

**LA STAMPA
IN ITALIA
(2005-2007)**



FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI GIORNALI

Indice

Introduzione	pag. 11
1. Il settore	
Il quadro economico	× 15
La stampa quotidiana	× 19
La stampa periodica	× 28
2. I problemi	
La carta da giornale	× 33
Diffusione e lettura	× 36
<i>stampa venduta e letta</i>	× 36
<i>strategie on line</i>	× 38
<i>lettura venduta e squilibri territoriali</i>	× 44
La pubblicità	× 55
I ricavi editoriali	× 61
L'occupazione	× 65
Conclusioni	× 66

Elenco delle tavole inserite nel testo

Tav. n. 1 – Crescita economica internazionale 2005-2011 (variazioni del Pil)	× 15
Tav. n. 2 – Italia - Conto risorse e impieghi (variazioni percentuali valori concatenati - anno base 2000)	× 16
Tav. n. 3 – Previsioni delle principali variabili macroeconomiche (variazioni percentuali 2007-2009)	× 16
Tav. n. 4 – Italia – Previsioni macroeconomiche 2008 (variazioni percentuali)	× 16
Tav. n. 5 - Tassi di crescita del Pil in Europa (2005-2009)	× 17
Tav. n. 6 – Indicatori di inflazione in Italia (variazioni percentuali)	× 17

Tav. n. 7 – Indice della produzione industriale (base 2000=100)	» 17
Tav. n. 8 - Italia - Indice dei prezzi al consumo, Gennaio 2008	» 18
Tav. n. 9 – Spesa delle famiglie a prezzi correnti 2000-2006 (milioni euro)	» 18
Tav. n. 10 - Evoluzione tirature e vendite dei giornali quotidiani (medie giornaliere 1980-2007)	» 20
Tav. n. 11 – Imprese editrici di quotidiani. Conti economici aggregati e riclassificati (2004-2006)	» 21
Tav. n. 12 – Imprese editrici di quotidiani. Ricavi e costi operativi (2005-2007)	» 21
Tav. n. 13 – Struttura dei conti economici di 2015 società italiane (2005-2006). (Indagine Mediobanca)	» 22
Tav. n. 14 – Imprese editrici di quotidiani (utili/perdite 2002-2006)	» 22
Tav. n. 15 – Ricavi da prodotti collaterali dei quotidiani. Incidenza sui ricavi editoriali (2004-2007)	» 23
Tav. n. 16 – Vendita collaterali. Liquidato in edicola (2005-2006)	» 24
Tav. n. 17 – Costi medi annui del personale in 2015 società italiane (2004- 2006). Mediobanca	» 24
Tav. n. 18 – Costo del lavoro per addetto (2004-2006)	» 25
Tav. n. 19 – Costo del lavoro per unità di prodotto (2004-2006)	» 26
Tav. n. 20 – Costo del lavoro (dipendente + spese servizi) per unità di prodotto (2004-2006)	» 27
Tav. n. 21 – Costi operativi per unità di prodotto (2004-2006)	» 27
Tav. n. 22 – Ricavi editoriali per unità di prodotto (2004-2006)	» 28
Tav. n. 23 – Evoluzione margini operativi per unità di prodotto (2004-2006)	» 29
Tav. n. 24 – Periodici: evoluzione tirature e vendite (2004-2006)	» 30
Tav. n. 25 - Diffusione dei settimanali per genere (2004-2006)	» 30
Tav. n. 26 - Diffusione dei mensili per genere (2004-2006)	» 31
Tav. n. 27 – Periodici: copie distribuite e copie vendute in edicola (2005-2006)	» 31
Tav. n. 28 – Evoluzione tirature e vendite di settimanali (2006-2007)	» 32

Tav. n. 29 – Evoluzione tirature e vendite di mensili (2006-2007)	» 32
Tav. n. 30 – Periodici: % rese (2006-2007)	» 32
Tav. n. 31 – Vendite di periodici: % canali distributivi 2007	» 32
Tav. n. 32 – Periodici: evoluzione dei ricavi editoriali (2005-2007)	» 33
Tav. n. 33 – Evoluzione fatturato, valore aggiunto, margine netto nei gruppi editoriali analizzati da Mediobanca (2005-2006)	» 34
Tav. n. 34 – Evoluzione utili, capitale netto e dipendenti nei gruppi editoriali analizzati da Mediobanca (2005-2006)	» 34
Tav. n. 35 – Evoluzione fatturato e valore aggiunto per addetto nei gruppi editoriali analizzati da Mediobanca (2005-2006)	» 35
Tav. n. 36 – Acquisti e consumi di carta per quotidiani (2004-2004-2006)	» 35
Tav. n. 37 – Carta da giornale. Produzione e consumo apparente (2005-2006)	» 36
Tav. n. 38 – Carta da giornale. Commercio estero (2005-2006)	» 36
Tav. n. 39 – Carta da giornale. Produzione e consumo apparente (2006-2007, dieci mesi)	» 37
Tav. n. 40 – Carta da giornale. Commercio estero (2006-2007, dieci mesi)	» 37
Tav. n. 41 – Lettori di giornali quotidiani in Italia al 2007 (Censis)	» 38
Tav. n. 42 – Rapporti tra i prezzi degli abbonamenti annuali (online e cartaceo)	» 43
Tav. n. 43 – Relazione tra strategie di bundling e timore di cannibalizzazione	» 44
Tav. n. 44 – Vendite dei quotidiani per aree geografiche in rapporto alla popolazione (2005-2006)	» 45
Tav. n. 45 – Articolazione regionale delle vendite dei quotidiani (2004-2006)	» 46
Tav. n. 46 – Lettura dei quotidiani (2001-2007)	» 47
Tav. n. 47 – Ripartizione lettori di quotidiani per aree geografiche (2001-2007)	» 47

Tav. n. 48 – Lettori di quotidiani per regioni (2001-2007)	» 48
Tav. n. 49 – Lettori di periodici (2001-2007)	» 49
Tav. n. 50 – Lettori di settimanali (2001-2007)	» 49
Tav. n. 51 – Lettori di mensili (2001-2007)	» 49
Tav. n. 52 – Lettori di periodici per aree geografiche (2001-2007)	» 49
Tav. n. 53 – Lettori di periodici per regioni (2001-2007)	» 50
Tav. n. 54 – Lettori di quotidiani per classi di età (2001-2007)	» 51
Tav. n. 55 – Lettori di periodici per classi di età (2001-2007)	» 51
Tav. n. 56 – Lettori di quotidiani nel giorno medio per genere (2001-2007)	» 52
Tav. n. 57 – Lettori di periodici per genere (2001-2007)	» 52
Tav. n. 58 – Quotidiani: % abbonamenti sul totale delle copie vendute (2004-2006)	» 53
Tav. n. 59 – Evoluzione vendite medie giornaliere per categorie di quotidiani (2004-2006)	» 53
Tav. n. 60 – Vendite quotidiani per classi di tiratura (2004-2006)	» 53
Tav. n. 61 – Evoluzione tirature e vendite di periodici (2006-2007)	» 54
Tav. n. 62 – Quotidiani: % abbonamenti su totale vendite nei principali paesi (2006)	» 54
Tav. n. 63 – Periodici: % abbonamenti su totale vendite (2006)	» 55
Tav. n. 64 – Quotidiani. Diffusione media giornaliera nei principali paesi (2005-2006)	» 55
Tav. n. 65 – Quotidiani. Diffusione media giornaliera (a pagamento + gratuiti) 2005-2006. Confronto internazionale	» 56
Tav. n. 66 – Copie di quotidiani a pagamento e gratuite diffuse per 1000 abitanti adulti (2006)	» 56
Tav. n. 67 – Quotidiani. Evoluzione investimenti pubblicitari. Osservatorio FCP-Fieg (2006-2007)	» 57
Tav. n. 68 – Periodici: evoluzione investimenti pubblicitari. Osservatorio FCP-Fieg (2006-2007)	» 58

Tav. n. 69 – Pubblicità quotidiani a pagamento (cessione spazi a colori). Osservatorio FCP-Fieg (2006-2007)	» 58
Tav. n. 70 – Evoluzione dei ricavi pubblicitari dei quotidiani (2004-2006)	» 59
Tav. n. 71 – Evoluzione dei ricavi pubblicitari dei quotidiani (2005-2007)	» 59
Tav. n. 72 – Investimenti pubblicitari netti stimati. (2006-2007)	» 60
Tav. n. 73 – Percentuale pagine pubblicità su totale pagine stampate (2004-2006)	» 60
Tav. n. 74 – % ricavi pubblicitari sui ricavi editoriali complessivi dei quotidiani (2004-2006)	» 61
Tav. n. 75 – Ricavi da pubblicità e da vendita. Confronto internazionale (2006)	» 61
Tav. n. 76 – Quote di mercato pubblicitario per mezzi. Confronto internazionale (2002-2006)	» 62
Tav. n. 77 – Evoluzione ricavi editoriali complessivi dei quotidiani (2004-2006)	» 63
Tav. n. 78 – Comparazione tra tassi di crescita dei ricavi da pubblicità e da vendita dei quotidiani (2004-2006)	» 63
Tav. n. 79 – Comparazione tra tassi di crescita dei ricavi da pubblicità e da vendita dei quotidiani (2006-2007)	» 64
Tav. n. 80 – Quotidiani. Incidenza dei ricavi da abbonamenti su totale ricavi da vendita (2004-2006)	» 64
Tav. n. 81 – Popolazione poligrafica (1990-2006)	» 64
Tav. n. 82 – Giornalisti occupati nei quotidiani (2002-2006)	» 65
Tav. n. 83 – Giornalisti occupati nei periodici (2004-2006)	» 65
Tav. n. 84 – Giornalisti professionisti (2004-2006)	» 65
Tav. n. 85 – Giornalisti praticanti (2004-2006)	» 66
Tav. n. 86 – Giornalisti pubblicisti (2004-2006)	» 66

Introduzione

Il periodo considerato dalla versione aggiornata dello studio sulla stampa in Italia è il triennio 2005-2007 e si basa principalmente sui dati forniti dalle aziende editrici di giornali quotidiani e periodici associate alla Fieg alle quali va il sentito ringraziamento degli estensori di questo elaborato.

L'obiettivo è quello che ricorre ogni anno: fornire un contributo conoscitivo per quanto possibile oggettivo sulla realtà economico-produttiva di un settore la cui importanza va ben oltre cifre e dati, in quanto la sua capacità di esistere e di svilupparsi deve coniugarsi con una finalità sovraordinata, rappresentata dalla salvaguardia del pluralismo dell'informazione e della libertà di manifestazione del pensiero, principi – non è inutile ripeterlo – di fondamentale rilievo costituzionale.

Le indicazioni che emergono dallo studio, almeno per quanto riguarda alcuni dati di natura economico-industriale, non sono incoraggianti. I timori espressi lo scorso anno in questa stessa sede sul rischio che il fragile equilibrio, faticosamente raggiunto grazie agli sforzi di ristrutturazione e di riorganizzazione produttiva portati avanti nell'arco degli ultimi venti anni, potesse rompersi, hanno avuto conferma nel periodo considerato, a causa di costi di produzione in costante aumento e di ricavi editoriali sostanzialmente stazionari.

Non mancano però elementi che inducono a guardare al futuro dall'editoria giornalistica con maggiore ottimismo. Innanzitutto la capacità di alcuni gruppi editoriali di dimensioni medie e grandi di aver saputo intercettare le potenzialità offerte dalle tecnologie informatiche e dalla interazione tra piattaforme tradizionali e innovative per la veicolazione delle informazioni giornalistiche. Va poi considerata positivamente la tenuta dei livelli di lettura dei quotidiani i cui indici di penetrazione negli ultimi anni sono aumentati costantemente, circostanza che spiega anche l'evoluzione del fatturato pubblicitario cresciuto a tassi superiori a quelli medi del mercato.

Tutto questo si inserisce in una situazione economica generale del paese in fase di peggioramento sia per le aumentate spinte inflazionistiche, sia per la stagnazione dei consumi interni, sia per il ridimensionamento delle previsioni di crescita del pil che il documento di programmatio-

ne economica e finanziaria del Governo indicava all'1,9% e che più recenti aggiustamenti hanno ridimensionato allo 0,7%.

Il momento è dunque obiettivamente difficile ed è necessario che tutti se ne rendano conto a tutti i livelli di responsabilità, assicurando comportamenti rispondenti all'esigenza di rilanciare un settore fondamentale come quello dell'editoria giornalistica per le sue rilevanti dimensioni economico-produttive, ma anche, e soprattutto, per i valori di libertà di cui è espressione.

La situazione richiede attenzione ai cosiddetti "policy makers" e una visione organica dei problemi dell'informazione giornalistica da affrontare agendo sulle cause profonde delle presenti difficoltà, alla cui origine giocano fattori di ordine congiunturale e strutturale. Tra i nodi strutturali non si possono non ricordare i vincoli eccessivi a cui è soggetto il circuito distributivo; l'insufficiente funzionamento di servizi pubblici fondamentali quali poste e trasporti; una legislazione sociale e fiscale che agisce da ostacolo allo sviluppo di rapporti più flessibili; un assetto del mercato pubblicitario che rischia di subire un nuovo drenaggio di risorse da parte delle televisioni, anche grazie alla nuova disciplina europea; l'assenza di qualsiasi programma di stimolo della propensione alla lettura dei giovani, attraverso l'utilizzazione dei giornali come supporto didattico essenziale per la conoscenza delle grandi questioni che attraversano la società e per avviare un confronto di opinioni; la mancanza di interventi efficaci per assecondare gli investimenti degli editori che devono muoversi sulla frontiera dell'innovazione per cogliere le opportunità offerte dal momento di grandi trasformazioni che interessa tutto l'universo dei media.

Tutto questo postula una volontà politica della quale non si sono certo avute dimostrazioni concrete, anzi. L'ultima legge finanziaria, che non ha prodotto alcuno sforzo di razionalizzazione degli interventi pubblici nel settore andando a tagliare gli stanziamenti sulle tariffe postali agevolate - gli unici contributi indiretti essenziali per lo sviluppo degli abbonamenti, un canale distributivo che soltanto in Italia langue su livelli di deprimente contenimento -, è la dimostrazione di una sottovalutazione da parte delle istituzioni pubbliche dei rischi che gravano sull'editoria giornalistica e delle conseguenze, non solo economiche, che possono derivarne.

*La stampa
in Italia*

Il settore

Il quadro economico

Nel 2007 e all'inizio del 2008 sembra essersi esaurita la fase di ripresa dell'economia italiana che aveva caratterizzato il 2006 e la prima parte del 2007. I più recenti sviluppi hanno determinato una revisione al ribasso delle previsioni di crescita previste nel documento di programmazione economico-finanziaria per gli anni 2007-2011 e nella successiva nota di aggiornamento presentata a settembre 2007.

Nel 2007, il tasso di crescita del prodotto interno lordo inizialmente indicato in aumento del 2% (Tav. 1) è stato ridimensionato all'1,9% e poi all'1,5% (Tav. 2).

Nel 2008, la previsione di crescita del pil, indicata dal documento di programmazione nella misura dell'1,9%, ha subito un drastico ridimensionamento all'1% (Tav. 3) e non pochi commentatori ritengono questo dato ottimistico alla luce degli shock provocati da fattori esterni (instabilità dei mercati finanziari, aumenti delle materie prime energetiche) ed interni (flessione della produzione industriale, ripresa inflazionistica, rallentamento dei consumi interni).

Se veramente la crescita del pil nel 2008 sarà limitata ad uno 0,7%, si determineranno pesanti ripercussioni anche sul deficit pubblico che potrebbe tornare in zona rischio e le maggiori entrate fiscali del 2006 e del 2007 potrebbero dissolversi proprio in ragione della minore crescita economica.

In questo quadro vanno poi considerati gli effetti di uno scenario internazionale, caratterizzato dall'indebolimento delle prospettive di crescita dei paesi dell'area euro (+1,5% secondo il Fondo monetario) e degli Stati Uniti, dove si è addirittura evocato lo spettro della recessione, impropriamente però, dal momento che il FMI stima comunque che l'aumento del Pil statunitense sarà dell'1,5% (1,9% nel 2007).

Tav. n. 1

CRESCITA ECONOMICA INTERNAZIONALE
(variazioni percentuali del PIL)

PIL	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Paesi industrializzati	2,5	3,2	2,6	2,7	2,6	2,5	2,5
Stati Uniti	3,2	3,3	2,1	2,6	2,7	2,7	2,7
Giappone	1,9	2,2	2,4	2,1	1,7	1,4	1,3
UEM (13 paesi)	1,4	2,7	2,6	2,5	2,0	2,0	2,0
Italia	0,1	1,9	2,0	1,9	1,8	1,7	1,7
Francia	1,2	2,0	2,4	2,2	1,9	2,0	2,2
Germania	0,9	2,7	2,5	2,4	1,6	1,6	1,5
Regno Unito	1,9	2,8	2,7	2,5	2,4	2,4	2,4
Spagna	3,5	3,9	3,6	3,2	2,5	2,4	2,3
Mondo escluso UE	5,7	6,0	5,4	5,5	5,4	5,3	5,3
Mondo	4,9	5,4	4,9	4,9	4,8	4,7	4,7
Commercio mondiale	7,4	9,2	7,0	7,4	7,4	7,4	7,4

Fonte: Documento di programmazione economico-finanziaria 2008-2011. 28 giugno 2007

Sta di fatto che una crescita così contenuta non è tale da agire da traino dell'economia mondiale, come in passato, né di quelle europee in particolare.

Quel che appare certo è che sul piano economico si va verso un processo di aggiustamento prolungato e difficile prima che i mercati ritrovino gli equilibri necessari. Ulteriori elementi di preoccupazione sono rappresentati dall'andamento dell'inflazione e dei consumi. L'indice armonizzato dei prezzi al consumo, cresciuto in media del 2% nel 2007 (Tav. 6), ha subito un'impennata verso la fine dell'anno e all'inizio del 2008 (Tav. 7), con un tendenziale annuo prossimo al 3% (2,8%) (Tav. 8).

Anche la domanda interna è prevista in forte rallentamento. I consumi privati, infatti, in aumento del 2% nel 2007, dovrebbero subire un marcato ridimensionamento nel 2008 limitando la crescita all'1% (Tav. 3).

CONTO RISORSE E IMPIEGHI
(variazioni percentuali, valori concatenati, anno base 2000)

	2004	2005	2006	2007
PIL a prezzi di mercato	1,2	0,1	1,9	1,9
Importazioni di beni e servizi	2,7	0,5	4,3	1,8
TOTALE RISORSE	1,5	0,2	2,4	1,9
Consumi finali nazionali	0,9	0,8	1,0	1,9
- spesa delle famiglie residenti	0,7	0,6	1,5	2,0
- spesa della P.A. e I.S.P.	1,6	1,5	-0,3	1,6
Investimenti fissi lordi	1,6	-0,5	2,3	2,4
- macchinari, attrezzature e vari	1,8	-1,2	2,6	1,7
- costruzioni	1,5	0,3	2,1	3,4
DOMANDA FINALE	1,1	0,6	1,3	2,0
Variazione delle scorte e oggetti di valore *	0,0	-0,2	0,3	-0,1
IMPIEGHI (incluse le scorte)	1,0	0,3	1,6	0,2
Esportazioni di beni e servizi	3,3	-0,5	5,3	2,0
TOTALE IMPIEGHI	1,5	0,2	2,4	1,9
p.m. saldo corrente bil.pag. in % PIL	-0,9	-1,5	-2,4	-1,5

Nota: nella variazione delle scorte è inclusa anche la voce residuale determinata dalla non additività tra le componenti

(*) I dati in percentuale misurano il contributo relativo alla crescita del PIL

Fonte: Relazione previsionale e programmatica per il 2008; 28 settembre 2007

PREVISIONI DELLE PRINCIPALI VARIABILI MACROECONOMICHE
(variazioni percentuali sull'anno precedente, salvo diversa indicazione)

	2007	2008	2009
PIL (1)	1,7	1,0	1,1
Consumi privati	2,0	1,1	1,0
Consumi collettivi	0,3	0,5	0,2
Investimenti fissi lordi	2,8	2,0	1,5
Esportazioni	2,2	1,5	2,5
Importazioni	2,5	2,4	1,9
Variazione delle scorte (2)	0,1	0,1	0,0
IAPC	2,0	2,6	2,0
Competitività all'export (4)	-3,2	-3,3	-1,4

Fonte: Banca d'Italia, Bollettino economico n. 51, gennaio 2008

(1) Per il PIL e le sue componenti: quantità a prezzi concatenati; variazioni stimate sulla base di dati trimestrali destagionalizzati e corretti per il numero di giornate lavorative. Senza la correzione, si stima che i tassi di crescita medi annui del PIL siano 1,9, 1,0 e 1,2 per cento rispettivamente, nel 2007, 2008 e 2009.

(2) Contributi alla crescita del PIL; valori percentuali.

(3) Indice armonizzato.

(4) Calcolata confrontando il prezzo dei manufatti esteri con il deflatore delle esportazioni italiane di beni (esclusi quelli energetici e agricoli), in valuta comune.

ITALIA - PREVISIONI MACROECONOMICHE: 2008
(Variazioni %, salvo diversa indicazione)

Variabili	Comm. Eur.	CER	OCSE	REF.IRS	CSC	Consensus	FMI	ISAE	Prometei
	Nov. 2007	Mag. 2007	Mag. 2007	Nov. 2007	Set. 2007	Ott. 2007	Ott. 2007	Ott. 2007	Ott. 2007
Prodotto interno lordo	1,4	1,6	1,7	1,4	1,3	1,4	1,3	1,4	1,4
Importazioni	3,2	3,8	5,5	3,1	2,9	n.d.	3,2	3,2	2,4
Esportazioni	2,8	3,9	5,1	3,3	3,1	n.d.	3,0	3,1	2,4
Consumi delle famiglie	1,4	1,4	1,8	1,4	1,5	1,6	1,4	1,5	1,4
Spesa delle AP e IS	1,3	0,5	0,8	0,5	n.d.	n.d.	0,8	1,0	0,6
Investimenti fissi lordi	2,0	2,7	2,8	0,3	1,7	1,7	2,0	1,8	2,0
- macchine e attrezzature	1,8	n.d.	3,7	1,4	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2,3
- costruzioni	2,2	n.d.	1,9	-1,0	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1,7
Prezzi al consumo	2,0	1,9	2,1	2,3	1,9	2,0	1,9	2,1	2,0
Tasso di disoccupazione (%)	5,7	6,1	6,0	6,1	6,2	6,1	6,5	5,7	n.d.
Indebitamento netto delle A.P. (a)	2,3	1,9	2,5	2,3	n.d.	n.d.	2,3	2,2	2,3
Bilancia dei pagamenti (b)	-1,8 (a)	0,9 (a)	2,6 (a)	2,5 (a)	n.d.	-29,6 (c)	-2,2 (a)	n.d.	n.d.
Commercio mondiale	7,1	6,4	8,3	6,9	7,5	n.d.	6,7	6,5	6,6
Cambio dollaro/euro	1,42	1,35	1,35	1,41	1,37	n.d.	1,37	1,39	1,36

(a) In % del PIL; (b) Partite correnti; (c) Miliardi di euro

Fonte: Confindustria, Previsioni macroeconomiche 2008

TASSIDI CRESCITA DEL PIL IN EUROPA

	2005	2006	2007	2008	2009
EU (27 paesi)	1,8	3,0	2,9 (f)	2,4 (f)	2,4 (f)
EU (25 paesi)	1,8	3,0	2,9 (f)	2,4 (f)	2,4 (f)
EU (15 paesi)	1,6	2,8	2,7 (f)	2,2 (f)	2,2 (f)
Euro area	1,5	2,8	2,6 (f)	2,2 (f)	2,1 (f)
Euro area (13 paesi)	1,5	2,8	2,6 (f)	2,2 (f)	2,1 (f)
Euro area (12 paesi)	1,5	2,8	2,6 (f)	2,2 (f)	2,1 (f)
Belgium	1,7	2,8	2,7 (f)	2,1 (f)	2,2 (f)
Bulgaria	6,2	6,1	6,3 (f)	6,0 (f)	6,2 (f)
Czech Republic	6,4	6,4	6,8 (f)	5,0 (f)	4,9 (f)
Denmark	2,5	3,9	1,9 (f)	1,3 (f)	1,4 (f)
Germany	0,8	2,9	2,5	2,1 (f)	2,2 (f)
Estonia	10,2	11,2	7,8 (f)	6,4 (f)	6,2 (f)
Ireland	6,0	5,7	4,9 (f)	3,5 (f)	3,8 (f)
Greece	3,7	4,3	4,1 (f)	3,8 (f)	3,7 (f)
Spain	3,6	3,9	3,8 (f)	3,0 (f)	2,3 (f)
France	1,7	2,0	1,9 (f)	2,0 (f)	1,8 (f)
Italy	0,1	1,9	1,9 (f)	1,4 (f)	1,6 (f)
Cyprus	3,9	4	3,8 (f)	3,9 (f)	3,9 (f)
Latvia	10,6	11,9	10,5 (f)	7,2 (f)	6,2 (f)
Lithuania	7,9	7,7	8,5 (f)	7,5 (f)	6,3 (f)
Luxembourg	5,0	6,1	5,2 (f)	4,7 (f)	4,5 (f)
Hungary	4,1	3,9	2,0 (f)	2,6 (f)	3,4 (f)
Malta	3,3	3,4	3,1 (f)	2,8 (f)	2,9 (f)
Netherlands	1,5	3,0	2,7 (f)	2,6 (f)	2,5 (f)
Austria	2,0	3,3	3,3 (f)	2,7 (f)	2,4 (f)
Poland	3,6	6,1	6,5 (f)	5,6 (f)	5,2 (f)
Portugal	0,7	1,2	1,8 (f)	2,0 (f)	2,1 (f)
Romania	4,2	7,9	6,0 (f)	5,9 (f)	5,8 (f)
Slovenia	4,1	5,7	6,0 (f)	4,6 (f)	4,0 (f)
Slovakia	6,6	8,5	8,7 (f)	7,0 (f)	6,2 (f)
Finland	2,9	5,0	4,3 (f)	3,4 (f)	2,8 (f)
Sweden	3,3	4,1	3,4 (f)	3,1 (f)	2,4 (f)
United Kingdom	1,8	2,9	3,1	2,2 (f)	2,5 (f)
Croatia	3,3	4,8 (f)	6,0 (f)	5,0 (f)	5,5 (f)
Macedonia, the former Yugoslav Republic	4,1 (f)	3,1 (f)	5,0 (f)	5,5 (f)	5,3 (f)
Turkey	7,4	6,1	5,1 (f)	5,8 (f)	6,5 (f)
Iceland	7,1	4,2	0,7 (f)	1,2 (f)	2,0 (f)
Norway	2,7	2,2	2,9 (f)	3,1 (f)	2,2 (f)
Switzerland	2,4	3,2	2,3 (f)	2,1 (f)	2,0 (f)
United States	3,1	2,9	2,2	1,7 (f)	2,6 (f)
Japan	1,9	2,4	1,9 (f)	1,9 (f)	2,3 (f)

(f) Previsioni

Fonte: Eurostat, 11 febbraio 2008

Se le tensioni inflazionistiche dovessero accentuarsi, esse inciderebbero ulteriormente sul reddito disponibile reale e sulla propensione al consumo limitando ulteriormente la domanda interna.

Su un'evoluzione congiunturale così complessa, an-

INDICATORI DI INFLAZIONE IN ITALIA

(variazioni percentuali sui dodici mesi)

PERIODO	IACP (1)	CPI (2)		PPI (3)
	Indice generale	Indice generale a 1 mese	Componente di fondo	Indice generale
2005	2,2	1,9		2,0
2006	2,2	2,1		1,8
2007 - gen.	1,9	1,7	0,1	1,7
feb.	2,1	1,8	0,3	1,8
mar.	2,1	1,7	0,2	1,9
apr.	1,8	1,5	0,2	1,7
mag.	1,9	1,5	0,3	1,9
giu.	1,9	1,7	0,2	1,9
lug.	1,7	1,6	0,2	2,0
ago.	1,7	1,6	0,2	2,1
set.	1,7	1,7	0,0	1,8
ott.	2,3	2,1	0,3	2,0
nov.	2,6	2,4	0,4	2,1
dic. (4)	2,8	2,6	0,3	

Fonte: Banca d'Italia, Bollettino economico n. 51, gennaio 2008

(1) Indice armonizzato dei prezzi al consumo.

(2) Indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale. La componente di fondo è definita come la variazione dell'indice al netto dei beni alimentari ed energetici e di quelli a prezzo regolamentato.

(3) Indice dei prezzi alla produzione dei prodotti industriali venduti sul mercato interno.

(4) Dati provvisori.

Tav. n. 7

INDICE DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE (BASE 2000=100) (A).

Dicembre 2007 (b)

	INDICI		VARIAZIONI %	
	Dic. '07	Dic. '07	Dic. '07	Gen.-Dic. '07
		Dic. '06	Nov. '07	Gen.-Dic. '06
Produzione industriale:				
dati grezzi	96,4	-4,0	-	0,4
Produzione industriale: dati corretti				
per i giorni lavorativi	92,8	-6,5	-	-0,2
Produzione industriale: dati destagionalizzati	96,4	-	-0,5	-

(a) Industria in senso stretto, con esclusione delle costruzioni

(b) I dati di dicembre sono provvisori

Fonte: Istat, comunicato 11 febbraio 2008

**INDICE DEI PREZZI AL CONSUMO.
GENNAIO 2008**

INDICE DEI PREZZI AL CONSUMO	INDICI		VARIAZIONI %	
	Gennaio 2007	Gennaio 2008	Gen. 08 Dic. 07	Gen. 08 Gen.07
Nazionale per l'intera collettività (base 1996=100), con tabacchi	130,6	134,4	0,4	2,9
Armonizzato (base 2005=100) comprensivo delle riduzioni temporanee di prezzo	102,2	105,4	-0,8	3,1

Fonte: Istat, comunicato febbraio 2008

che eventuali interventi sul costo del denaro per ridimensionarne il peso – peraltro poco probabili considerato l'andamento dell'inflazione – potrebbero rilevarsi inefficaci, anche perché la politica monetaria è soltanto uno dei fattori che sostengono l'economia reale e ne favoriscono la crescita.

In realtà, se non cambiano le prospettive e le aspettative di imprenditori e consumatori è difficile far ripartire investimenti e domanda interna.

In questa direzione, più che manovre generalizzate, occorrono interventi mirati e selettivi per sostenere quei settori dove i segnali di crisi sono più evidenti. L'editoria giornalistica è uno di questi. Come si vedrà in seguito, gli elementi di crisi, dovuti in parte a cause congiunturali ma soprattutto a nodi strutturali determinati da rigidità di sistema, sono molteplici e si sono aggravati nell'ultimo biennio.

Poco o niente tuttavia è stato fatto per avviare a soluzione i problemi del settore, nonostante a parole, ad ogni livello di responsabilità politica e istituzionale, tutti siano pronti a riconoscere il ruolo centrale della stampa nell'articolazione democratica del paese e la sua funzione insostituibile di presidio di libertà.

Anzi nell'ultima legge finanziaria, quella relativa all'anno in corso, sono stati addirittura tagliati gli unici contributi indiretti ancora esistenti, quelli postali, mentre non è stato operato il benché minimo intervento di razionalizzazione dell'azione dello Stato verso l'editoria, né normativa né finanziaria.

Da un'editoria abbandonata a se stessa, in una situazione congiunturale difficile, non possono che discendere effetti negativi come quelli che si colgono nell'esaminare alcuni dati macroeconomici contenuti nella Relazione generale sulla situazione economica del Paese relativi alla spesa degli italiani per beni e servizi di carattere culturale (Tav. 9).

La spesa delle famiglie per giornali e libri che, nel 2000, era pari all'1,79% del totale e, è scesa, nel 2006, all'1,57%. L'indicazione che è possibile trarre è che un freno strutturale alla crescita delle vendite di giornali è rappresentato proprio dalla capacità di spesa delle persone, costrette a destinare più risorse alla soddisfazione di bisogni ritenuti irrinunciabili. Insomma, il caro-bollette di luce e gas, il caro-affitti, il caro-benzina, il caro-mutui sono i peggiori nemici dei giornali.

Non mancano tuttavia i commentatori che attribuiscono la colpa della scarsa propensione all'acquisto dei giornali agli stessi giornali. Sono fatti male, dicono, sono troppo politicizzati, non rispondono per la loro tradizionale formula "omnibus" alle esigenze di un pubblico frammentato negli interessi e ormai avviato verso modalità di fruizione dell'informazione diverse e più innovative.

L'aspetto paradossale è che a dirlo sono spesso gli stessi giornalisti che nei giornali scrivono e che, quindi, concorrono a fare un prodotto che poi criticano.

In realtà, l'accusa è infondata ed è frutto di un pregiudizio che non si basa su fatti concreti. Semmai si dovrebbe dire il contrario, che i giornali italiani sono fatti troppo bene; sono ricchi di pagine, di inchieste, di indagini, di cultura, di intrattenimento e

**SPESA DELLE FAMIGLIE A PREZZI CORRENTI
(milioni euro)**

	2000	% su tot.	2001	% su tot.	2002	% su tot.	2003	% su tot.	2004	% su tot.	2005	% su tot.	2006	% su tot.
Ricreazione e cultura	53.397	7,52	54.379	7,41	55.401	7,33	56.225	7,17	59.251	7,31	58.300	6,99	60.850	7,0
di cui:														
- giornali, libri e cancelleria	12.692	1,79	12.803	1,74	12.827	1,69	13.177	1,68	13.298	1,64	13.290	1,59	13.678	1,57
Spesa delle famiglie	709.830	100,00	733.562	100,00	755.858	100,00	784.333	100,00	810.848	100,00	834.264	100,00	869.209	100,00

Fonte: Relazione generale sulla situazione economica del Paese 2006, vol. 1

per questo motivo i costi di produzione sono molto elevati. Non sono un insieme di notizie, ma sono soprattutto un percorso informativo, un palinsesto che altro non è che un modo di organizzare l'informazione, selezionando la montagna di notizie che arriva da ogni dove. Sono una chiave di lettura, un mondo organizzato che offre uno schema interpretativo della realtà che ci circonda.

Non a caso, proprio da questa grande capacità di offrire una informazione organizzata e ragionata nasce quella credibilità che lega la testata ai lettori in un rapporto che è di fiducia e anche di condivisione di una linea politico-culturale che è l'identità del giornale.

Ma allora perché i giornali sono così poco comprati? La risposta non è soltanto di carattere economico, perché a non essere granché comprati in Italia non sono soltanto i giornali ma, in generale, la cultura. Nell'arco di tempo che va dal 2000 al 2006 si è contratta la spesa delle famiglie per giornali e libri ma anche tutta la spesa per ricreazione e cultura. Rappresentava il 7,52% della spesa complessiva delle famiglie nel 2000, si è ridotta al 7% nel 2006.

L'accusa di fare un prodotto inadeguato allora non dovrebbe essere rivolta soltanto ai giornali, ma a tutta la produzione italiana di carattere culturale e ricreativo.

Sono dati, quelli relativi ai consumi, che costituiscono un'ulteriore prova dell'inattendibilità di giudizi preconfezionati sulla qualità dei giornali. Le difficoltà economiche mordono le risorse delle persone e incidono in misura rilevante su queste tipologie di spesa. Ma la scarsa attitudine all'acquisto dei giornali va anche considerata nel contesto di un livello culturale del paese che negli ultimi anni si è andato deteriorando e oggi, oggettivamente, appare preoccupante. Di deficit culturale parlano molti e in termini anche drammatici.

Lo stesso Ministro della pubblica istruzione Fioroni, nel commentare la presentazione dei più recenti dati OCSE sull'istruzione, ha detto che in Italia c'è un'emergenza educativa che dipende dalla scuola media e superiore ma che coinvolge l'intero paese e che il rischio che ne deriva è la creazione di cittadini di serie inferiore.

Ad esempio, gli studenti italiani di 15 anni sono al 33° posto dei paesi OCSE per competenza di lettura e al 36° posto per cultura scientifica. I risultati del 2006 indicano che la tendenza è al peggioramento rispetto alle precedenti rilevazioni.

La situazione è grave soprattutto in una prospettiva di sviluppo che dovrebbe porre il parametro culturale come precondizione di crescita effettiva e non limitarsi esclusivamente al dato materiale pur im-

portante che, nell'immaginario economico prevalente, viene circoscritto alla crescita del prodotto interno lordo.

"L'emergenza educativa" evocata dal Ministro della pubblica istruzione dovrebbe indurre a ripensare l'insegnamento dalle sue fondamenta e delineare forme di intervento efficaci per favorire una maggiore diffusione dei saperi e delle conoscenze tra i giovani. E la lettura è lo strumento essenziale allo scopo. È un atto che va recuperato per i suoi valori insostituibili anche attraverso l'apertura più convinta verso l'uso dei giornali nell'abituale attività didattica. Non uso occasionale, percepito dagli studenti quasi come momento di evasione dallo studio, ma come strumento formativo sia sul piano dell'analisi della contemporaneità, sia come opportunità di esprimersi, di interagire con i problemi della politica, dell'economia, della cultura, dello spettacolo, della società in cui vivono. Si tratta, in poche parole, di educare i giovani a leggere la vita attraverso i giornali, educarli al confronto tra opinioni diverse per farsene una propria, educarli a capire gli eventi nel magmatico flusso di informazioni di cui sono destinatari.

Ed è questo il terreno dove uno Stato, meno disattento nei riguardi dei processi formativi, dovrebbe produrre lo sforzo più incisivo.

La stampa quotidiana

I venti contrari di una congiuntura economica in fase di accentuato rallentamento soprattutto nella seconda parte del 2007 si sono fatti sentire sull'evoluzione delle vendite di quotidiani e periodici.

Per quanto riguarda i primi, oggetto di analisi in questo paragrafo, dopo la timida ripresa del 2006 (+1%), in sintonia con una intonazione ciclica positiva, nel 2007 le vendite hanno fatto registrare una flessione che, in base ad un campione di testate (54) molto significativo, è quantificabile nell'ordine dello 0,3% (Tav. 10).

Il fatto che i dati di lettura Audipress, che verranno analiticamente esaminati più avanti, abbiano invece fatto registrare tra il 2006 e il 2007, per periodi omogenei di rilevazione, un incremento significativo (+5,5%), avvalorava quanto sopra osservato sull'incidenza delle difficoltà di carattere congiunturale sulle vendite dei quotidiani, i cui effetti si cumulano con i tradizionali vincoli di carattere strutturale legati al sistema distributivo e alle persistenti insufficienze in alcuni servizi pubblici essenziali come quelli postali.

La minore capacità di spesa delle famiglie, segnalata anche dalle vendite al dettaglio, determina una

contrazione nella propensione all'acquisto di giornali, così come di tutti quei beni che nel paniere familiare hanno un peso marginale, ma non nella lettura dei quotidiani.

La ragione di questa divaricazione negli andamenti delle vendite e della lettura è proprio nella percezione da parte del pubblico che continua a ritenere i quotidiani una fonte di informazione essenziale per la credibilità dei loro contenuti e per una presenza consolidata sul mercato. In sintesi, pur essendo acquistati di meno, i quotidiani sono letti da una platea di persone che negli ultimi sei anni è cresciuta del 15,3%.

Il clima di perdurante debolezza della domanda, che proietta incertezze anche sul piano delle decisioni di investimento ha prodotto effetti anche sui bilanci delle imprese editrici. Dopo un inizio di millennio caratterizzato da miglioramenti dei margini di redditività, negli ultimi tre anni, dal 2005 al 2007, si sono manifestati segnali di erosione di tali margini.

Scendendo sul terreno più concreto dei dati, dai bilanci aggregati di 60 imprese editrici di quotidiani si ricava l'indicazione di un graduale processo di ridimensionamento dei margini operativi lordi (Tav. 11) che ha preso avvio nel 2005 (-19,6%), per continuare nel 2006 (-1,4%) e, secondo le prime stime (Tav. 12), per aggravarsi nel 2007 (-52,7%).

In effetti, dopo la flessione accusata nel 2005 rispetto all'anno precedente, i ricavi tipici dei quotidiani, rappresentati dalle vendite delle copie e degli spazi pubblicitari, sono tornati a crescere nel 2006 (+2,7%) e nel 2007 (+1,4%), sostenuti dalla pubblicità (+2,2% e +3,5%, rispettivamente), mentre quelli derivanti dalla vendita delle copie sono cresciuti nel 2006 (+3,5%) per poi declinare leggermente nel 2007 (-0,3%).

A fronte di questo andamento del fatturato industriale, i costi operativi sono cresciuti nel periodo a tassi costantemente superiori (+1,1% nel 2005, +3,1% nel 2006, +6,1% nel 2007).

Il risultato, come già accennato, è stato una contrazione costante nel periodo del margine operativo lordo e, conseguentemente, della sua incidenza sul fatturato editoriale. Tale incidenza, che era del 10,2% nel 2004, si è ridotta all'8,3% l'anno successivo, al 7,9% nel 2006 e al 3,7% nel 2007. L'indice che scaturisce dal rapporto margine lordo/fatturato è estremamente significativo per testare la capacità dell'impresa di destinare la parte di ricavi che residua dalla copertura dei costi industriali tipici a far fronte a tutti gli altri costi che afferiscono alla gestione complessiva dell'impresa stessa. In altri termini, si tratta di un parametro strutturale che mi-

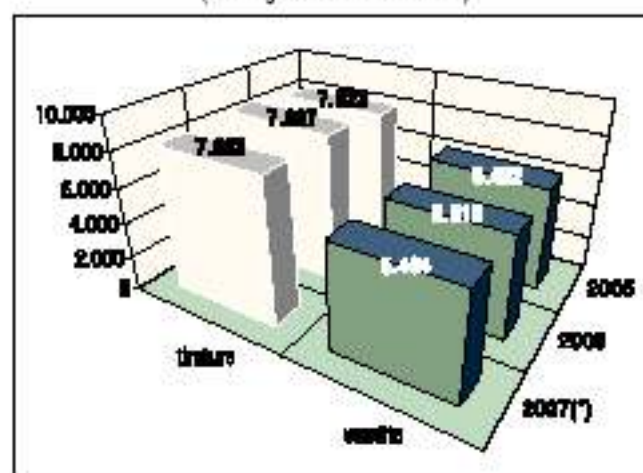
EVOLUZIONE TIRATURE E VENDITE GIORNALI QUOTIDIANI
(medie giornaliere - 1980/2007)

anno	tirature medie	% variaz.	vendite medie	% variaz.
1980	7.427.213		5.341.970	
1981	7.475.266	0,6	5.368.815	0,5
1982	7.571.807	1,3	5.409.975	0,8
1983	7.708.165	1,8	5.580.394	3,2
1984	8.135.157	5,5	5.860.691	5,0
1985	8.378.753	3,0	6.068.407	3,5
1986	8.992.407	7,3	6.365.661	4,9
1987	9.337.653	3,8	6.618.481	4,0
1990	9.763.197	4,6	6.808.501	2,9
1991	9.492.087	-2,8	6.506.426	-4,5
1992	9.429.250	-0,7	6.525.529	0,3
1993	9.245.797	-1,9	6.358.997	-2,6
1994	9.030.007	-2,3	6.208.188	-2,4
1995	8.599.394	-4,8	5.976.847	-3,7
1996	8.500.177	-1,1	5.881.350	-1,6
1997	8.143.897	-4,2	5.869.602	-0,2
1998	8.156.405	0,2	5.881.421	0,2
1999	8.204.477	0,6	5.913.514	0,5
2000	8.469.856	3,2	6.073.158	2,7
2001	8.310.582	-1,9	6.017.564	-0,9
2002	8.144.451	-2,0	5.830.523	-3,1
2003	8.062.838	-1,0	5.710.860	-2,1
2004	7.921.414	-1,8	5.617.620	-1,6
2005	7.823.333	-1,2	5.461.811	-2,8
2006	7.906.559	1,1	5.510.325	0,9
2007(*)	7.882.839	-0,3	5.493.794	-0,3

(*) elaborazione Fieg su dati forniti da 54 testate quotidiane associate

Fig. n.1

EVOLUZIONE TIRATURE E VENDITE GIORNALI QUOTIDIANI
(medie giornaliere - 2005/2007)



Fonte: Elaborazione Fieg su dati forniti da testate quotidiane associate.