati nazionali:

- ricavi per vendita delle copie: Nord-Ovest: 63,5%; Centro: 20,8%; Nord-Est 10,5%; Sud ed Isole: 5,2%;
- ricavi per la vendita di spazi pubblicitari: Nord-Ovest: 60,2%, Centro: 21,9%; Nord-Est: 11,6%; Sud ed Isole: 6,3%;

- altri ricavi: Nord-Ovest: 90,4%; Centro: 5%; Nord-Est: 3,2%; Sud ed Isole 1,4%.

I ricavi per vendita delle copie dell'area Nord-Ovest, sono concentrati per il 50% in Lombardia nella quale hanno sede importanti editori di testate quotidiane e la quasi totalità delle imprese editrici di periodici a grande diffusione nazionale. In Lombardia si concentra altresì l'87,8% degli "altri ricavi", in genere costituiti da ricavi per vendita di libri, esposti dalle case editrici con una produzione fortemente diversificata.

Il fatturato per vendita di spazi pubblicitari risulta maggiormente distribuito nelle quattro aree interregionali, in relazione probabilmente all'attenzione degli investitori verso la domanda di beni e servizi sui diversi mercati.

Il raffronto con i dati del 1993 presenta una sostanziale stabilità della distribuzione sia a livello interregionale che nell'ambito delle singole aree.

Quadro I : Composizione dei ricavi dei soggetti obbligati suddivisi per area geografica. Anno 1994

Regione	N. aziende	%	Ricavi per vendita delle copie	%	Ricavi per vendita di spazi pubblicitari	%	Altri ricavi	%	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	%
Liguria	3	2,10	47.706.839.099	1,29	32.377.263.119	1,17	8.232.413.015	0,55	88.316.515.233	1,11
Lombardia	53	37,06	1.985.874.416.669	53,61	1.481.721.003.228	53,40	1.320.636.911.308	87,86	4.788.232.331.205	59,99
Piemonte	9	6,29	317.190.806.175	8,56	156.507.558.174	5,64	30.201.490.294	2,01	503.899.854.643	6,31
<i>Totale nord-ovest</i>	<i>65</i>	<i>45,45</i>	<i>2.350.772.061.943</i>	<i>63,46</i>	<i>1.670.605.824.521</i>	<i>60,21</i>	<i>1.359.070.814.617</i>	<i>90,42</i>	<i>5.380.448.701.081</i>	<i>67,41</i>
Emilia Romagna	9	6,29	230.844.687.065	6,23	158.366.859.378	5,71	41.935.756.007	2,79	431.147.302.450	5,40
Friuli Venezia Giulia	5	3,50	39.666.700.540	1,07	42.734.026.435	1,54	1.305.407.481	0,09	83.706.134.456	1,05
Trentino Alto Adige	2	1,40	31.645.058.222	0,85	34.822.838.074	1,25	283.731.535	0,02	66.751.627.831	0,84
Veneto	6	4,20	88.379.103.226	2,39	86.895.100.452	3,13	4.956.589.482	0,33	180.230.793.160	2,26
<i>Totale nord-est</i>	<i>22</i>	<i>15,38</i>	<i>390.535.549.053</i>	<i>10,54</i>	<i>322.818.824.339</i>	<i>11,63</i>	<i>48.481.484.505</i>	<i>3,23</i>	<i>761.835.857.897</i>	<i>9,54</i>
Abruzzo	2	1,40	14.332.656.565	0,39	517.729.525	0,02	20.352.755.607	1,35	35.203.141.697	0,44
Lazio	33	23,08	695.062.147.812	18,76	575.277.876.493	20,73	46.899.998.924	3,12	1.317.240.023.229	16,50
Marche	2	1,40	8.663.977.134	0,23	4.978.156.474	0,18	470.746.481	0,03	14.112.880.089	0,18
Toscana	6	4,20	44.578.007.817	1,20	22.001.361.030	0,79	6.797.151.399	0,45	73.376.520.246	0,92
Umbria	1	0,70	6.978.355.460	0,19	3.517.240.785	0,13	739.490.093	0,05	11.235.086.338	0,14
<i>Totale centro</i>	<i>44</i>	<i>30,77</i>	<i>769.615.144.788</i>	<i>20,78</i>	<i>606.292.364.307</i>	<i>21,85</i>	<i>75.260.142.504</i>	<i>5,01</i>	<i>1.451.167.651.599</i>	<i>18,18</i>
Basilicata	1	0,70	0	0,00	31.176.415	0,00	0	0,00	31.176.415	0,00
Campania	2	1,40	45.042.087.587	1,22	36.754.345.270	1,32	867.129.266	0,06	82.663.562.123	1,04
Puglia	4	2,80	31.374.994.648	0,85	32.194.445.531	1,16	2.157.000.611	0,14	65.726.440.790	0,82
Sardegna	2	1,40	48.682.721.956	1,31	36.069.908.481	1,30	10.839.353.977	0,72	95.591.984.414	1,20
Sicilia	3	2,10	68.146.505.010	1,84	70.053.055.291	2,52	6.418.175.391	0,43	144.617.735.692	1,81
<i>Totale sud</i>	<i>12</i>	<i>8,39</i>	<i>193.246.309.201</i>	<i>5,22</i>	<i>175.102.930.988</i>	<i>6,31</i>	<i>20.281.659.245</i>	<i>1,35</i>	<i>388.630.899.434</i>	<i>4,87</i>
Totale generale:	143		3.704.169.064.985		2.774.819.944.155		1.503.094.100.871		7.982.083.110.011	

Sezione II - L'analisi dei bilanci

1. Premessa

Sono stati presi in considerazione i bilanci delle imprese con un fatturato, nel 1994, superiore a 100 miliardi di lire. I dati rilevati sono esclusivamente quelli relativi alla specifica attività di edizione di giornali quotidiani e periodici. Non si è tenuto conto delle altre attività del settore delle comunicazioni (libri, produzione cinematografica, home video e produzione televisiva) che pure determinano, in alcuni casi, quote rilevanti di fatturato.

Tra le imprese considerate editano contemporaneamente quotidiani e periodici: R.C.S. Editori S.p.A. e l'Editrice il Sole 24 ore S.p.A.; editano solo quotidiani: Editoriale la Repubblica S.p.A., Poligrafici Editoriale S.p.A., Editrice La Stampa S.p.A., Società Editrice il Messaggero S.p.A., Corriere dello Sport S.r.l., Finegil Editoriale S.p.A.; editano, infine, solo periodici: Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., Rusconi Editore S.p.A., Società San Paolo Gruppo Periodici S.r.l., Editoriale Domus S.p.A..

2. R.C.S. Editori S.p.A.

Nel luglio 1994 sono state deliberate le operazioni di fusione per incorporazione nella R.C.S. Editori S.p.A. delle controllate: R.C.S. Editoriale Quotidiani S.p.A., R.C.S. Editoriale Veneta S.p.A., R.C.S. Pubblicità S.p.A., R.C.S. Publimese S.p.A., R.C.S. Rizzoli Periodici S.p.A., Film TV S.p.A. e R.C.S. Films & TV S.p.A.

Poiché le operazioni sono state perfezionate entro il 31 dicembre 1994, il bilancio a tale data della R.C.S. Editori SpA tiene conto di tutti gli effetti di carattere patrimoniale, finanziario ed economico che ne sono derivati.

Sono appresso esposti i dati patrimoniali, finanziari ed economici del 1993 e del 1994 anche se gli aggregati dei due esercizi non possono, com'è ovvio, ritenersi confrontabili per mancanza di omogeneità.

STATO PATRIMONIALE (importi in milioni di lire)		
	31-12-93	31-12-94
Immobilizzazioni nette	937.011	865.972
Circolante	681.074	746.733
Totale attività	1.620.162	1.667.718
Patrimonio netto	712.662	280.903
<i>di cui capitale</i>	214.946	214.946
Passività	907.500	1.387.815
Totale passivo	1.620.162	1.667.718

Le variazioni dei valori di attivo sono determinate, oltre che dalle movimentazioni dell'esercizio, dagli apporti delle società incorporate.

Il rapporto tra le immobilizzazioni nette ed il totale dell'attivo subisce tra il 1993 ed il 1994 un marcato decremento (dal 57,8% al 51,9%) dovuto, con ogni probabilità, ad un indice di immobilizzo delle società incorporate meno elevato di quello della società incorporante.

L'indice di copertura degli impieghi con i mezzi propri è notevolmente diminuito, passando dal 44% del 1993 al 16,8% del 1994, nonostante che, in sede di fusione, si sia tenuto conto delle riserve di natura fiscale, formatesi in anni precedenti, di alcune società incorporate. Il decremento è, in particolare, ascrivibile alla rilevante perdita di esercizio maturata dalla incorporata R.C.S. Libri e Grandi Opere S.p.A. per difficoltà di incasso e di recupero dei crediti relativi alle vendite rateali.

CONTO ECONOMICO (importi in milioni di lire)		
	1993	1994
Valore della produzione	739.891	2.768.771
Costo della produzione	753.102	2.790.468
Diff. tra valore e costi della produzione	(13.210)	(21.698)
Proventi ed oneri finanziari	44.014	(43.967)
Rettifiche di valore di attività finanziarie	(65.756)	(419.546)
Proventi ed oneri straordinari	15.188	25.593
Utile (perdita) d'esercizio	(19.764)	(458.918)

Nella nota integrativa al bilancio di esercizio della società è messo in evidenza che, per ragioni di trasparenza fiscale, le operazioni intercorse tra le società partecipanti alla fusione non sono state eliminate dal conto economico, di cui risulta così dilatata la struttura.

Il conto economico evidenzia una gestione industriale negativa (come, del resto, nell'anno precedente) e la forte incidenza delle svalutazioni nelle partecipazioni sul risultato di esercizio.

Maggiormente significativa è l'analisi comparativa dell'andamento diffusionale ed economico delle varie testate edite negli esercizi 1993 e 1994 di cui alla tabella sottoriportata.

R.C.S. Editori

(migliaia di copie e milioni di lire)

Testate edite	Numero copie vendute in Italia			Ricavi per vendita delle copie			Ricavi da pubblicità ^(*)
	1993	1994	Diff. %	1993	1994	Diff. %	1994
Corriere della Sera	217.506	241.203	10,9	227.510	259.238	13,9	304.592
Gazzetta dello Sport	147.593	144.967	-1,8	148.338	151.627	2,2	41.951
Amica	10.376	11.844	14,1	21.273	20.839	-2,0	53.807
Anna	18.185	16.784	-7,7	31.140	33.925	8,9	56.412
Più Bella	16.021	15.472	-3,4	22.249	20.306	-8,7	12.436
Brava Casa	2.639	2.653	0,5	11.082	10.892	-1,7	16.123
L'Europeo	4.765	3.085	-35,3	10.666	7.848	-26,4	3.178
Il Mondo	2.473	2.336	-5,5	5.566	5.388	-3,2	6.746
Oggi	36.452	36.292	-0,4	67.504	71.479	5,9	26.867
Visto	13.378	12.171	-9,0	15.440	16.161	4,7	1.200
Domenica Quiz	5.680	5.426	-4,5	5.785	6.232	7,7	70
Insieme	2.041	1.658	-18,8	6.794	5.517	-18,8	7.117
Mille Idee	1.888	1.145	-39,4	4.345	2.807	-35,4	2.507
I Nomi di Oggi	(*)	707	(*)	(*)	1.147	(*)	0
Novella 2000	14.698	15.089	2,6	25.077	24.760	-1,3	2.269
Max	1.862	1.874	0,6	9.492	9.721	2,4	7.468
Capital	1.028	980	-4,7	4.242	3.976	-6,3	9.481
Auto Capital	460	273	-40,7	2.895	1.691	-41,6	848
Cinema Anteprima	(*)	20	(*)	(*)	410	(*)	0
Astra	1.753	1.703	-2,9	6.614	6.644	0,5	2.377
Salve	1.421	1.429	0,6	4.879	5.695	16,7	3.035
Linus	361	300	-16,9	1.420	1.179	-17	125
English Collection	(*)	410	(*)	(*)	2.444	(*)	0
Libri Gazzetta Sport	(*)	21	(*)	(*)	338	(*)	0
Quaderni Gazz. Sport	(*)	54	(*)	(*)	172	(*)	0
TOTALI				632.311	670.436	6,02	558.609

(*) Dati non disponibili.

(**) I ricavi da pubblicità per singola testata non sono disponibili per l'anno 1993. I ricavi da pubblicità per l'anno 1994 sono al netto dei costi connessi alla vendita diretta di spazi pubblicitari.

Il quotidiano sportivo *“La Gazzetta dello Sport”*, che diminuisce le vendite dell'1,8% , vede aumentare del 2% i ricavi per effetto dell'aumento del prezzo medio.

Aumenta del 10,9% la vendita del *“Corriere della sera”*, con un incremento dei ricavi del 13,9%, dovuto anche al maggior prezzo medio rispetto all'anno precedente (per l'aumento del prezzo del quotidiano dovuto al supplemento *magazine*).

Nel settore dei periodici il 1994 registra un generalizzato trend negativo delle vendite (malgrado una tenuta nel segmento dei periodici femminili) dei periodici destinati alla famiglia e degli specializzati con l'eccezione di *“Anna”* (che in termini di vendite perde il 7,7% rispetto al 1993, con un aumento però dei ricavi dovuto al maggior prezzo medio nell'anno) e de *“L'Europeo”* (che perde in termini sia di vendite, -35,2%, sia di ricavi, -26,4%).

La mancanza di disponibilità dei dati relativi al 1993 non consente il confronto per i ricavi da pubblicità.

Può rilevarsi, comunque, la grande incidenza dei ricavi da pubblicità nel segmento dei periodici femminili (fino al 72% dei ricavi totali) con una media degli stessi ricavi di pubblicità di circa 4 milioni di lire a copia venduta.

3. La Repubblica Editoriale S.p.A.

La società svolge sia attività editoriale, con la pubblicazione del quotidiano *“La Repubblica”*, sia attività di indirizzo e coordinamento delle società controllate.

La situazione patrimoniale finanziaria ed economica relativa agli esercizi 1993 e 1994 è riportata nei prospetti che seguono.

STATO PATRIMONIALE (importi in milioni di lire)			
	31-12-93	31-12-94	
Immobilizzazioni nette	727.643	700.242	
Circolante	149.050	75.215	
Totale attività	878.093	776.277	
Patrimonio netto	242.952	273.487	
di cui capitale	140.055	140.292	
Passività	635.141	538.790	
Totale passivo	878.093	776.277	

Costituiscono parte rilevante dell'attivo (90% nel 1994, 83% nel 1993) le immobilizzazioni, fortemente influenzate dal valore della testata *"La Repubblica"*, solo da qualche anno (dicembre 1991) iscritta in bilancio tra le immobilizzazioni immateriali.

L'indice di copertura degli impieghi con i mezzi propri è migliorato nel biennio 1993/94 (dal 27,6% al 30,6%). I debiti, in particolare quelli a breve, si riducono nel periodo considerato di circa 100 miliardi, migliorando la struttura dell'indebitamento.

CONTO ECONOMICO*(importi in milioni di lire)*

	1993	1994
Valore della produzione	431.028	450.511
Costo della produzione	397.671	425.348
Diff. tra valore e costi della produzione	33.357	25.163
Proventi ed oneri finanziari	(14.674)	(14.853)
Proventi ed oneri straordinari	(6.922)	(974)
Rettifiche di valore di attività finanziarie	(5.477)	(12.092)
Utile (perdita) d'esercizio	13.541	6.185

La gestione industriale nel 1994 risulta positiva con un margine di circa 25 miliardi di lire, ridotto peraltro rispetto all'anno precedente (-24,5%), che rappresenta il 5,6% del valore della produzione (contro il 7,7% del 1993). La riduzione è da mettere in relazione all'incremento dei costi della produzione (6,9%) a fronte di un più contenuto aumento dei ricavi e delle variazioni positive (4,5%).

In entrambi gli esercizi presi in esame l'utile è determinato in larga parte dall'utilizzo del fondo imposte differite per importo superiore alle imposte sul reddito dell'esercizio.

Circa l'andamento dei ricavi delle vendite e delle prestazioni è rilevabile un incremento del 7,1% nel biennio, determinato dall'aumento dei ricavi per vendite delle copie (12,5%) - sia per aumento delle vendite, sia per il maggior prezzo medio - e dei ricavi da pubblicità (3,8%).

RICAVI DELLE VENDITE E DELLE PRESTAZIONI (importi in milioni di lire)		
	1993	1994
Ricavi per vendita delle copie	194.747	219.045
Ricavi da pubblicità	222.909	231.447
- ricavi per vendita diretta di spazi	2.612	4.379
- ricavi per vendita di spazi pubblicitari tramite concessionaria di pubblicità	220.297	227.068
Ricavi per altre vendite e prestazioni	8.211	4.601
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni	425.867	455.093

La vendita del quotidiano *"la Repubblica"* è stata nel 1994 di 214 milioni di copie a fronte di 194 milioni di copie del 1993. L'incremento è ascrivibile alla edizione del Lunedì di Repubblica che ha portato i numeri editati nel 1994 a 354 rispetto ai 303 del 1993. La diffusione media giornaliera è infatti stata di 605 mila copie nel 1994 a fronte di 640 mila copie nel 1993.

L'aumento dei ricavi è stato influenzato dall'aumento del prezzo medio della copia, da 1.310 a 1.457 lire, derivante, in particolare, dal maggior prezzo delle edizioni con magazine.

I ricavi da pubblicità aumentano nel biennio di circa 8,5 miliardi di lire, di cui circa 6,8 miliardi di lire (20%) deriva dal maggior margine di introito realizzato tramite la Manzoni & C. S.p.A., concessionaria del gruppo.

4. Poligrafici Editoriale S.p.A.

La società svolge attività editoriale con le testate quotidiane *"La Nazione"* e *"Il Resto del Carlino"*. Nel 1994 possedeva inoltre interamente l'Editrice Romana S.p.A., editrice de *"Il Tempo"*, ceduta nel febbraio 1995.

La situazione patrimoniale, finanziaria ed economica della Poligrafici Editoriale S.p.A. relativa agli anni 1993 e 1994 è evidenziata nei prospetti di cui appresso.