

4. IL SETTORE DELL'EDITORIA

1. IL CONTESTO NORMATIVO

La legge n. 249/97, attribuisce all'Autorità, all'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 9, tutte le funzioni e le competenze derivate dal Garante per la radiodiffusione e l'editoria. Ad una attenta lettura in filigrana, queste disposizioni di legge, lungi dal rappresentare, come potrebbe apparire, una semplice conferma del quadro normativo storico in materia di stampa e di editoria, già contengono in sé l'evidenza della necessità di sue importanti innovazioni. In altri termini, l'aver considerato a pieno titolo anche la stampa e l'editoria un segmento rilevante di quelle comunicazioni che, sviluppatasi attraverso il crescente processo di convergenza tecnologica, costituiscono l'ambito entro cui l'Autorità espleta il proprio compito di garanzia, ha significato indicare una precisa direzione nel verso della riforma del contesto normativo imperniato intorno alla legge n. 416/81 (leggi nn. 939/82, 137/83, 428/84, 1/85, fino alla n. 67/87) e ancora prima alla legge 8 febbraio 1948, n. 47.

Così, nella primavera del 2001 hanno visto la luce due importanti, quanto ormai attesi, provvedimenti normativi. Il Parlamento ha varato la nuova legge 7 marzo 2001, n. 62, recante *“Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416”*, mentre l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha adottato, con delibera n. 236/01/CONS del 30 maggio 2001, il regolamento per l'organizzazione e la tenuta del registro degli operatori di comunicazione (ROC). Il “nuovo” registro, com'è noto, sostituirà il registro nazionale della stampa e il registro delle imprese radiotelevisive, assorbendone le categorie di iscritti (editoria di quotidiani e periodici, agenzie di stampa, esercenti la radiotelevisione, concessionarie di pubblicità, produttori e distributori di programmi) e ampliando il novero delle stesse categorie tenute all'iscrizione (imprese fornitrici di servizi di telecomunicazione, editoria elettronica).

Entrambi i testi normativi, la legge n. 62/01 e il regolamento dell'Autorità approvato con delibera n. 236/01/CONS, tra l'altro, avviano a soluzione un problema, quello dell'editoria elettronica - e più segnatamente delle “testate telematiche” - che negli ultimi anni proprio la convergenza multimediale aveva portato urgentemente all'attenzione.

In breve, l'articolo 1, comma 1, della legge n. 62/01 definisce e disciplina il prodotto editoriale, precisando che tale deve intendersi quello realizzato (anche) su supporto informatico e diffuso (anche) con mezzi elettronici. Alla luce del disposto del successivo comma 3 dello

stesso articolo 1, (anche) in tale ambito, potranno quindi aversi prodotti editoriali contraddistinti da testate e diffusi al pubblico con periodicità regolare.

Con riguardo a quest'ultimo aspetto, una definizione analoga, sebbene ai soli fini dell'iscrizione nel nuovo registro "unico", è data dallo stesso articolo 2, comma 1, lettera f), del regolamento. Sono, infatti, considerati soggetti esercenti l'editoria elettronica e digitale gli editori che pubblicano con regolare periodicità una o più testate giornalistiche in formato elettronico e digitale.

Nell'ordinamento positivo, si è quindi affermata quella nozione di testata giornalistica, di matrice giurisprudenziale, che resta fortemente vincolata, non tanto al veicolo di diffusione o alla tecnologia implementata, quanto ad una sua specifica funzione. Le ricadute sull'informazione in formato elettronico, in termini di maggiori certezze, rispetto al passato, quanto a finalità, professionalità e responsabilità non potranno che conseguire rapidamente.

Dei contenuti innovativi della legge n. 62/01, di maggiore interesse per l'Autorità, tratteremo in questa sede; per quelli del regolamento del ROC, con specifico riferimento all'editoria tradizionale ed elettronica, rinviando invece ad un apposito capitolo. Va da sé, difatti, che il Registro degli operatori della comunicazione - costituendo esso stesso il "simbolo" della convergenza tecnologica - non potrà che avere una trattazione autonoma e trasversale rispetto ai diversi *media*.

Per completezza, un cenno conclusivo deve invece riguardare il quadro normativo ormai "consolidato" intorno al quale si muovono altre funzioni e competenze dell'Autorità anche in materia di stampa ed editoria.

Va innanzitutto richiamato l'articolo 1, comma 28 e seguenti, del decreto-legge 23 ottobre 1996, n. 545, convertito con modifiche nella legge 23 dicembre 1996, n. 650, concernente la cd. "informativa di sistema", avente ad oggetto la comunicazione annuale di dati contabili ed extra-contabili, cui sono tenuti gli operatori dell'editoria quotidiana e periodica, oltre che della radiotelevisione. Anche a questo riguardo, infatti, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha assunto le competenze di raccolta, censimento e vigilanza già attribuite ed espletate dal Garante per la radiodiffusione e l'editoria.

L'Autorità è infine tenuta ad importanti compiti di garanzia in ossequio alla legge 22 febbraio 2000, n. 28, il cui articolo 7, com'è noto, concerne le disposizioni afferenti la stampa nell'ambito della parità di accesso ai mezzi di informazione e per la comunicazione politica durante le campagne elettorali e referendarie.

1.1. La legge sull'editoria e sui prodotti editoriali

La legge 7 marzo 2001, n. 62, recante “*Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416*”, costituisce la seconda “novella” della legge n. 416/81, dopo la prima della stessa importanza operata dalla legge n. 67/87.

In particolare, tre passaggi della nuova legge - che per lo più rappresenta una significativa modifica e integrazione del sistema degli aiuti economici all'editoria - interessano maggiormente le attività dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Della definizione del prodotto editoriale di cui all'articolo 1, comma 1, della legge n. 62/01 si è già anticipato: prodotto editoriale è qualunque prodotto realizzato su supporto cartaceo o su supporto informatico, destinato alla pubblicazione o comunque alla diffusione di informazioni presso il pubblico con ogni mezzo anche elettronico.

Al prodotto editoriale, definito con tale ampiezza, l'articolo 1, comma 3, della legge n. 62/01 estende l'applicazione delle norme in ordine alle indicazioni obbligatorie previste dall'articolo 2 della legge n. 47/48 per la stampa. Alla specifica categoria delle testate diffuse al pubblico con regolarità è fatto altresì obbligo di registrazione ai tribunali competenti ai sensi dell'articolo 5 della stessa legge n. 47/48.

La nuova disposizione normativa, opportunamente interpretata nel sistema complessivo, costituirà il riferimento necessario ad intendere, non solo l'articolo 1, comma 6, lettera a), n. 5, della legge n. 249/97, dov'è previsto l'obbligo di iscrizione nel ROC anche per le imprese fornitrici di servizi di editoria elettronica digitale, ma anche l'articolo 2, commi 1 e 8, lettera d), della stessa legge, dove l'editoria elettronica è richiamata, rispettivamente, nel quadro del divieto di posizioni dominanti nelle comunicazioni sonore e televisive e nel calcolo dei proventi cui applicare il limite di concentrazione intersettoriale tra radiotelevisione e stampa periodica e quotidiana.

L'articolo 2 della legge n. 62/01 apporta importanti modifiche e integrazioni all'articolo 1 della legge n. 416/81, in materia di proprietà e trasparenza delle imprese editrici.

In primo luogo, vengono nuovamente definiti i soggetti cui è riservato l'esercizio dell'impresa editrice di giornali quotidiani. Può trattarsi di persone fisiche, oppure di società in nome collettivo, in accomandita semplice, a responsabilità limitata, per azioni, in accomandita per azioni o cooperativa, il cui oggetto comprenda l'attività editoriale, quella tipografica, radiotelevisiva o comunque attinente all'informazione e alla comunicazione, nonché le attività connesse funzionalmente e direttamente a queste ultime. È poi precisato, in linea con la nozione di prodotto editoriale di cui all'articolo 1, comma 1, della stessa legge n. 62/01, che la stessa attività editoriale può essere esercitata attraverso qualunque mezzo e con qualunque supporto, anche elettronico.

In secondo luogo, l'articolo 2 della legge n. 62/01 introduce un'importante modifica secondo la quale, nell'ipotesi che l'impresa editrice

sia costituita in forma di società di capitali, le azioni aventi diritto di voto o le quote sociali possono essere intestate ad altre società di capitali, purché la partecipazione di controllo di dette società sia intestata a persone fisiche o a società direttamente controllate da persone fisiche.

Per espressa previsione di legge, il venire meno di dette condizioni comporta la cancellazione d'ufficio dell'impresa dal registro degli operatori di comunicazione di cui all'articolo 1, comma 6, lettera a), n. 5), della legge 31 luglio 1997, n. 249.

Da ultimo, sempre l'articolo 2 della legge n. 62/01 viene a modificare, in linea con i principi dell'ordinamento europeo e internazionale, i limiti soggettivi relativi alla nazionalità precedentemente previsti.

Abolito il divieto di intestazione a società estere della maggioranza delle azioni o delle quote delle società editrici di giornali quotidiani, l'esercizio dell'attività di impresa è esclusa solo per le persone fisiche che non hanno la cittadinanza di uno Stato membro dell'Unione europea e per le società che non hanno sede in uno dei predetti Stati. I soggetti non aventi i predetti requisiti sono ammessi all'esercizio dell'impresa medesima solo a condizione che lo Stato di cui sono cittadini applichi un trattamento di effettiva reciprocità; sempre fatte salve le disposizioni derivanti da accordi internazionali.

L'articolo 16 della legge n. 62/01 - in una dichiarata ottica di semplificazione - stabilisce che i soggetti tenuti all'iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione sono esentati dall'osservanza degli obblighi di iscrizione al registro presso i tribunali di cui all'articolo 5 della legge 8 febbraio 1948, n. 47 e che l'iscrizione al ROC è condizione sufficiente per l'inizio delle pubblicazioni.

Tale disposizione, come già evidenziato nella precedente Relazione, viene a creare alcuni problemi applicativi. Infatti, il registro presso i tribunali, articolato per testate, è strumentale a finalità di individuazione delle responsabilità e di tutela dei diritti della persona, mentre il Registro degli operatori di comunicazione presso l'Autorità, come il precedente Registro nazionale della stampa, articolato per soggetti, è strumentale alle diverse finalità di trasparenza proprietaria e di garanzia del pluralismo. In particolare, la subordinazione prevista dalla legge dell'inizio delle pubblicazioni alla complessa istruttoria per la iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione non potrà che richiedere ulteriori approfondimenti interpretativi.

Quanto, infine, al rilevante profilo del sistema degli aiuti economici all'editoria, la legge prevede un significativo rafforzamento rivolto soprattutto a promuovere e sostenere i programmi di innovazione tecnologica.

In questa direzione, il legislatore si è mosso su due piani. In primo luogo, si è provveduto all'istituzione, presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri (Dipartimento per l'informazione e l'editoria), di un apposito fondo per le agevolazioni di credito alle imprese editoriali. I contributi sono concessi in conto interessi per finanziare progetti, di durata massima decennale, di ristrutturazione tecnico-produttiva, con particolare riferimento all'installazione e potenziamento della rete informatica, anche in connes-

sione con l'utilizzo dei circuiti telematici internazionali e dei satelliti. Parte dei contributi (5%) sono riservati alle imprese di più ridotte dimensioni (quelle che, nel corso dell'anno precedente a quello di presentazione delle domande per l'accesso alle agevolazioni, presentavano un fatturato non superiore ai 5 miliardi di lire).

In secondo luogo, sempre per sostenere gli investimenti diretti alla ristrutturazione tecnico-produttiva, si è previsto che alle imprese che ne facciano richiesta e i cui programmi rientrino tra quelli indicati dalla legge è riconosciuto un credito d'imposta pari al 3% dei costi sostenuti, con riferimento al periodo d'imposta in cui l'investimento è effettuato, nonché in ciascuno dei quattro periodi d'imposta successivi.

Per questi aspetti, dunque, la legge n. 62/01 si inserisce appieno in una linea di tendenza legislativa che, a partire dalla già ricordata legge n. 416/81, ha visto un progressivo abbandono del modello di sostegno economico alle attività editoriali centrato su forme di aiuto diretto. Il modello prescelto privilegia, al contrario, soprattutto gli aiuti indiretti, finalizzati alla realizzazione di specifici obiettivi di modernizzazione del ciclo produttivo.

2. L'EDITORIA QUOTIDIANA

L'industria dell'editoria quotidiana continua il suo processo di riposizionamento all'interno del sistema nazionale dei *media*. L'intensificazione dei processi di concorrenza e complementarità con gli altri segmenti dell'industria della comunicazione determinano continue modificazioni degli assetti tecnologici, organizzativi e anche finanziari delle imprese editrici di quotidiani. Queste dinamiche interessano, come si dirà nel prossimo paragrafo, anche i periodici.

La legge n. 249/97 impone all'Autorità di presentare la propria Relazione annuale entro il 30 giugno di ogni anno. Purtroppo questa scadenza non consente di avvalersi pienamente dei dati dell'Archivio dell'informativa di sistema per il periodo di riferimento, in quanto questi ultimi seguono la normale presentazione dei bilanci degli operatori, che avviene poco dopo la scadenza di legge.

I dati disponibili sono, quindi, per il 1999 e parzialmente (tirature, assetti proprietari) per il 2000, quelli dell'Archivio dell'informativa di sistema, lo strumento dell'Autorità per la rilevazione del numero di imprese e dell'andamento del mercato. Per il 2000-2001, ai dati dell'Archivio, in particolare per quanto riguarda la diffusione, si aggiungono alcune stime delle associazioni di settore, unitamente ad analisi di mercato elaborate dall'Autorità.

Tra il 2000 e la prima parte del 2001, hanno preso corpo i seguenti fenomeni:

– riorganizzazione dei processi di produzione, di pari passo all'intensificazione e al consolidamento delle innovazioni tecnologiche introdotte nelle imprese;

- innovazioni di prodotto, che hanno, da un lato, determinato cambiamenti della identità degli stessi prodotti, dall'altro, promosso e favorito lo sviluppo dell'editoria elettronica, ovvero di un settore che assume progressivamente una fisionomia più marcata e distinta dal resto dell'industria;
- cambiamenti che interessano i canali e le modalità di distribuzione.

Nella direzione di una crescita del consumo di quotidiani in Italia, si colloca lo sviluppo di prodotti concepiti specificamente per la distribuzione nei nuovi canali. I consumi sono stimolati anche attraverso un processo di diversificazione del prodotto editoriale, con lo sviluppo di canali editoriali rivolti a segmenti di nicchia, cui si affianca un processo di continuo *restyling* delle testate. L'offerta è dunque impegnata nella messa a punto di strategie mirate volte a contrastare la sostanziale stabilità della domanda di stampa.

In questo ambito va collocato il ricorso sempre più frequente da parte delle testate quotidiane all'arricchimento e alla personalizzazione del prodotto con inserti periodici, supplementi, dispense e CD-Rom. Significativo al riguardo appare il fenomeno degli inserti periodici, che sono divenuti per le testate quotidiane il veicolo per drenare investimenti pubblicitari aggiuntivi a scapito di testate settoriali (soprattutto quelle di informazione televisiva e femminili).

Il tentativo messo in atto dai quotidiani sembra dunque quello di conquistare nuovi segmenti di domanda e nuove risorse, rivolgendosi innanzitutto a fasce di popolazione con minore propensione al consumo di quotidiani.

Accanto a questo tentativo di maggiore diversificazione dei prodotti editoriali, si sta affermando il fenomeno della stampa quotidiana diffusa gratuitamente presso le stazioni ferroviarie e delle metropolitane delle grandi città, come *Metro* (distribuito gratuitamente nelle metropolitane di Roma e Milano) e *Leggo* (distribuito gratuitamente nelle stazioni ferroviarie).

Al 31 maggio 2000, i dati disponibili riguardavano 136 testate quotidiane edite da 121 imprese editoriali.

Nel maggio 2001 si registra una leggera variazione: 138 testate quotidiane edite da 112 imprese editoriali.

Il totale delle tirature nette dei quotidiani nel 2000 è risultato pari a 3.067.977.899 di copie, di poco superiore a quello registrato nel 1999.

Per quanto riguarda la stampa quotidiana nel 2000, su un campione Fieg di 62 testate quotidiane si registrerebbe complessivamente un aumento dell'1,7% delle tirature medie giornaliere dei quotidiani, offrendo dunque un segnale positivo in termini di sviluppo di mercato. Sul piano delle vendite, i dati indicherebbero un incremento del 2,1% delle vendite medie, con punte del +10,9% per le testate economiche e del +3,6% per le testate nazionali. Anche per il 2000 sembrano riaffermarsi segnali di ripresa che hanno caratterizzato complessivamente il mercato editoriale nel 1999.

Passando ora ai soli dati dell'Archivio dell'informativa di sistema, relativi al 1999, anche la diffusione complessiva dei giornali quotidiani

Tabella 3.34 - **Elenco tirature dei principali gruppi editoriali** (percentuali nazionali ed interregionali (*)) - Anno 2000

Gruppo Caltagirone					
Testate	% Nazionale	% area nord-ovest	% area nord-est	% area centro	% area sud
Il Mattino	1,64				18,49
Il Messaggero	4,38			14,90	
Tuttomercato	0,08				0,95
Quotidiano di Lecce – Brindisi - Taranto	0,28				3,09
Totale	6,38			14,9	22,53

Gruppo Editoriale l'Espresso					
Testate	% Nazionale	% area nord-ovest	% area nord-est	% area centro	% area sud
Alto Adige	0,58		4,86		
Gazzetta di Mantova	0,50	1,02			
Gazzetta di Reggio	0,23		1,93		
Il Centro	0,35			1,20	
Il Mattino di Padova	0,42		3,48		
Il Piccolo	0,67		5,54		
Il Tirreno	1,31			4,44	
La città quotidiano di Salerno e provincia	0,10				1,18
La Nuova Ferrara	0,19		1,59		
La Nuova Sardegna	0,89				10,02
La Nuova Venezia	0,16		1,32		
La Provincia pavese	0,31	0,62			
La Repubblica	9,25			31,44	
La Tribuna di Treviso	0,26		2,14		
Messaggero veneto	0,62		5,12		
Messaggero del Lunedì	0,10		0,85		
Nuova Gazzetta di Modena	0,19		1,61		
Totale	16,13	1,64	28,44	37,08	11,2

Gruppo Monti (Poligrafici Editoriale)					
Testate	% Nazionale	% area nord-ovest	% area nord-est	% area centro	% area sud
Il Giorno	1,57	3,17			
Il Resto del Carlino	2,63		21,85		
La Nazione	2,21			7,53	
Totale	6,41	3,17	21,85	7,53	

Gruppo R.C.S.					
Testate	% Nazionale	% area nord-ovest	% area nord-est	% area centro	% area sud
Corriere della Sera	10,14	20,41			
Corriere del Mezzogiorno	0,31				3,53
Corriere del Mezzogiorno Bari e Puglia	0,02				0,24
Corriere del Mezzogiorno Economia	0,03				0,38
Gazzetta dello Sport	6,96	14,02			
Totale	17,46	34,43			4,15

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.

continua a caratterizzarsi per una sostanziale stabilità. Nel 1999 il mercato ha assorbito complessivamente 2.088 milioni di copie, valore in linea con quello registrato nei tre anni precedenti (tabella 3.35).

Tabella 3.35 - **Diffusione delle testate quotidiane** (milioni di copie)

Canale di distribuzione	1996	1997	1998	1999	Variazione 99/98
Vendita in edicola	1.859	1.879	1.857	1.829	-1%
Vendite in abbonamento	178	192	201	208	+4%
Altri canali	44	43	49	51	+3%
Totale	2.081	2.114	2.107	2.088	-1%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Anche il dato medio giornaliero delle vendite, che tiene conto del numero effettivo di uscite dei quotidiani, non presenta significative differenze rispetto a quanto riscontrato nel 1998. Ma è significativo rilevare come per il secondo anno consecutivo si registri un'espansione delle vendite medie giornaliere, dopo il *trend* negativo che aveva caratterizzato il settore in tutto il decennio in corso.

L'analisi dei dati delle copie vendute disaggregate per tipologia di quotidiani evidenzia una crescita, dunque con una dinamica in controtendenza rispetto a quella dell'intero comparto nel 1999, per l'informazione economica e per i quotidiani a diffusione nazionale. I quotidiani più penalizzati dalle vendite sono stati, nel 1999, quelli a diffusione regionale e pluriregionale. Il *Corriere della Sera* e *La Repubblica* sono confermate come le testate più lette in Italia (tabella 3.36).

Nel complesso i dieci quotidiani più venduti in Italia coprono oltre il 59% dell'intero mercato nazionale. Sotto il profilo dei contenuti e dei ge-

Tabella 3.36 - **Prime dieci testate: tirature e vendite complessive** (1999)

Denominazione testata	Canale di distribuzione				% sul totale
	Edicola	Abbonamento	Altri	Totale	
Corriere della sera	191	4	27	222	11
La Repubblica	192	7	1	200	10
Gazzetta dello sport	140	0	4	144	7
Il Sole 24 ore	77	61	1	138	7
La Stampa	117	17	4	137	7
Il Messaggero	101	0	0	101	5
Corriere dello Sport Stadio	98	0	0	99	5
Il Giornale	76	2	1	79	4
Il Resto del Carlino	65	1	0	66	3
La Nazione	53	1	0	54	3
Totale				1.280	59

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema (Il totale può risultare differente dalla somma per effetto degli arrotondamenti)

neri delle testate, i quotidiani generalisti sono presenti, rispetto ai tematici, in un rapporto di 7 a 3. Da notare è inoltre la presenza, tra questi ultimi, di ben due testate quotidiane sportive.

Disaggregando i dati sulle vendite per canale di distribuzione (tabella 3.37) si osserva, rispetto al 1998, una leggera flessione delle vendite in edicola (-1,5%) e una crescita delle vendite in abbonamento (+3,7%). Si conferma, comunque, nell'ambito della ripartizione dei canali distributivi, il peso preponderante del mercato delle vendite in edicola, che continua a rappresentare poco meno del 90% dell'intero mercato.

Tabella 3.37 - Diffusione delle testate quotidiane secondo i canali di distribuzione

Canale di distribuzione	1996	1997	1998	1999
Vendita in edicola	89%	89%	88%	88%
Vendite in abbonamento	9%	9%	10%	10%
Altri canali	2%	2%	2%	2%
Totale	100%	100%	100%	100%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Il sistema distributivo ha sempre rappresentato una delle aree critiche dell'industria dell'editoria quotidiana (e anche periodica) costituendo, secondo una opinione diffusa, un fattore ritardante dello sviluppo del mercato editoriale italiano. Il canale di vendita delle edicole, caratterizzato da sovraffollamento e spazi di vendita estremamente ridotti, non consentirebbe la valorizzazione del prodotto e la massimizzazione delle opportunità di vendita. Anche il sistema dell'abbonamento, che registra un lieve incremento, stenterebbe a configurarsi come un incentivo all'acquisto o una modalità di collocamento nel mercato, anche perché storicamente ostacolato dall'inefficienza del servizio postale e dall'allungamento dei tempi di consegna. Gli esiti della sperimentazione della vendita dei quotidiani e periodici in nuovi sbocchi commerciali, avviata con la legge n. 108/1999, non hanno ancora dato elementi sufficienti per confermare le critiche al canale tradizionale dell'edicola.

Il confronto a livello internazionale dei dati relativi alle vendite in abbonamento dei quotidiani mette in luce la peculiarità del caso italiano. I dati 1998-99 contenuti nel *World Press Trends* (WPT) collocano l'Italia (8,8%) nelle parti basse della graduatoria internazionale. Solo Spagna (8%), Grecia (5%) e Portogallo (4%) presentano valori inferiori a quello italiano. Tutti gli altri paesi considerati nel rapporto del WPT presentano valori superiori, tra cui Gran Bretagna (13%), Francia (23%), Stati Uniti (34%) e Germania (69%).

Non è questa l'unica peculiarità del mercato editoriale italiano rispetto al panorama internazionale. I dati WPT evidenziano, infatti, che il numero di copie vendute registrato in Italia, pari a 102 ogni 1000 abitanti, risulta

fra i più bassi a livello mondiale. Il confronto con i paesi più vicini in termini di sviluppo economico e livello culturale è inequivocabile: in Gran Bretagna le copie vendute ogni 1000 abitanti sono 321, in Germania 303, negli Stati Uniti 201, in Francia 145. Sebbene questi divari siano riconducibili anche a differenti caratteristiche delle testate edite, resta comunque l'indicazione di una minore diffusione dei quotidiani nel nostro paese.

I ricavi delle imprese editrici di quotidiani hanno continuato ad aumentare anche nel 1999, per superare così la soglia dei 6.500 miliardi (tabella 3.38). Il tasso di crescita dei ricavi si è mantenuto su livelli significativi, segnando nel corso del 1999 un +6%, di poco inferiore a quello registrato l'anno precedente. Il risultato positivo è stato conseguito soprattutto attraverso un'espansione della vendita di spazi pubblicitari (+15% in valori monetari) che ha più che compensato la riduzione dei ricavi delle vendite dirette (-3%).

Tabella 3.38 - Ricavi imprese editrici di quotidiani (valori in miliardi di lire)

	1996	1997	1998	1999	Variazione 1998-99
Vendita copie	2.423	2.740	2.720	2.635	-3%
Vendita di spazi pubblicitari	1.800	2.299	2.639	3.032	+15%
Altre attività editoriali	347	338	407	367	-10%
Altri ricavi	356	304	393	487	+24%
Totale	4.926	5.682	6.159	6.521	+6%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema (Il totale può risultare differente dalla somma per effetto degli arrotondamenti)

Nel 1999 si è, dunque, accentuato il divario tra ricavi pubblicitari e ricavi per vendite di copie, evidenziatosi per la prima volta l'anno precedente. La pubblicità è divenuta proprio nel 1999, come, peraltro, suggerito dalle previsioni, la fonte principale di ricavo per le imprese editrici, rappresentando ormai poco meno della metà dei ricavi totali (tabella 3.39). Continua, viceversa, a ridursi progressivamente la quota di fatturato derivante dalla vendita di copie, passata dal 49% del 1996, al 44% del 1998 e, infine, al 40% del 1999. I ricavi derivanti da altre attività editoriali (vendita di libri, diritti di riproduzione ecc.) proseguono nel loro andamento altalenante. Nel 1999, in particolare, questa com-

Tabella 3.39 - Ricavi imprese editrici di quotidiani (composizione percentuale)

	1996	1997	1998	1999
Vendita copie	49%	48%	44%	40%
Vendita di spazi pubblicitari	37%	41%	43%	47%
Altre attività editoriali	7%	6%	7%	6%
Altri ricavi	7%	5%	6%	7%
Totale	100%	100%	100%	100%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

ponente subisce una flessione del 10%. Oltre ai ricavi pubblicitari registrano crescite non marginali anche i ricavi diversi dall'attività tipica, che in soli due anni, dal 1997 al 1999, sono aumentati di oltre il 60%, per attestarsi poco al di sotto dei 500 miliardi.

Le dinamiche dei ricavi appena rilevate presentano significative differenze all'interno dell'universo delle imprese editrici considerate. In particolare, si rileva una sostanziale stabilità del fatturato delle prime cinque imprese editrici, cresciuto nel corso del 1999 complessivamente di poco più dell'1%. La quota del fatturato complessivo di pertinenza delle cinque imprese più importanti si è così ridotta di 3 punti percentuali, passando dal 59% al 56% (tabella 3.40).

Tabella 3.40 - Incidenza delle prime cinque imprese editrici di quotidiani

	1996	1997	1998	1999
Vendita copie	45%	51%	52%	53%
Vendita di spazi pubblicitari	51%	60%	61%	61%
Altre attività editoriali	69%	68%	63%	74%
Altri ricavi	86%	83%	87%	72%
Totale	52%	57%	59%	56%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Tabella 3.41 - Ricavi delle prime 10 imprese editrici di quotidiani (1999)

Editore	Ricavi per vendita delle copie	Ricavi per vendita di spazi pubblicitari	Ricavi per altre attività editoriali	Ricavi per attività diversa dalla editoriale	Contributi pubblici
RCS Editori s.p.a.	416.892.070.631	611.377.410.023	230.105.611.975	258.493.200.591	-
Gruppo Editoriale L'Espresso s.p.a.	359.156.721.969	567.727.668.543	-	13.369.925.457	-
Il Sole 24 Ore s.p.a.	337.727.473.637	312.418.000.000	31.164.189.031	76.174.631.601	894.016.972
Editrice La Stampa s.p.a.	143.171.420.752	186.246.755.866	5.571.256.779	3.082.983.310	-
Poligrafici Editoriale s.p.a.	134.308.722.411	165.794.929.153	3.944.412.872	541.852.811	-
Corriere dello Sport s.r.l.	103.217.055.268	46.311.533.756	5.411.081.668	-	838.589.029
Il Messaggero s.p.a.	101.161.508.987	152.227.923.479	3.862.199.951	-	1.373.165.253
Finegil Editoriale s.p.a.	99.265.873.850	88.550.122.939	19.245.068.166	-	-
Società Europea di Edizioni s.p.a.	83.805.131.850	60.168.428.379	9.795.885.059	-	-
Nuova Editoriale Sportiva s.r.l.	46.818.392.160	11.077.881.696	-	10.467.173.175	277.936.731

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Disaggregando i dati secondo le principali componenti del fatturato si osserva, sempre per le prime cinque imprese editrici, una sostanziale tenuta dei ricavi da vendite e una crescita – dunque in controtendenza con quanto rilevato in precedenza per l'insieme considerato di imprese – delle entrate derivanti da altre attività editoriali.

Le entrate pubblicitarie dei principali editori registrano una crescita rilevante, raggiungendo nel 1999 i 1.844 miliardi. Tale crescita è comunque perfettamente in linea con quella sperimentata dal complesso di imprese analizzate. La quota di pubblicità raccolta dalle principali imprese editrici è pertanto rimasta invariata.

3. L'EDITORIA PERIODICA

Al 31 maggio 2000 risultano presenti nell'Archivio dell'Informativa di sistema 3.301 periodici editi da 2.648 imprese editoriali. Si tratta di un universo eterogeneo: una parte non trascurabile dei periodici censiti è fuori commercio, o con livelli di diffusione estremamente bassi; alcune testate hanno carattere pubblicitario, altre sono fogli informativi, testate aziendali, *newsletter* o comunque pubblicazioni di carattere non continuativo che spesso sono ai margini del mercato.

La forte eterogeneità e frammentazione dell'offerta di periodici non facilita l'analisi di questo segmento del mercato editoriale. Si è di fronte ad un universo in continuo mutamento, anche in termini di numero di testate pubblicate. Ogni anno non sono poche, infatti, le testate che entrano ed escono nel mercato.

Con riferimento al biennio 1998-99, per l'analisi delle tirature e della diffusione dei giornali periodici è stato costruito un campione omogeneo e significativo di 1.469 testate periodiche presenti nell'Archivio.

Il 1999 si configura come un anno caratterizzato da una certa vivacità del mercato dei periodici: la tiratura netta si è accresciuta mediamente del 4%, la diffusione del 6% (tabella 3.42).

Tabella 3.42 - Testate periodiche: variazione 1998-99 delle tirature nette e della diffusione

Tipologia periodici	Tiratura netta	Diffusione (*)
Venduti in edicola	5%	2%
Non venduti in edicola	-5%	13%
Media campione	4%	6%

(*) non comprende le copie diffuse gratuitamente

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Il dato relativo alle testate distribuite in edicola segnala un mercato in crescita con valori pari a +5% nelle tirature nette e +2% nella diffusione.

Disaggregando i dati per canale di vendita, emerge una sostanziale stabilità delle vendite in edicola cui corrisponde una significativa espansione degli abbonamenti, pari al 13% per l'intero campione considerato, e al 9% per il sottogruppo di testate vendute in edicola (tabella 3.43).

Tabella 3.43 - Testate periodiche: variazione 1998-99 della diffusione per canale di distribuzione

Tipologia periodici	Edicola	Abbonamento	Altri canali	Totale
Venduti in edicola	1%	9%	5%	2%
Non venduti in edicola		14%	12%	13%
Media campione	1%	13%	10%	6%

non comprende le copie diffuse gratuitamente

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

La distribuzione tra i singoli canali di vendita differisce, a prima vista, da quella relativa ai quotidiani, caratterizzandosi per un maggiore equilibrio tra vendite in edicola (43%) e in abbonamento (32%). Significativa risulta l'incidenza delle copie diffuse gratuitamente, pari all'11% del totale delle copie diffuse, laddove per i quotidiani si attesta intorno al 3-4%. Quest'ultimo dato rappresenta un ulteriore segnale della presenza sul mercato dell'editoria periodica di un cospicuo numero di testate che fanno capo a editori non puri (tabella 3.44).

Tabella 3.44 - Diffusione delle testate di periodici per canale di distribuzione

Canali di distribuzione	Totale periodici		Periodici venduti in edicola	
	1998	1999	1998	1999
Vendite in edicola	43%	41%	78%	77%
Vendite in abbonamento	32%	34%	14%	15%
Diffusione gratuita	15%	14%	4%	4%
Vendite altri canali	11%	11%	4%	5%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Concentrando, ancora una volta, l'analisi ai periodici distribuiti in edicola, risulta più ridotta l'incidenza degli abbonamenti, che raggiunge nel 1999 appena il 15% del totale delle copie diffuse. Per questo segmento di testate periodiche il profilo distributivo della diffusione appare complessivamente non troppo dissimile da quello rilevato per i quotidiani. Tuttavia, il confronto internazionale mette in luce, come per i quotidiani, tutta la peculiarità del caso italiano.

Alla luce dei dati 1998-99 contenuti nel *World Magazine Trends*, relativi all'anno 1998, le quote di copie vendute in abbonamento in Italia è pari al 21% del totale delle vendite. Eccezion fatta per Giappone (21%), Spagna (4%) e Gran Bretagna (11%), tale quota risulta negli altri paesi più elevata. Anche per i periodici, dunque, continuano a pesare alcune delle inefficienze presenti nel sistema distributivo nazionale. Sono significativi al riguardo i risultati sulla vendita di periodici della sperimentazione dell'allargamento dei canali di vendita: +5% per i settimanali, +3% per i mensili.

Pur in presenza di universo molto frammentato, il comparto della stampa periodica si caratterizza per una non trascurabile concentrazione del mercato. Anche senza tenere conto dei periodici nati come supplementi di giornali quotidiani – che rappresentano, come è noto, un segmento importante del mercato dell'editoria periodica – le prime venti testate nazionali periodiche assorbono una quota rilevante della diffusione nazionale, all'interno del campione considerato, pari a oltre il 20% (tabella 3.45). Per queste venti testate la diffusione è cresciuta nel corso del 1999 in misura mediamente più elevata rispetto a quella registrata per il complesso dei periodici venduti in edicola (+3% contro +2%). Il fenomeno di concentrazione del mercato appare dunque aver subito un lieve rafforzamento.

Tabella 3.45 - **Prime venti testate periodiche per diffusione nazionale** (1999 - milioni di copie)

Denominazione testata	Edicola	Abbonamento	Altri canali	Totale
TV SORRISI E CANZONI	82,5	0,2	0,0	82,7
LA SETTIMANA ENIGMISTICA	59,8	0,4	0,0	60,2
FAMIGLIA CRISTIANA	6,9	18,6	18,1	43,5
OGGI	28,8	8,7	0,3	37,8
GENTE	34,1	1,7	0,1	35,8
TELESETTE	31,2	0,0	0,0	31,2
DONNA MODERNA	23,0	8,1	0,0	31,1
PANORAMA	15,4	12,7	0,3	28,4
CHI I PROTAGONISTI AL NATURALE DI NOI	22,0	1,1	0,0	23,1
GUIDA TV	20,0	0,0	0,0	20,0
L'ESPRESSO	9,7	8,5	0,8	18,9
TELEPIU'	18,9	0,0	0,0	18,9
INTIMITA'	14,8	0,1	0,0	14,8
ANNA IN CUCINA	7,7	6,8	0,2	14,7
GRAZIA	7,7	5,9	0,0	13,6
GRAND HOTEL	13,1	0,1	0,0	13,2
GIOIA	12,1	0,5	0,0	12,6
CONFIDENZE	9,6	1,7	0,0	11,3
SPECCHIO DELLA STAMPA	10,3	0,7	0,1	11,1
CIOE'	10,1	0,0	0,0	10,1
Variazione % media 1998/1999	2%	12%	0%	3%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Tabella 3.46 - **Ricavi delle imprese editrici di periodici** (1999 - Composizione % e variazione anno precedente)

	Variazione 1998-88	Composizione % 1999	Composizione % 1998
Vendita delle copie	1%	48,4%	48,7%
Vendita diretta spazi pubblicitari	12%	22,4%	20,4%
Altre attività editoriali	-4%	29,2%	30,9%
Totale	2%	100,0%	100,0%

Fonte: Archivio dell'informativa di sistema

Nel 1999, i ricavi riferibili ad un campione omogeneo e significativo di 900 imprese editrici di periodici hanno avuto un incremento del 2% (tabella 3.46), più contenuto di quello osservato per le imprese editrici di quotidiani. A trainare la crescita del fatturato sono state soprattutto le vendite per spazi pubblicitari, che hanno visto un incremento del 12%. Nel caso delle imprese editrici di periodici si osserva comunque una crescita, pur contenuta, dei ricavi per vendite di copie (+1%). I

ricavi derivanti da altre attività editoriali segnano invece un regresso rispetto al 1998 (-4%).

L'analisi dei dati non lascia nel complesso intravedere apprezzabili processi di riposizionamento delle singole voci che concorrono alla formazione dei ricavi delle imprese editrici. Stabile risulta la quota di fatturato legata alla vendita di copie, pari al 48%. In crescita risulta il ruolo della pubblicità, che tuttavia continua a pesare per poco più del 20% del fatturato; un'incidenza pari alla metà di quella che caratterizza le imprese editrici di periodici.

Per quanto riguarda la quota di ricavi derivanti da altre attività editoriali (vendita di libri, diritti di riproduzione ecc.) si registra un leggero arretramento. Questa componente di ricavo, pur se più esposta direttamente all'influenza di fattori congiunturali e dunque ad una più elevata volatilità, continua tuttavia a rappresentare una quota non trascurabile del fatturato complessivo delle imprese editrici di periodici, pari a circa il 30% (a fronte del 6% che continua a caratterizzare le imprese editrici di quotidiani).

PROSPETTO I

Testate quotidiane: tiratura nazionale - Anno 2000

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
ALTO ADIGE CORRIERE DELLE ALPI	S.E.T.A. SPA	18.686.463	17.932.791	0,58
ARTIGIANATO E PICCOLA IMPRESA DELL'EMILIA ROMAGNA	EDITORIALE ARTIGIANATO E PICCOLA IMPRESA EMILIA ROMAGNA SRL	1.100.000	1.096.050	0,04
AVVENIMENTI	LIBERA INFORMAZIONE EDITRICE SPA	5.110.000	4.452.132	0,15
AVVENIRE	AVVENIRE NUOVA EDITORIALE ITALIANA SPA	46.236.328	41.977.307	1,37
BRESCIAOGGI	EDIZIONI BRESCIA SPA	6.235.800	5.207.300	0,17
CONQUISTE DEL LAVORO	CONQUISTE DEL LAVORO SRL	20.757.186	20.757.186	0,68
CORRIERE	EDITORIALE GIORNALI ASSOCIATI SCRL	6.022.028	6.022.028	0,20
CORRIERE	EDITORIALE QUOTIDIANI SRL	15.696.262	14.394.271	0,47
CORRIERE	EDIZIONI PROPOSTA SUD SRL	685.109	685.109	0,02
CORRIERE CANADESE THE ITALIC DAILY NEWS	ITALMEDIA SCRL	12.960.951	12.960.951	0,42
CORRIERE DEL GIORNO DI PUGLIA E LUCANIA	19 LUGLIO SCRL	3.735.720	3.680.463	0,12
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO	EDITORIALE VESUVIO SRL	10.915.337	9.626.570	0,31
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO BARI E PUGLIA	EDITORIALE VESUVIO SRL	725.066	650.884	0,02
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO - ECONOMIA	EDITORIALE VESUVIO SRL	1.153.878	1.025.274	0,03
CORRIERE DELLA SERA	R.C.S. EDITORI SPA	329.944.110	310.995.954	10,14
CORRIERE DELLO SPORT STADIO	CORRIERE DELLO SPORT SRL	167.379.269	157.893.328	5,15
CORRIERE DI CASERTA	EDITORIALE CORRIERE SRL	4.143.151	3.640.534	0,12
CORRIERE VENETO DI ROVIGO	S.E.I.S. SCARL	133.941	133.941	0,00
CORRIERE MERCANTILE	GIORNALISTE E POLIGRAFICI SCRL	4.547.346	3.766.609	0,12
CRONACHE DI NAPOLI	EDITORIALE CORRIERE SRL	3.418.810	2.880.128	0,09
CRONACHE DEL MEZZOGIORNO	EDIZIONI DEL MEZZOGIORNO SRL	2.915.653	2.274.209	0,07
DIE NEUE SÜDTIROLER TAGESZEITUNG	TAGESZEITUNG GmbH/ SRL	2.998.406	2.998.406	0,10
DOLOMITEN	ATHESIADRUCK SRL	18.063.048	16.814.655	0,55
EDITORIALE OGGI	NUOVA EDITORIALE OGGI SRL	6.362.780	6.002.622	0,20

Segue: PROSPETTO I

Testate quotidiane: tiratura nazionale - Anno 2000

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
GAZZETTA ASTE E APPALTI PUBBLICI	EDITRICE S.I.F.I.C. SRL	1.239.000	1.235.000	0,04
GAZZETTA DEL LUNEDI'	GIORNALISTE E POLIGRAFICI SCRL	4.783.364	4.468.179	0,15
GAZZETTA DEL SUD	EDITRICE SICILIANA SPA	30.336.306	27.883.446	0,91
GAZZETTA DELLO SPORT	R.C.S. EDITORI SPA	224.846.729	213.630.312	6,96
GAZZETTA DI MANTOVA	FINEGIL EDITORIALE SPA	15.717.829	15.469.880	0,50
GAZZETTA DI PARMA	S.E.C.E.A. SOCIETÀ EDIZIONE GIORNALI E AFFINI SPA	20.338.074	19.532.372	0,64
GAZZETTA DI REGGIO	FINEGIL EDITORIALE SPA	7.261.045	7.138.629	0,23
GIORNALE DI BRESCIA	EDITORIALE BRESCIANA SPA	24.705.296	24.561.330	0,80
GIORNALE DI SICILIA	GIORNALE DI SICILIA EDITORIALE POLIGRAFICA SPA	34.444.843	30.859.331	1,01
GUIDA NORMATIVA - IL SOLE 24 ORE	IL SOLE 24 ORE SPA	8.871.707	8.378.800	0,27
IL CAMPANILE	IL CAMPANILE SRL	329.375	312.000	0,01
IL CENTRO	FINEGIL EDITORIALE SPA	11.873.331	10.795.838	0,35
IL CITTADINO	EDITORIALE LAUDENSE SRL	3.990.561	3.591.505	0,12
IL CITTADINO OGGI	EDITRICE GRAFIC DI GIORNALISTI SCRL	484.920	484.920	0,02
IL DOMANI	T. & P. EDITORI SRL	2.072.571	1.850.510	0,06
IL FOGLIO QUOTIDIANO	IL FOGLIO QUOTIDIANO SRL	16.235.850	14.929.988	0,49
IL GAZZETTINO	SOCIETÀ EDITRICE PADANA SPA (dal 01/01/00 al 17/12/00)	63.350.057	60.355.879	1,97
IL GAZZETTINO	EDITORIALE IL GAZZETTINO SRL (dal 18/12/00 al 31/12/00)	2.251.510	2.144.610	0,07
IL GETTONE	EDIZIONI AGAMI SRL	109.710	100.805	0,00
IL GIORNALE	SOCIETÀ EUROPEA DI EDIZIONI SPA	133.447.207	124.870.797	4,07
IL GIORNALE DI CALABRIA	EDITORIALE '91 SCARL	2.870.700	2.870.700	0,09
IL GIORNALE DI NAPOLI	EDIZIONI DEL ROMA SPA	2.778.484	2.641.223	0,09
IL GIORNALE DI VICENZA	ATHESIS SPA	20.966.018	19.374.300	0,63
IL GIORNALE D'ITALIA	SOCIETÀ EDITRICE ESEDRA SRL	2.551.330	1.829.555	0,06

Segue: PROSPETTO I

Testate giornalistiche: tiratura nazionale - Anno 2000

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
IL GIORNALE NUOVO DEL PIEMONTE	EDIZIONI PIEMONTE SPA (dal 01/01/00 al 27/07/00)	5.607.665	4.607.441	0,15
IL GIORNALE NUOVO DEL PIEMONTE	IL GIORNALE DEL PIEMONTE SRL (dal 28/07/00 al 31/12/00)	4.323.376	3.483.627	0,11
IL GIORNALE NUOVO DELLA TOSCANA	SOCIETÀ TOSCANA DI EDIZIONI SPA	6.973.717	6.476.450	0,21
IL GIORNO	EDITRICE IL GIORNO SPA	53.410.614	48.264.316	1,57
IL MANIFESTO QUOTIDIANO COMUNISTA	IL MANIFESTO COOPERATIVA EDITRICE SCRL	27.142.513	25.775.579	0,84
IL MATTINO	EDIME. EDIZIONI MERIDIONALI SPA	51.623.439	50.416.634	1,64
IL MATTINO DELL'ALTO ADIGE	NUOVA EDITORIALE TIPOGRAFICA SRL (dal 01/01/00 al 30/11/00)	1.717.039	1.569.551	0,05
IL MATTINO DI BOLZANO E PROVINCIA	NUOVA EDITORIALE ATESINA SRL (dal 01/12/00 al 31/12/00)	144.927	131.044	0,00
IL MATTINO DI PADOVA	FINEGIL EDITORIALE SPA	13.366.198	12.859.929	0,42
IL MESSAGGERO	IL MESSAGGERO SPA	143.401.256	134.466.267	4,38
IL NUOVO GIORNALE DI BERGAMO	BERGAMO INIZIATIVE EDITORIALI SRL	2.056.294	1.713.579	0,06
IL PICCOLO + IL LUNEDI'	EDITORIALE FVG SPA	21.155.350	20.475.800	0,67
IL POPOLO	IL POPOLO SRL	3.013.080	2.550.385	0,08
IL QUOTIDIANO DEL MOLISE	ITALMEDIA SRL	1.155.276	959.203	0,03
IL QUOTIDIANO DELLA CALABRIA	FINEDIT FINANZIARIA EDITORIALE SRL	5.186.747	4.127.957	0,13
IL QUOTIDIANO DI BENEVENTO	SOCIETÀ EDITORIALE LA SCARANA SNC	127.170	127.170	0,00
IL RESTO DEL CARLINO	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	88.166.780	80.677.595	2,63
IL SANNIO QUOTIDIANO	PAGINE SANNITE SCRL	4.160.042	3.817.891	0,12
IL SECOLO XIX	S.E.P. SOCIETÀ EDIZIONI E PUBBLICAZIONI SPA	51.028.270	46.770.053	1,52
IL SOLE 24 ORE	IL SOLE 24 ORE SPA	190.851.901	183.503.648	5,98
IL TEMPO	L'EDITRICE ROMANA SPA	36.995.965	32.548.326	1,06
IL TIRRENO	FINEGIL EDITORIALE SPA	43.536.991	40.104.639	1,31
IMPRESA ARTIGIANA	EDITART SRL	602.583	602.583	0,02
ITALIA OGGI	ITALIA OGGI EDITORI ERINNE SRL	35.309.276	35.309.276	1,15

Segue: PROSPETTO I

Testate quotidiane: tiratura nazionale - Anno 2000

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
ITALIA SERA	GIORNALISTI & POLIGRAFICI ASSOCIATI SCRL	1.073.554	898.074	0,03
LA CITTÀ - QUOTIDIANO DI SALERNO E PROVINCIA	SVEDIT SUD SPA	3.763.942	3.214.252	0,10
LA CRONACA	COOP. NUOVA INFORMAZIONE ARL	18.900	18.900	0,00
LA DISCUSSIONE	EDITRICE EUROPA OGGI SRL	2.022.133	1.721.523	0,06
LA GAZZETTA DEGLI APPALTI	AL..AN. COMMUNICATIONS DI A.ATZORI E A.FADDA SNC	22.457	21.820	0,00
LA NAZIONE	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	73.114.372	67.923.468	2,21
LA NUOVA BASILICATA	ALICE IDEA MULTIMEDIALE SRL	1.486.437	1.486.437	0,05
LA NUOVA FERRARA	FINEGIL EDITORIALE SPA	6.004.556	5.887.084	0,19
LA NUOVA SARDEGNA	EDITORIALE LA NUOVA SARDEGNA SPA	27.884.534	27.319.997	0,89
LA NUOVA VENEZIA	FINEGIL EDITORIALE SPA	5.284.281	4.858.008	0,16
LA PADANIA	EDITORIALE NORD SCRL	20.067.370	18.919.335	0,62
LA PREALPINA	LA PREALPINA SRL	9.278.138	8.480.200	0,28
LA PROVINCIA	LA PROVINCIA DI COMO EDITORIALE SPA	20.687.619	19.197.849	0,63
LA PROVINCIA	S.E.C. SOCIETÀ EDITORIALE CREMONESE SPA	10.770.431	10.770.431	0,35
LA PROVINCIA PAVESE	E.A.G. SRL	9.797.320	9.377.350	0,31
LA REPUBBLICA + IL LUNEDI'	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA	299.265.901	283.783.367	9,25
LA SICILIA	DOMENICO SANFILIPPO EDITORE SPA	30.904.927	28.558.148	0,93
LA STAMPA	EDITRICE LA STAMPA SPA	203.863.366	188.805.145	6,15
LA TRIBUNA DI TREVISO	FINEGIL EDITORIALE SPA	8.328.764	7.915.763	0,26
LA VERITÀ	EDITORIALE LA VERITÀ SCRL	2.520.488	1.841.562	0,06
LA VOCE DELLA CITTÀ TARANTO LE NEWS DELLA NOTTE	L'EDITORIALE SRL	1.340.400	1.168.721	0,04
LA VOCE DI MANTOVA	VIDEMME SCARL	2.746.859	2.340.823	0,08
LA VOCE DI RIMINI	EDITRICE LA VOCE SRL	2.483.400	2.211.970	0,07
LA VOCE REPUBBLICANA	SERVIZI ORGANIZZATIVI PROMOZIONALI SRL	1.387.280	1.225.255	0,04

Segue: PROSPETTO I

Testate quotidiane: tiratura nazionale - Anno 2000

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta nazionale	% su tiratura netta nazionale
L'ADIGE	SOCIETA' INIZIATIVE EDITORIALI SRL	11.279.732	11.086.059	0,36
L'AGENZIA DI VIAGGI	LIBERI EDITORI SRL	1.458.000	1.458.000	0,05
L'ARENA	ATHESIS SPA	24.215.579	22.716.874	0,74
L'AVANTI!	INTERNATIONAL PRESS SCRL	3.732.665	3.081.787	0,10
L'AVVISATORE MARITTIMO	L'AVVISATORE MARITTIMO SRL	393.700	358.771	0,01
LE LIBERTÀ	ESSECI SRL	170.000	170.000	0,01
LE VIE	PETESSI EUGENIO	5.200	4.800	0,00
L'ECO DEL COMMERCIO	ASS. DEL COMM. DEL TURISMO E DEI SERVIZI DELLA PROV. DI NOVARA	N.D.	11.700	0,00
L'ECO DI BERGAMO	S.E.S.A.A.B. SPA	26.576.534	24.837.883	0,81
L'ETRURIA	GIORNALE L'ETRURIA SCRL	34.500	34.500	0,00
LIBERAZIONE GIORNALE COMUNISTA	M.R.C. SRL	14.693.330	13.348.189	0,44
LIBERTÀ	STABILIMENTO TIPOGRAFICO PIACENTINO SAPA	14.587.640	13.704.844	0,45
LINEA - GIORNALE DEL MOVIMENTO SOCIALE FIAMMA TRICOLORE	EDITORIALE LINEA SRL	3.186.712	2.974.900	0,10
LO SPETTRO	PUBBLIMEDIA SRL	317.690	317.690	0,01
LO SPORTSMAN CAVALLI & CORSE	COEDIP SCRL	9.535.717	8.579.732	0,28
L'OPINIONE DELLE LIBERTÀ	E.QU.I. EDITRICE QUOTIDIANI INDIPENDENTI SPA	1.366.910	1.131.814	0,04
LUCANIA - QUOTIDIANO DI VITA REGIONALE	DITESSE SCRL	770.055	746.953	0,02
L'UMANITÀ	EDIZIONI RIFORMISTE SCRL	535.660	448.300	0,01
L'UNIONE SARDA	L'UNIONE SARDA SPA	32.186.791	29.571.987	0,96
L'UNITÀ	L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE SPA	N.D.	N.D.	
MESSAGGERO VENETO	EDITORIALE FVG SPA	20.494.999	18.921.449	0,62
MESSAGGERO DEL LUNEDI'	EDITORIALE FVG SPA	3.390.597	3.145.817	0,10
METRO	EDIZIONI METRO SRL	34.246.973	29.630.770	0,97
MF MILANO FINANZA IL QUOTIDIANO DEI MERCATI FINANZIARI	MILANO FINANZA EDITORI SPA	39.662.219	39.662.219	1,29

Segue: PROSPETTO I

Testate quotidiane: tiratura nazionale - Anno 2000

Denominazione testata	Impresa	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
NUOVA GAZZETTA DI MODENA	FINEGIL EDITORIALE SPA	6.108.519	5.957.758	0,19
NUOVO CORRIERE BARISERA	EDITORIALE GIORNALISTI ASSOCIATI SCRL	3.309.808	2.955.185	0,10
NUOVO OGGI	EDITORIALE GIOCIARIA OGGI SRL	3.773.436	3.555.653	0,12
OPINIONI NUOVE - LIBERO QUOTIDIANO	VITTORIO FELTRI EDITORE & C. SPA	21.177.633	20.003.670	0,65
ORE 12	CENTRO STAMPA REGIONALE SCRL	964.801	804.000	0,03
OTTOPAGINE	L'APPRODO SRL	1.955.796	1.953.495	0,06
PRIMORSKI DNEVNIK	P.R.A.E. PROMOZIONE ATTIVITÀ EDITORIALE SPA	3.412.260	3.228.950	0,11
PUGLIA QUOTIDIANO DI VITA REGIONALE	EGIPI SCRL	1.025.030	994.279	0,03
QUATTRO PAGINE	EDITRICE PAGINE LIBERE SRL	92.520	90.000	0,00
QUOTIDIANO DI LEGGE - BRINDISI - TARANTO	ALFA EDITORIALE SRL	9.811.865	8.438.204	0,28
RASSEGNA STAMPA	EDITOR DI PAOLA SCAGLIOTTI E C. SAS	110.000	104.000	0,00
RINASCITA	COOPED EDITRICE SCRL	1.932.565	1.833.215	0,06
ROMA	EDIZIONI DEL ROMA SPA	9.618.221	8.848.678	0,29
SCUOLA SNALS	EDITORIALE BM ITALIANA SRL	8.360.200	8.360.200	0,27
SECONDA MANO	EDITORIALE SECONDA MANO SRL	9.026.795	8.713.362	0,28
SECOLO D'ITALIA	FINI GIANFRANCO	7.382.374	6.614.989	0,22
SOLE DELLE ALPI	ALTA BRIANZA EDIZIONI SOC.COOP. GIORNALISTICA ARL	1.056.016	810.565	0,03
STAFFETTA QUOTIDIANA	R.L.P. RIVISTA ITALIANA PETROLIO SRL	566.000	536.077	0,02
TELEMARKETING	PICOZZI GIANPAOLO	1.000	1.000	0,00
TUTTOMERCATO	ALFA EDITORIALE SRL	3.020.372	2.597.520	0,08
TUTTOSPORT	NUOVA EDITORIALE SPORTIVA SRL	73.805.653	68.764.747	2,24
ULTIME NOTIZIE MODENA	MODENA NOTIZIE SRL	236.253	232.228	0,01
ULTIME NOTIZIE REGGIO	SOCIETÀ DEI GIORNALISTI SRL	261.650	222.050	0,01
Totale tiratura 2000:		3.270.806.327	3.067.977.899	100,00

PROSPETTO 2a

**Testate quotidiane area interregionale Nord-Ovest
PIEMONTE - VALLE D'AOSTA - LOMBARDIA - LIGURIA - Anno 2000**

Denominazione testata	Impresa	Tribunale di registrazione	Tiratura netta	% nell'area
AVVENIRE	AVVENIRE NUOVA EDITORIALE ITALIANA SPA	MILANO	41.977.307	2,76
BRESCIAOGGI	EDIZIONI BRESCIA SPA	BRESCIA	5.207.300	0,34
CORRIERE DELLA SERA	R.C.S. EDITORI SPA	MILANO	310.995.954	20,41
CORRIERE MERCANTILE	GIORNALISTE E POLIGRAFICI SCRL	GENOVA	3.766.609	0,25
GAZZETTA DELLO SPORT	R.C.S. EDITORI SPA	MILANO	213.630.312	14,02
GAZZETTA DI MANTOVA	FINEGIL EDITORIALE SPA	MANTOVA	15.469.880	1,02
GIORNALE DI BRESCIA	EDITORIALE BRESCIANA SPA	BRESCIA	24.561.330	1,61
IL CITTADINO	EDITORIALE LAUDENSE SRL	LODI	3.591.505	0,24
IL FOGLIO QUOTIDIANO	IL FOGLIO QUOTIDIANO SRL	MILANO	14.929.988	0,98
IL GETTONE	EDIZIONI AGAMI SRL	CUNEO	100.805	0,01
IL GIORNALE	SOCIETÀ EUROPEA DI EDIZIONI SPA	MILANO	124.870.797	8,20
IL GIORNALE NUOVO DEL PIEMONTE	EDIZIONI PIEMONTESE SPA (dal 01/01/00 al 27/07/00)	MILANO	4.607.441	0,30
IL GIORNALE NUOVO DEL PIEMONTE	IL GIORNALE DEL PIEMONTE SRL (dal 28/07/00 al 31/12/00)	MILANO	3.483.627	0,23
IL GIORNALE NUOVO DELLA TOSCANA	SOCIETÀ TOSCANA DI EDIZIONI SPA	MILANO	6.476.450	0,43
IL GIORNO	EDITRICE IL GIORNO SPA	MILANO	48.264.316	3,17
IL NUOVO GIORNALE DI BERGAMO	BERGAMO INIZIATIVE EDITORIALI SRL	BERGAMO	1.713.579	0,11
IL SECOLO XIX	S.E.P. SOCIETÀ EDIZIONI E PUBBLICAZIONI SPA	GENOVA	46.770.053	3,07
IL SOLE 24 ORE	IL SOLE 24 ORE SPA	MILANO	183.503.648	12,05
ITALIA OGGI	ITALIA OGGI EDITORI ERINNE SRL	MILANO	35.309.276	2,32
LA CRONACA	COOP. NUOVA INFORMAZIONE ARL	CREMONA	18.900	0,00
LA PADANIA	EDITORIALE NORD SCRL	VARESE	18.919.335	1,24

Segue: PROSPETTO 2a

**Testate quotidiane area interregionale Nord-Ovest
PIEMONTE - VALLE D'AOSTA - LOMBARDIA - LIGURIA - Anno 2000**

Denominazione testata	Impresa	Tribunale di registrazione	Tiratura netta	% nell'area
LA PREALPINA	LA PREALPINA SRL	VARESE	8.480.200	0,56
LA PROVINCIA	LA PROVINCIA DI COMO EDITORIALE SPA	COMO	19.197.849	1,26
LE VIE	PETESSI EUGENIO	MILANO	4.800	0,00
GAZZETTA DEL LUNEDI'	GIORNALISTE E POLIGRAFICI SCRL	GENOVA	4.468.179	0,29
LA PROVINCIA	S.E.C. SOCIETÀ EDITORIALE CREMONESE SPA	CREMONA	10.770.431	0,71
LA PROVINCIA PAVESE	E.A.G. SRL	PAVIA	9.377.350	0,62
LA STAMPA	EDITRICE LA STAMPA SPA	TORINO	188.805.145	12,39
LA VOCE DI MANTOVA	VIDEMME SCARL	MANTOVA	2.340.823	0,15
L'AVVISATORE MARITTIMO	L'AVVISATORE MARITTIMO SRL	GENOVA	358.771	0,02
L'ECO DEL COMMERCIO	ASS. DEL COMMERCIO E DEL TURISMO DELLA PROV. DI NOVARA	NOVARA	11.700	0,00
L'ECO DI BERGAMO	S.E.S.A.B. SPA	BERGAMO	24.837.883	1,63
LO SPORTSMAN CAVALLI & CORSE	COEDIP SCRL	MILANO	8.579.732	0,56
MF MILANO FINANZA IL QUOTIDIANO DEI MERCATI FINANZIARI	MILANO FINANZA EDITORI SPA	MILANO	39.662.219	2,60
OPINIONI NUOVE - LIBERO QUOTIDIANO	VITTORIO FELTRI EDITORE & C. SPA	MILANO	20.003.670	1,31
RASSEGNA STAMPA	EDITOR DI PAOLA SCAGLIOTTI E C. SAS	TORINO	104.000	0,01
SECONDA MANO	EDITORIALE SECONDA MANO SRL	MILANO	8.713.362	0,57
SOLE DELLE ALPI	ALTA BRIANZA EDIZIONI SOC.COOP.GIORNALISTICA ARL	COMO	810.565	0,05
TELEMARKETING	PICOZZI GIANPAOLO	MILANO	1.000	0,00
TUTTOSPORT	NUOVA EDITORIALE SPORTIVA SRL	TORINO	68.764.747	4,51
Numero testate nell'area: 40	Totale tiratura area:		1.523.460.838	100,00

PROSPETTO 2b

**Testate quotidiane area interregionale Nord-Est
TRENTINO-ALTO ADIGE - VENETO - FRIULI-VENEZIA GIULIA - EMILIA-ROMAGNA - Anno 2000**

Denominazione testata	Impresa	Tribunale di registrazione	Tiratura netta	% nell'area
ALTO ADIGE CORRIERE DELLE ALPI	S.E.T.A. SPA	BOLZANO	17.932.791	4,86
ARTIGIANATO E PICCOLA IMPRESA DELL'EMILIA ROMAGNA	EDITORIALE ARTIGIANATO E PICCOLA IMPRESA EMILIA ROMAGNA SRL	BOLOGNA	1.096.050	0,30
CORRIERE	EDITORIALE GIORNALI ASSOCIATI SCRL	RIMINI	6.022.028	1,63
CORRIERE VENETO DI ROVIGO	S.E.I.S. SCARL	ROVIGO	133.941	0,04
DIE NEUE SÜDTIROLER TAGESZEITUNG	TAGESZEITUNG GmbH/ SRL	BOLZANO	2.998.406	0,81
DOLOMITEN	ATHESIADRUCK SRL	BOLZANO	16.814.655	4,55
GAZZETTA DI PARMA	S.E.G.E.A. SOCIETÀ EDIZIONE GIORNALI E AFFINI SPA	PARMA	19.532.372	5,29
GAZZETTA DI REGGIO	FINECIL EDITORIALE SPA	REGGIO EMILIA	7.138.629	1,93
IL GAZZETTINO	SOCIETÀ EDITRICE PADANA SPA (dal 01/01/00 al 17/12/00)	VENEZIA	60.355.879	16,34
IL GAZZETTINO	EDITORIALE IL GAZZETTINO SRL (dal 18/12/00 al 31/12/00)	VENEZIA	2.144.610	0,58
IL GIORNALE DI VICENZA	ATHESIS SPA	VICENZA	19.374.300	5,25
MESSAGGERO VENETO	EDITORIALE FVG SPA	UDINE	18.921.449	5,12
MESSAGGERO DEL LUNEDI'	EDITORIALE FVG SPA	UDINE	3.145.817	0,85
IL MATTINO DELL'ALTO ADIGE	NUOVA EDITORIALE TIPOGRAFICA SRL	BOLZANO	1.569.551	0,43
IL MATTINO DI BOLZANO E PROVINCIA	NUOVA EDITORIALE ATESSINA SRL (dal 01/12/00 al 31/12/00)	BOLZANO	131.044	0,04

Segue: PROSPETTO 2b

**Testate quotidiane area interregionale Nord-Est
TRENTINO-ALTO ADIGE - VENETO - FRIULI-VENEZIA GIULIA - EMILIA-ROMAGNA - Anno 2000**

Denominazione testata	Impresa	Tribunale di registrazione	Tiratura netta	% nell'area
IL MATTINO DI PADOVA	FINEGIL EDITORIALE SPA	PADOVA	12.859.929	3,48
IL PICCOLO + IL LUNEDI'	EDITORIALE FVG SPA	UDINE	20.475.800	5,54
IL RESTO DEL CARLINO	POLICRAFICI EDITORIALE SPA	BOLOGNA	80.677.595	21,85
LA NUOVA FERRARA	FINEGIL EDITORIALE SPA	FERRARA	5.887.084	1,59
LA NUOVA VENEZIA	FINEGIL EDITORIALE SPA	VENEZIA	4.858.008	1,32
LA TRIBUNA DI TREVISO	FINEGIL EDITORIALE SPA	TREVISO	7.915.763	2,14
LA VOCE DI RIMINI	EDITRICE LA VOCE SRL	RIMINI	2.211.970	0,60
L'ADIGE	SOCIETÀ INIZIATIVE EDITORIALI SRL	TRENTO	11.036.059	2,99
L'ARENA	ATHESIS SPA	VERONA	22.716.874	6,15
LIBERTÀ	STABILIMENTO TIPOGRAFICO PIACENTINO SAPA	PIACENZA	13.704.844	3,71
NUOVA GAZZETTA DI MODENA	FINEGIL EDITORIALE SPA	MODENA	5.957.758	1,61
ULTIME NOTIZIE MODENA	MODENA NOTIZIE SRL	MODENA	232.228	0,06
ULTIME NOTIZIE REGGIO	SOCIETÀ DEI GIORNALISTI SRL	REGGIO EMILIA	222.050	0,06
PRIMORSKI DNEVNIK	PR.A.E. PROMOZIONE ATTIVITÀ EDITORIALE SPA	TRIESTE	3.228.950	0,87
Numero testate nell'area: 29	Totale tiratura area:		369.296.434	100,00

PROSPETTO 2c

**Testate quotidiane area interregionale Centro
TOSCANA - MARCHE - UMBRIA - LAZIO - ABRUZZO - Anno 2000**

Denominazione testata	Impresa	Tribunale di registrazione	Tiratura netta	% nell'area
AVVENIMENTI	LIBERA INFORMAZIONE EDITRICE SPA	ROMA	4.452.132	0,49
CONQUISTE DEL LAVORO	CONQUISTE DEL LAVORO SRL	ROMA	20.757.186	2,30
CORRIERE	EDITORIALE QUOTIDIANI SRL	PERUGIA	14.394.271	1,59
CORRIERE CANADESE THE ITALIC DAILY NEWS	ITALMEDIA SRL	ROMA	12.960.951	1,44
CORRIERE DELLO SPORT STADIO	CORRIERE DELLO SPORT SRL	ROMA	157.893.328	17,50
EDITORIALE OGGI	NUOVA EDITORIALE OGGI SRL	CASSINO	6.002.622	0,67
GAZZETTA ASTE E APPALTI PUBBLICI	EDITRICE S.I.F.I.C. SRL	ANCONA	1.235.000	0,14
GUIDA NORMATIVA - IL SOLE 24 ORE	IL SOLE 24 ORE SPA	AVEZZANO	8.378.800	0,93
IL CAMPANILE	IL CAMPANILE SRL	ROMA	312.000	0,03
IL CENTRO	FINEGIL EDITORIALE SPA	PESCARA	10.795.838	1,20
IL CITTADINO OGGI	EDITRICE GRAFIC DI GIORNALISTI SCRL	SIENA	484.920	0,05
IL GIORNALE D'ITALIA	EDITRICE ESEDRA SRL	ROMA	1.829.555	0,20
IL MANIFESTO QUOTIDIANO COMUNISTA	IL MANIFESTO COOPERATIVA EDITRICE SCRL	ROMA	25.775.579	2,86
IL MESSAGGERO	IL MESSAGGERO SPA	ROMA	134.466.267	14,90
IL POPOLO	IL POPOLO SRL	ROMA	2.550.385	0,28
IL QUOTIDIANO DEL MOLISE	ITALMEDIA SRL	CAMPOBASSO	959.203	0,11
IL TEMPO	L'EDITRICE ROMANA SPA	ROMA	32.548.326	3,61
IL TIRRENO	FINEGIL EDITORIALE SPA	LIVORNO	40.104.639	4,44
IMPRESA ARTIGIANA	EDITART SRL	ROMA	602.583	0,07
ITALIA SERA	GIORNALISTI & POLIGRAFICI ASSOCIATI SCRL	ROMA	898.074	0,10
LA DISCUSSIONE	EDITRICE EUROPA OGGI SRL	ROMA	1.721.523	0,19

Segue: PROSPETTO 2c

**Testate quotidiane area interregionale Centro
TOSCANA - MARCHE - UMBRIA - LAZIO - ABRUZZO - Anno 2000**

Denominazione testata	Impresa	Tribunale di registrazione	Tiratura netta	% nell'area
LA NAZIONE	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	FIRENZE	67.923.468	7,53
LA REPUBBLICA + IL LUNEDI'	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA	ROMA	283.783.367	31,44
LA VOCE REPUBBLICANA	SERVIZI ORGANIZZATIVI PROMOZIONALI SRL	ROMA	1.225.255	0,14
L'AGENZIA DI VIAGGI	LIBERI EDITORI SRL	ROMA	1.458.000	0,16
L'AVANTI!	INTERNATIONAL PRESS SCRL	ROMA	3.081.787	0,34
L'ETRURIA	GIORNALE L'ETRURIA SCRL	AREZZO	34.500	0,00
LE LIBERTÀ	ESSECI SRL	CAMPOBASSO	170.000	0,02
LIBERAZIONE GIORNALE COMUNISTA	M.R.C. SRL	ROMA	13.348.189	1,48
LINEA - GIORNALE DEL MOVIMENTO SOCIALE FIAMMA TRICOLORE	EDITORIALE LINEA SRL	ROMA	2.974.900	0,33
L'OPINIONE DELLE LIBERTÀ	E.Q.U.I. EDITRICE QUOTIDIANI INDIPENDENTI SPA	ROMA	1.131.814	0,13
L'UMANITÀ	EDIZIONI RIFORMISTE SCRL	ROMA	448.300	0,05
L'UNITÀ	L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE SPA	ROMA	N.D.	0,00
METRO	EDIZIONI METRO SRL	ROMA	29.630.770	3,28
ORE 12	CENTRO STAMPA REGIONALE SCRL	ROMA	804.000	0,09
RINASCITA (già L'UMANITÀ IL QUOTIDIANO INDIPENDENTE)	COOPED EDITRICE SCRL	ROMA	1.833.215	0,20
SECOLO D'ITALIA	EDITORIALE BM ITALIANA SRL	ROMA	8.360.200	0,93
SECOLO D'ITALIA	FINI GIANFRANCO	ROMA	6.614.989	0,73
STAFFETTA QUOTIDIANA	R.I.P. RIVISTA ITALIANA PETROLIO SRL	ROMA	536.077	0,06
Numero testate nell'area: 40	Totale tiratura area:		902.482.013	100,00

PROSPETTO 2d

Testate quotidiane area interregionale Sud
MOLISE - CAMPANIA - PUGLIA - BASILICATA - CALABRIA - SICILIA - SARDEGNA - Anno 2000

Denominazione testata	Impresa	Tribunale di registrazione	Tiratura netta	% nell'area
CORRIERE DEL GIORNO DI PUGLIA E LUCANIA	19 LUGLIO SCRL	TARANTO	3.680.463	1,35
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO	EDITORIALE VESUVIO SRL	NAPOLI	9.626.570	3,53
CORRIERE DI CASERTA	EDITORIALE CORRIERE SRL	S.MARIA C.V.	3.640.534	1,33
CORRIERE	EDIZIONI PROPOSTA SUD SRL	AVELLINO	685.109	0,25
CRONACHE DI NAPOLI	EDITORIALE CORRIERE SRL	NAPOLI	2.880.128	1,06
CRONACHE DEL MEZZOGIORNO	EDIZIONI DEL MEZZOGIORNO SRL	SALERNO	2.274.209	0,83
GAZZETTA DEL SUD	EDITRICE SICILIANA SPA	MESSINA	27.883.446	10,22
GIORNALE DI SICILIA	GIORNALE DI SICILIA EDITORIALE POLIGRAFICA SPA	PALERMO	30.859.331	11,31
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO BARIE PUGLIA	EDITORIALE VESUVIO SRL	NAPOLI	650.884	0,24
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO - ECONOMIA	EDITORIALE VESUVIO SRL	NAPOLI	1.025.274	0,38
IL DOMANI	T. & P. EDITORI SRL	CATANZARO	1.850.510	0,68
IL GIORNALE DI CALABRIA	EDITORIALE '91 SCRL	CATANZARO	2.870.700	1,05
IL GIORNALE DI NAPOLI	EDIZIONI DEL ROMA SPA	NAPOLI	2.641.223	0,97
IL MATTINO	EDI.ME. EDIZIONI MERIDIONALI SPA	NAPOLI	50.416.634	18,49
IL QUOTIDIANO DELLA CALABRIA	FINEDIT FINANZIARIA EDITORIALE SRL	COSENZA	4.127.957	1,51
IL QUOTIDIANO DI BENEVENTO	SOCIETÀ EDITORIALE LA SCARANA SNC	BENEVENTO	127.170	0,05
IL SANNO QUOTIDIANO	PAGINE SANNITE SCRL	BENEVENTO	3.817.891	1,40
LA CITTÀ - QUOTIDIANO DI SALERNO E PROVINCIA	SVEDIT SUD SPA	SALERNO	3.214.252	1,18

Segue: PROSPETTO 2d

Testate quotidiane area interregionale Sud
MOLISE - CAMPANIA - PUGLIA - BASILICATA - CALABRIA - SICILIA - SARDEGNA - Anno 2000

Denominazione testata	Impresa	Tribunale di registrazione	Tiratura netta	% nell'area
LA GAZZETTA DEGLI APPALTI	AL-AN - COMMUNICATIONS DI A.ATZORI E A.FADDA SNC	CAGLIARI	21.820	0,01
LA NUOVA BASILICATA	ALICE IDEA MULTIMEDIALE SRL	POTENZA	1.486.437	0,55
LA NUOVA SARDEGNA	EDITORIALE LA NUOVA SARDEGNA SPA	SASSARI	27.319.997	10,02
LA SICILIA	DOMENICO SANFILIPPO EDITORE SPA	CATANIA	28.558.148	10,47
LA VERITÀ	EDITORIALE LA VERITÀ SCRL	NAPOLI	1.841.562	0,68
LA VOCE DELLA CITTÀ TARANTO LE NEWS DELLA NOTTE	L'EDITORIALE SRL	TARANTO	1.168.721	0,43
LO SPETTRO	PUBBLIMEDIA SRL	S.MARIA C.V.	317.690	0,12
LUCANIA - QUOTIDIANO DI VITA REGIONALE	DITIESE SCRL	POTENZA	746.953	0,27
L'UNIONE SARDA	L'UNIONE SARDA SPA	CAGLIARI	29.571.987	10,84
NUOVO CORRIERE BARISERA	EDITORIALE GIORNALISTI ASSOCIATI SCRL	BARI	2.955.185	1,08
NUOVO OGGI	EDITORIALE CIOCIARIA OGGI SRL	CAMPOBASSO	3.555.653	1,30
OTTOPAGINE	L'APPRODO SRL	AVELLINO	1.953.495	0,72
PUGLIA QUOTIDIANO DI VITA REGIONALE	EGIPI SCRL	BARI	994.279	0,36
QUATTRO PAGINE	EDITRICE PACINE LIBERE SRL	BENEVENTO	90.000	0,03
QUOTIDIANO DI LECCE - BRINDISI - TARANTO	ALFA EDITORIALE SRL	LECCE	8.438.204	3,09
ROMA	EDIZIONI DEL ROMA SPA	NAPOLI	8.848.678	3,24
TUTTOMERCATO	ALFA EDITORIALE SRL	LECCE	2.597.520	0,95
Numero testate nell'area: 34	Totale tiratura area:		272.738.614	100,00

Assetti proprietari delle singole imprese editrici di giornali quotidiani

19 LUGLIO SCRL

PIAZZA MARIA IMMACOLATA, 30, TARANTO

Capitale 650.000 assetto alla data 29/04/2000

BIELLA ANTONIO	9,95 %
CAMPATELLI LUISA	9,95 %
CATACCHIO RICCARDO	9,95 %
CRISTELLI MICHELE	9,95 %
D'ANZI MARIO	9,95 %
IANNE COSIMO	9,95 %
MASONI MAURIZIO	9,95 %
RASCHIELLA' ROBERTO ANTONIO	9,95 %
RASCHILLA' ETTORE	9,95 %
SALVAGGIO CLEMENTE	9,95 %
TRAETTA VITO	0,50 %

AL.AN. COMMUNICATIONS DI A. ATZORI E A. FADDA SNC

VIA MANNO 6, VILLAPUTZU

assetto alla data 31/12/1999

ATZORI ANTONELLO	50,00 %
FADDA ALESSANDRO	50,00 %

ALFA EDITORIALE SRL

VIA MONTELLO 10, ROMA

Capitale 5.000.000.000 assetto alla data 20/04/2000

EDITRICE DEL GOLFO EDIGOLFO SPA	70,00 %	CALTAGIRONE SPA	55,00 %
		ARQUATA CEMENTI SPA	25,00 %
		ICAL SUD SRL	10,00 %
		VIANNINI LAVORI SPA	10,00 %
SIGNORILE JACOPO BENEDETTO	30,00 %		

ALICE IDEA MULTIMEDIALE SRL

CONTRADA GAUDO TRAVERSA VIA POTENZA, RIONERO IN VULTURE

Capitale 190.000.000 assetto alla data 30/06/2000

CASTELLI FEDERICIANI SAS	90,00 %	NORMANNO CARMELA	90,00 %
		MACCHIA DONATO	10,00 %
FORTE ELISABETTA	5,00 %		
VODOLA MARIA LUCIA	5,00 %		

ALTA BRIANZA EDIZIONI SOC.COOP. GIORNALISTICA ARL

VIA PASSERINI 13, MONZA

Capitale 1.000.000 assetto alla data 30/05/2000

PERSONE FISICHE VARIE N 14	100,00%
----------------------------	---------

ATHESIADRUCK SRL

VIA TORRE BIANCA 1, BRESSANONE

Capitale 6.150.000.000 assetto alla data 30/06/2000

CASA EDITRICE ATHESIA SRL	100,00 %
---------------------------	----------

ATHESIS SPA

VIALE DEL LAVORO 11, S. MARTINO B. ALBERGO

Capitale 3.400.000.000

assetto alla data 09/05/2000

SIFI SPA	42,68 %		
		ARMELLINI ARRIGO	21,57 %
		VERFIN SRL	15,17 %
		VIFIN SRL	15,15 %
		FIDUCIARIA VINCENTINA SRL	14,28 %
		Fiduciarmente per conto di:	
		ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI VERONA	
		PROMOFIN SRL Fiduciarmente per conto	14,28 %
		di: ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI VERONA	
		A. ARMELLINI & C. SAS	13,05 %
		FARMELL SRL	6,48 %
PROMOFIN SRL	17,73 %		
		ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI VERONA 100,00 %	
ARMELLINI ARRIGO	8,97 %		
FIDUCIARIA VINCENTINA SRL	7,02 %		
PARTINVEST SRL	3,74 %		
		PIMASSONI ELIDE	28,42 %
		SALGARELLI NEDDA	15,79 %
		ROBBI EMILIO	15,79 %
		ROBBI LUCA	12,11 %
		ROBBI ANNALISA	12,11 %
		MENONI MARIA GRAZIA	10,53 %
		CASTELLANI ERNESTINA	5,27 %
ATHENA SRL	3,39 %		
		DALLA ROVERE AMBROGIO	60,00 %
		DAL MASO ADELINA	18,60 %
		DALLA ROVERE FRANCESCO	18,60 %
		BIASI EUGENIO GIOVANNI	0,93 %
		BIASI PAOLO	0,93 %
		BIASI GIOVANNI PIETRO	0,93 %
ROBBI EMILIO	1,91 %		
AMENDUNI GRESELE MAURIZIO	0,68 %		
BISAZZA GIUSEPPE	0,68 %		
DEL POZZO LUCIANO	0,68 %		
LAVERDA GIOVANNA	0,68 %		
LOMBARDI RAFFAELE	0,68 %		
MEZZALIRA RINALDO	0,68 %		
SINIGAGLIA RUGGERO	0,68 %		
BERTANI GAETANO	0,55 %		
BERTANI GIOVANNI	0,55 %		
RICCARDI PIETRO	0,36 %		
RIZZARDI GAETANO	0,36 %		
BORDIGNON ELDA	0,34 %		
DALLE CARBONARE SANTE	0,34 %		
INGUI GAETANO	0,34 %		

MASATROTTO RINO	0,34 %
MASTROTTO MARIO	0,34 %
PERETTI GIUSEPPE WALTER	0,34 %
STELLA ALBERTO	0,34 %
VINCENTINI PAOLO	0,34 %
ZUCCATO SERENI ZENI	0,34 %
BERTANI ALDA	0,28 %
BERTANI ROSA	0,28 %
FABRIS ANDREA	0,26 %
FABRIS SIMONE	0,26 %
AMENDUNI GRESELE MASSIMO	0,17 %
AMENDUNI GRESELE MICHELE	0,17 %
AMENDUNI GRESELLA ERNESTO	0,17 %
AMENDUNI NICOLA	0,17 %
DE' FRANCESCHI MATTEO	0,17 %
PERETTI LORELLA	0,17 %
PERETTI MARIA CRISTINA	0,17 %
VINCENTINI CRISTINA	0,17 %
VINCENTINO RENATO	0,17 %
ZICHE VALENTINO	0,17 %
RIZZARDI DIAMANTE	0,16 %
ARVEDI ANNA CAROLINA	0,15 %
ARVEDI ARVEDO	0,15 %
ARVEDI GIOVANNI BATTISTA	0,15 %
ARVEDI PAOLO	0,15 %
BERTANI GIOVANNI	0,15 %
BERTANI GUGLIELMO	0,15 %
BERTANI RAFFAELLA	0,15 %
CERTANI MADDALENA	0,15 %
FORTUNA SILVIO	0,13 %
BALTER BARBARA	0,10 %
ADDA MICHELE	0,09 %
ADDA ROBERTO	0,09 %
CORRADO GIANNI	0,09 %
CORRADO PAOLA	0,09 %
BERTOLLO GIANNI BATTISTA	0,07 %
FARINA CICIGNA MARIA	0,05 %
FORTUNA WALTER	0,04 %

AVVENIRE NUOVA EDITORIALE ITALIANA SPA

PZZA CARBONARI 3, MILANO

Capitale 11.910.000.000

FONDAZIONE SS FRANCESCO E 75,56 %

CATERINA

GOLD LINE SPA 3,78 %

ISA 3,78 %

assetto alla data 11/05/2000

FONDAZIONE GIUSEPPE TOVINI 91,60 %

EDITRICE MORCELLIANA SPA 2,80 %

EDIZIONI STUDIUM SPA 2,80 %

TIPOGRAFIA CAMUNA SPA 2,80 %

ARCIDIOCESI DI TRENTO 35,77 %

FRATERNITAS TRIDENTINA 15,99 %

Segue: AVVENIRE NUOVA EDITORIALE ITALIANA SPA

		CASA DEL CLERO DI TRENTO	9,44 %
		CAPITOLO D/CATTEDRALE DI TRENTO	9,27 %
		N. 3.681 PERSONE FISICHE DIVERSE	8,65 %
		SEMINARIO MINORE TRENTO	3,82 %
		N. 288 SOGGETTI MINORI SOC./ENTI	3,18 %
		SEAC LEASING	3,00 %
		OPERA EDUC. CRISTIANA	2,57 %
		LA SCUOLA SPA	2,57 %
		SEMINARIO MAGGIORE TRENTO	2,37 %
		IST. DIOCES. SOSTENTAMENTO D/CLERO	2,00 %
		MITTEL SPA MILANO	1,37 %
ITALCEMENTI SPA	3,78 %		
SOCIETA' EDITRICE SS. ALESSANDRO	3,78 %		
AMBROGIO BASSIANO SPA			
		DIOCESI DI BERGAMO	72,65 %
		SIT FIN SPA	11,59 %
		ITALMOBILIARE SPA	10,00 %
		INCOFIN SPA	4,00 %
		RATTI MARIO	1,00 %
		ARCIDIOCESI DI MILANO	0,38 %
		DIOCESI DI MILANO	0,38 %
OPERA DIOCESENA PRESERVAZIONE DELLA			
PRES. FEDE SETTIMANALE CATT. CO.	2,22 %		
ARVEDI GIOVANNI	1,26 %		
BERTAZZONI ROBERTO	1,26 %		
ABETE SPA	0,65 %		
		ABETE GIANCARLO	40,05 %
		ABETE LUIGI	40,05 %
		IMMOBILGRAF	10,00 %
		ABETE GRAFICA PARTECIPAZIONI SPA	9,90 %
COLLALTO GIUSTINIANI RECANATI CECILIA	0,65 %		
FINBA SPA	0,65 %		
		MATARRESE VINCENZO	30,00 %
		MATARRESE MICHELE	30,00 %
		MATARRESE AMTO	20,00 %
		MATARRESE ANTONIO	20,00 %
FOND. A. MERLONI PER SVILUPPO			
SOCIALE ED ECONOMICO	0,65 %		
ROSSI DI MONTELERA ERNESTO	0,33 %		
ROSSI DI MONTELERA LUIGI	0,33 %		
BIASI PAOLO	0,22 %		
FINCERAMICA SPA	0,22 %		
		CORTI MARIA	55,90 %
		MARAZZI FILIPPO	22,55 %
		MARAZZI ROSARIA	21,54 %
GRUPPO EDITORIALE FRANCO PANINI SPA	0,22 %		
		SPALLANZANI EMILIA	20,00 %
		PANINI FRANCO COSIMO	20,00 %
		PANINI MARIA TERESA	12,00 %
		PANINI LUCIA	12,00 %
		PANINI LUCA	12,00 %
		PANINI LAURA	12,00 %
		PANINI SILVIA	12,00 %
LODIGIANI GIUSEPPE	0,22 %		
MARCORA MARIO	0,22 %		
VERONESI CARLO	0,22 %		

BERGAMO INIZIATIVE EDITORIALI SRL
VIA S. BERNARDINO 120, BERGAMO

Capitale 199.000.000

BEGNINI SPA 20,00 %

assetto alla data 29/05/2000

BEGNINI LEONE GIOVANNI 40,00 %

BEGNINI GIOVANNI BATTISTA 40,00 %

BEGNINI MIRCO 10,00 %

BEGNINI GIANLUCA 10,00 %

DOBER SPA 20,00 %

LAZZARINI MARINO 80,80 %

GABBARINI SERGIO 13,60 %

SCALVINI ELIO 5,60 %

Segue: **BERGAMO INIZIATIVE EDITORIALI SRL**

RUGGERI SPA	20,00 %	RUGGERI IVAN	98,00 %
		BARCELLA GABRIELLA	2,00 %
TRAFILERIE ALLUMINIO ALEXSIA SPA	14,80 %	AGELLI BALDASSARE	38,00 %
		AGNELLI PAOLO	38,00 %
		AGNELLI METALLI SPA	20,00 %
		BALDASSARE AGNELLI SPA	4,00 %
AGNELLI METALLI SPA	12,60 %	AGNELLI PAOLO	50,00 %
		AGELLI BALDASSARE	50,00 %
BALDASSARE AGNELLI SPA	12,60 %	AGELLI BALDASSARE	50,00 %
		AGNELLI PAOLO	50,00 %

C.E.I.S. - COOPERATIVA EDITORIALE INFORMAZIONE STAMPA

PIAZZA GARIBALDI 17, ROVIO

Capitale 18.000.000 assetto alla data 14/11/2000

BERTUCCIO SAMUELE	11,10 %
BOSCARATO CRISTINA	11,10 %
BRAGGION MICAELA	11,10 %
BUONOCORE DIEGO	11,10 %
CANAZZA NICOLETTA	11,10 %
DA PIAI MARZIA	11,10 %
IURCOTTA GIORGIO	11,10 %
MARAGON CINZIO	11,10 %
STIEVANO NICOLA	11,10 %

CENTRO STAMPA REGIONALE SCRL
LARGO GUIDO CENCETTI 11/A, ROMA

Capitale 450.000 assetto alla data 28/02/1997 (informativa 2000 non pervenuta)

SOCI NON DEFINITI	100,00 %
-------------------	----------

COEDIP SCRL
VIA GROSIO 10/10, MILANO

Capitale 1.200.000 assetto alla data 15/05/2000

BARONI ENZO	8,30 %
COLOMBO ALDO	8,30 %
DE MARCO MASSIMO	8,30 %
FANNI FABIO	8,30 %
FISTAROL MAURIZIO	8,30 %
MANDULA GIOVANNI	8,30 %
MELANDRI ALBERTO	8,30 %
MIGLIACCIO LUIGI	8,30 %
ROSSI VALERIO	8,30 %
SANGREGORIO LUIGI	8,30 %
SPIUNELLI MAURO	8,30 %
TATARELLA GIUSEPPE	8,30 %
TRENTINI MARCO	8,30 %

CONQUISTE DEL LAVORO SRL
VIA NICOTERA 29, ROMA

Capitale 20.000.000 assetto alla data 30/06/2000

INFORMA CISL SOC. COOP. A.R.L.	51,00 %	9 PERSONE FISICHE VARIE	100,00 %
CISL - CONFED. ITAL. SIND. LAVORO	49,00 %		

COOP. NUOVA INFORMAZIONE ARL
VIA DEL SALE 19, CREMONA

Capitale 61.382.828 assetto alla data 29/04/2000

PERSONE FISICHE VARIE	100,00 %
-----------------------	----------

COOPED EDITRICE SCRL
VIA G. VASARI 4, ROMA

		assetto alla data 31/07/2000
9 PERSONE FISICHE VARIE	90,00 %	
GAUDENZI AUSIELLO UGO	10,00 %	

CORRIERE DELLO SPORT SRL
PIAZZA INDIPENDENZA 11/B, ROMA

Capitale 500.000.000		assetto alla data 14/05/2000
AMODEI ROBERTO	52,00 %	
ROSSI MARCELLA (Usufruttuaria)	48,00 %	

DITIESSSE SCRL
VIA DELLE PETUNIE 5-7, MODUGNO (BA)

		assetto alla data 26/05/2000
BILANCIA CLARA	4,00 %	
CAMERO ERMENEGILDA CORNELIA	4,00 %	
CAVONE VITO FRANCESCO	4,00 %	
CHIARELLI MARIA	4,00 %	
DE FACENDIS ORONZO	4,00 %	
DE PETRO TERESA	4,00 %	
DEL CORE VITO ANTONIO	4,00 %	
DI CESARE ANTONIO	4,00 %	
DI GEMMA MYRIAM	4,00 %	
DI LORENZO CALUDIA	4,00 %	
GAETA ANTONIA	4,00 %	
IMBO SILVIA	4,00 %	
LOSOLE ADDOLORATA	4,00 %	
LUCARELLI PIETRO GIOVANNI	4,00 %	
MASCELLARO MICHELE	4,00 %	
MATARRESE ROSALBA	4,00 %	
PANARELLI SARA	4,00 %	
PARLAVECCHIA ELISABETTA	4,00 %	
SCIALPI EMILIA	4,00 %	
SOLITARIO BRUNO	4,00 %	
TEDONE GAETANO	4,00 %	
TEDONE MARIA TERESA	4,00 %	
TOSCHES MARIANNA	4,00 %	
TURI ANNADELIA	4,00 %	
TURTURRO RITA STEFANIA	4,00 %	

DOMENICO SANFILIPPO EDITORE SPA
VIALE O.DA PORDENONE 50, CATANIA

Capitale 500.000.000		assetto alla data 29/06/2000
CIANCIO SANFILIPPO MARIO	99,96 %	
GUARNACCIA VALERIA	0,04 %	

E.A.G. SRL
VIALE CANTON TICINO 16/18, PAVIA

Capitale 1.577.000.000		assetto alla data 27/03/2000
FINEGIL EDITORIALE SPA	100,00 %	
		GRUPPO EDITORIALE
		L'ESPRESSO SPA
		100,00 %

E.QU.I. EDITRICE QUOTIDIANI INDIPENDENTI SPA
VIA DEL CORSO 117, ROMA

Capitale 583.092.000		assetto alla data 10/05/2000
ROSSELLI GASPARE	66,67 %	
DIACONALE ARTURO	16,67 %	
VOLPI GIULIANA	4,44 %	
CANCRINI LEONTINA	2,22 %	
DIACONALE CLAUDIO	2,22 %	
DIACONALE MARIA CRISTINA	2,22 %	
ROSSI STEFANIA	2,22 %	
DE PASQUALE DENISE	1,11 %	
DE PASQUALE SERGIO MARIO	1,11 %	
RIVA CORRADO	1,11 %	

EDI.ME. EDIZIONI MERIDIONALI SPA

VIA MONTELLO 10, ROMA

Capitale 94.000.000.000

CALTAGIRONE EDITORE SPA

90,00 %

assetto alla data 21/03/2000

CALTAGIRONE FRANCESCO GAETANO 25,00 %
 CALTAGIRONE SPA 20,00 %
 MANTEGNA 87 SRL 15,00 %
 FISPAR SRL 15,00 %
 PAR. FIN 76 SPA 10,00 %
 SIM SOC. ITAL. LAVORI MARITTIMI SPA 10,00 %
 VIANNINI LAVORI SPA 5,00 %
 VANINI INDUSTRIA SPA 4,00 %

ICAL SUD SRL

10,00 %

CALTAGIRONE FRANCESCO GAETANO 44,85 %
 S.I.S.E.S. SRL 39,75 %
 CALTAGIRONE GAETANO 12,70 %
 PAR. FIN 76 SPA 2,50 %
 FARSALO SA 0,20 %

EDITART SRL

VIA S.GIOVANNI IN LATERANO 152, ROMA

Capitale 100.000.000

SPALANZANI IVANO

99,00 %

CONFAUDIT SRL

1,00 %

assetto alla data 10/05/2000

CONFEDERAZIONE GENERALE
 ITALIANA DELL'ARTIGIANATO
 CONFARTIGIANATO 99,00 %
 EDITART SRL 1,00 %

EDITOR DI PAOLA SCAGLIOTTI E C. SAS

CORSO G.FERRARIS 2, TORINO

SCAGLIOTTI PAOLA

99,50 %

GASCO GABRIELE

0,50 %

assetto alla data 28/02/1997 (informativa 2000
 non pervenuta)

EDITORIALE '91 SCARL

VIA FILANDA 11, CATANZARO

Capitale 9.000.000

PERSONE FISICHE VARIE

100,00 %

assetto alla data 28/07/2000

EDITORIALE ARTIGIANATO E PICCOLA IMPRESA EMILIA ROMAGNA SRL

VIALE A.MORO 22, BOLOGNA

Capitale 20.000.000

CNA FEDERAZ.REG.EMILIA ROMAGNA

100,00 %

assetto alla data 30/05/2000

EDITORIALE BM ITALIANA SRL

VIA A.BARGONI 64/66, ROMA

Capitale 100.000.000

COOPERATIVA EDITORIALE EUROPA SPA

51,11 %

assetto alla data 02/05/2000

ALLIERI PATRIZIA 10,00 %
 BLASI ALBERTO 10,00 %
 STILLI NAZARENA 10,00 %
 MONTI NUNZIO 10,00 %
 LANDI BRUNA 10,00 %
 BLASI ANDREA 10,00 %
 BLASI GIOVANNI 10,00 %
 COZZI DARIO 10,00 %
 COZZI MANUELA 10,00 %
 BLASI ALESSANDRO 10,00 %

BLASI GIOVANNI

24,44 %

MONTI NUNZIO

24,44 %

EDITORIALE BRESCIANA SPA
VIA SOLFERINO 22, BRESCIA

Capitale 2.640.000.000

		assetto alla data 17/04/2000	
GOLD LINE SPA	65,60 %		
		FONDAZIONE GIUSEPPE TOVINI	91,60 %
		EDIZIONI STUDIUM SPA	2,80 %
		EDITRICE MORCELLIANA SPA	2,80 %
		TIPOGRAFIA CAMUNA SPA	2,80 %
PARTEDIT SRL	19,56 %		
		ISTITUTO DI CULTURA G. FOLONARI	
		FONDAZIONE BANCA C.A.B. (ENTE MORALE)	100,00 %
UNIFRA SA	6,81 %		
		GUSALLI BERETTA UGO	49,86 %
		GUSALLI BERETTA PIETRO	17,25 %
		GUSALLI BERETTA FRANCO	17,25 %
		CATTURICH ANNA	7,52 %
		BREDE DI CECINA INTERNATIONAL S.A.	6,92 %
		PONCELET MONIQUE	1,21 %
66 PERSONE FISICHE VARIE	3,56 %		
BREDE DI CECINA SPA	3,41 %		
		GUSALLI BERETTA UGO	57,60 %
		GUSALLI BERETTA FRANCO	19,05 %
		GUSALLI BERETTA PIETRO	19,05 %
		CATTURICH ANNA	2,90 %
		PONCELET MONIQUE	1,40 %
COMPAGNIA BS.NA INVEST. SPA	1,06 %		

EDITORIALE CIOCIARIA OGGI SRL
VIA PIETRO NENNI 6, MARINO

Capitale 20.000.000

		assetto alla data 27/06/2000	
COOPERATIVA EDITORIALE OGGI	51,00 %		
		ISIDORI ANTONIO	30,30 %
		FOR SRL	30,30 %
		BRUNORI PAOLO	30,30 %
		PERSONE FISICHE VARIE	9,10 %
POLARIS SRL	49,00 %		
		ROSSI ANGELO	99,00 %
		CIARRAPICO TULLIO	1,00 %
CIARRAPICO GIUSEPPE	1,00 %		

EDITORIALE CORRIERE SRL
CORSO TRIESTE 291, CASERTA

Capitale 198.000.000

		assetto alla data 31/12/1999	
CLEMENTE MAURIZIO	60,00 %		
CLEMENTE PASQUALE	30,00 %		
COCILOVO MARCO	8,00 %		
PERONE ERNESTO	2,00 %		

EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI
VIALE PALMANOVA 290, UDINE

Capitale 170.314.262.730

		assetto alla data 28/12/2000	
GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA	87,84 %		
		C.I.R. SPA	49,67 %
		PERSONE FISICHE VARIE	34,86 %
		CARACCILO CARLO	8,99 %
		CRESPI MOZZONI GIULIA MARIA	2,33 %
		SCUDDER KEMPER INVESTM. INC.	2,10 %
		FONDIGEST SPA	2,05 %
ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI DELLA PROVINCIA DI UDINE	9,16 %		
NORDESTMERCHANT SPA	3,00 %		

EDITORIALE GIORNALI ASSOCIATI SCRL

VIA GALVANI 4, FORLÌ

Capitale 610.750.000

assetto alla data 25/05/2000

PERSONE FISICHE VARIE 100,00%

EDITORIALE GIORNALISTI ASSOCIATI SCRL

VIA CALEFATI 6, BARI

Capitale 11.000.000

assetto alla data 16/11/2000

CAPUTO MARIELLA	9,09 %
D'ARENZO MARIA TERESA	9,09 %
DENTAMARO TERESA	9,09 %
NATALE ANGELA	9,09 %
PAVONE CECILIA	9,09 %
PAVONE COSIMO	9,09 %
PETRACHI CARLA MARIA	9,09 %
ROSSI FRANCESCO SAVERIO	9,09 %
SARACINO LORENA	9,09 %
SIMONE GIUSEPPE	9,09 %
SINIBALDI PALMA	9,09 %

EDITORIALE IL GAZZETTINO SRL (dal 18/12/00 al 31/12/00)

VIA TUCIDIDE 56/BIS, MILANO

Capitale 20.000.000

assetto alla data 18/04/2000

MULTIMEDIA PUBBLICITA' SPA 100,00 %

EDITORIALE LA NUOVA SARDEGNA SPA

VIA PORCELLANA 9, SASSARI

Capitale 150.000.000

assetto alla data 20/03/2000

FINEGIL EDITORIALE SPA 100,00 %

GRUPPO EDITORIALE

L'ESPRESSO SPA

100,00 %

EDITORIALE LA VERITA' SCRL

VIA S.LUCIA 34, NAPOLI

Capitale 9.000.000

assetto alla data 30/06/2000

DI BELLO MARCO	11,00 %
DI COSTANZO ANTONIO	11,00 %
DI MEGLIO DOMENICO	11,00 %
GHIONNI STEFANO	11,00 %
GIOVENTU' EMILIO	11,00 %
GRADO GNA GIORGIO	11,00 %
MARQUADT MARINO	11,00 %
TERLIZZI PAOLA	11,00 %
VERRUSIO PAOLA	11,00 %

EDITORIALE LAUDENSE SRL

VIA GAFFURIO 22, LODI

Capitale 180.000.000

assetto alla data 17/05/2000

OPERA DIOCESANA S. ALBERTO V.	80,00 %
CASA DEL SACRO CUORE	10,00 %
SEMINARIO VESCOVILE	10,00 %

EDITORIALE LINEA SRL

VIA PIEMONTE 32, ROMA

Capitale 20.000.000

assetto alla data 30/06/2000

RAUTI GIUSEPPE	70,00 %
PESCATORE CLAUDIO	30,00 %

EDITORIALE NORD SCRL
VIA MAGENTA 5, VARESE

Capitale 450.000

PERSONE FISICHE VARIE

100,00 %

assetto alla data 30/05/2000

EDITORIALE QUOTIDIANI SRL
VIA PIEVAIOLA KM 5, PERUGIA

Capitale 40.000.000

COOPERATIVA EDITORIALE SOC. COOP ARL100,00 %

assetto alla data 31/07/2000

BARBIERI ANDREA	11,11 %
DONATI ANTONIO	11,11 %
DONATI MASSIMILIANO	11,11 %
VICARELLI MATTEO	11,11 %
SABBATUCCI RICCARDO	11,11 %
REGI RICCARDO	11,11 %
PISELLI MARCO	11,11 %
DONATI VALENTINA	11,11 %
CASAVOLA LEDA	11,11 %

EDITORIALE SECONDA MANO SRL
VIA ARGELATI 1*A, MILANO

Capitale 4.000.000.000

TRADER COM FRANCE SA

100,00 %

assetto alla data 28/04/2000

EDITORIALE VESUVIO SRL
VICO II S.NICOLA ALLA DOGANA, NAPOLI

Capitale 1.199.000.000

RCS EDITORI SPA

48,97 %

assetto alla data 18/04/2000

D'AMICO ANTONIO	6,33 %
CAFIERO MARIA LAURA	5,88 %
ERGON MATERIE PLATICHE SPA	5,88 %

HOLDING DI PARTECIPAZIONE INDUSTRIALE SPA	100,00 %
---	----------

IMAP EXPORT SPA	5,88 %
-----------------	--------

CIMMINELLI FRANCESCO	99,90 %
SERBONI FRANCA	0,10 %

NUOVA DIMAR SAS	26,00 %
VALENTINI LUCIA	12,50 %
ANTINOLFI CARMELITA	12,50 %
CIMMINO GIANCARLO	8,00 %
LA MARCA PIETRO	5,50 %
DE ANGELIS RITA	5,50 %
CIMMINO LUCIANO	5,00 %
PERA MARCO	3,50 %
PERA LORENZO	3,50 %
GALLI GUALTIERO	3,00 %
PERA ANGELO	3,00 %
CIMMINO BARBARA	3,00 %
CIMMINO GIANLUIGI	3,00 %
DI VINCENZO MARIO	2,00 %
PERA ELENA	2,00 %
DI VINCENZO GAETANA	1,00 %

MAGLIANO FRANCESCO	5,88 %
MATACENA ELIO	5,88 %
OASI SRL	5,88 %

PINTO ALBERTO	99,50 %
GAUDIOSO GIOVANNA	0,50 %

FIORE GIORGIO	5,56 %
CESARO ERNESTO	2,94 %
IAVARONE BERNADETTA	0,32 %
ASCIONE GUSTAVO	0,29 %
FINGUIDA SRL	0,29 %

GUIDA MARIO	46,00 %
GUIDA GIUSEPPE	44,00 %
GUIDA DIEGO	10,00 %

EDITRICE EUROPA OGGI SRL
VIA APPIA ANTICA 400, ROMA

Capitale 190.000.000
ERCOLANI ANDREA 70,00 %
MASIERO ALBINA 30,00 %

assetto alla data 10/04/2000

EDITRICE GRAFIC DI GIORNALISTI SCRL
VIA MONTEARIOSO 14, MONTERIGGIONI

Capitale 124.820.000
PERSONE FISICHE VARIE 100,00 %

assetto alla data 27/06/2000

EDITRICE IL GIORNO SPA
VIALE MILANOFIORI STR. 3a PAL. B/10,
ASSAGO

Capitale 10.000.000.000
POLIGRAFICI EDITORIALE SPA 60,00 %

assetto alla data 06/03/2000

FINAVEST S.A. 40,00 %

MONRIF SPA 58,73 %
PERSONE FISICHE VARIE 32,86 %
SOCIETE' DE PARTICIPATION
FINANCIERE ITALMOBILIARE SA 8,41 %
MONTI MARIA LUISA RIFFESER 52,00 %
BANQUE GENERALE DU LUXEMBURG 48,00 %

EDITRICE LA STAMPA SPA
VIA CARLO MARENCO 32, TORINO

Capitale 4.160.000 (euro)
ITEDI SPA 100,00 %

assetto alla data 29/06/2000

FIAT SPA 100,00 %

EDITRICE LA VOCE SRL
VIA CAIROLI 73, RIMINI

Capitale 180.000.000
EDITORIALE QUOTIDIANI SRL 50,00 %

assetto alla data 31/07/2000

LA MIA TERRA SOCIETÀ COOPERATIVA ARL 50,00 %

COOPERATIVA EDITORIALE SOC.
COOP ARL 100,00 %

EDITRICE PAGINE LIBERE SRL
VIA APPIA ANTICA 400, ROMA

Capitale 20.000.000
PARTECO DI GOZZI MARIO & C. SAS 100,00 %

assetto alla data 30/06/2000

GOZZI MARIO 50,00 %
MIGLIOZZI GIANLUCA 50,00 %

EDITRICE S.I.E.I.C. SRL
VIA VALLE MIANO 13/H, ANCONA

Capitale 99.000.000
DIAMANTINI FABIO 80,00 %
SARTORI MARIA 20,00 %

assetto alla data 30/06/2000

EDITRICE SICILIANA SPA
VIA U.BONINO 15/C, MESSINA

Capitale 9.900.000.000
FONDAZIONE BONINO PULEJO 51,50 %
ITALMOBILIARE SPA 33,00 %

assetto alla data 06/07/2000

COMPAGNIA FIDUCIARIA NAZIONALE SPA
Fiduciarmente per conto di: PRIVITAL 42,28 %
NOMINATIVI VARI CON QUOTE
INFERIORI A 2% 38,18 %
MEDIOBANCA SPA 9,50 %
SAI SPA 3,35 %
GESTICREDIT 2,76 %

Segue: EDITRICE SICILIANA SPA

		ASSICURAZIONI GENERALI SPA	2,68 %
		ARCA SOC GEST. F. DI	2,40 %
MESSAPIA SRL	15,00 %	CIANCIO SANFILIPPO MARIO	98,57 %
		CIANCIO ANGELA	1,43 %
PULEJO FRANCESCO	0,50 %		

EDIZIONI AGAMI SRL

VIA CANONICO ROSSI 2, MADONNA DELLEOLMO

Capitale 50.000.000		assetto alla data 29/04/2000	
BORELLO ELISA	20,00 %		
BORELLO MARIO	20,00 %		
BORELLO PAOLO	20,00 %		
CASELLA ALBERTO	20,00 %		
BORELLO PIETRO	17,00 %		
TURINA PIERMARIO	3,00 %		

EDIZIONI BRESCIA SPA

VIA ERITREA 20/A, BRESCIA

Capitale 1.500.000.000		assetto alla data 09/05/2000	
SOCIETA' ATHEISIS SPA	100,00 %		
		SIFI SPA	42,68 %
		PROMOFIN SRL	17,73 %
		ARMELLINI ARRIGO	8,97 %
		FIDUCIARIA VINCENTINA SRL	7,02 %
		PARTINVEST SRL	3,74 %
		ATHENA SRL	3,39 %
		ROBBI EMILIO	1,91 %
		DEL POZZO LUCIANO	0,68 %
		LAVERDA GIOVANNA	0,68 %
		LOMBARDI RAFFAELE	0,68 %
		BISAZZA GIUSEPPE	0,68 %
		MEZZALIRA RINALDO	0,68 %
		AMENDUNI GRESELE MAURIZIO	0,68 %
		SINIGAGLIA RUGGERO	0,68 %
		BERTANI GIOVANNI	0,55 %
		BERTANI GAETANO	0,55 %
		RICCARDI PIETRO	0,36 %
		RIZZARDI GAETANO	0,36 %
		DALLE CARBONARE SANTE	0,34 %
		BORDIGNON ELDA	0,34 %
		MASATROTTO RINO	0,34 %
		VINCENTINI PAOLO	0,34 %
		ZUCCATO SERENI ZENI	0,34 %
		STELLA ALBERTO	0,34 %
		MASTROTTO MARIO	0,34 %
		INGUI GAETANO	0,34 %
		PERETTI GIUSEPPE WALTER	0,34 %
		BERTANI ALDA	0,28 %
		BERTANI ROSA	0,28 %
		FABRIS SIMONE	0,26 %
		FABRIS ANDREA	0,26 %
		AMENDUNI GRESELE MASSIMO	0,17 %
		AMENDUNI GRESELLA ERNESTO	0,17 %
		PERETTI LORELLA	0,17 %
		ZICHE VALENTINO	0,17 %
		PERETTI MARIA CRISTINA	0,17 %
		AMENDUNI GRESELE MICHELE	0,17 %
		AMENDUNI NICOLA	0,17 %
		VINCENTINI CRISTINA	0,17 %
		VINCENTINO RENATO	0,17 %
		DE' FRANCESCHI MATTEO	0,17 %
		RIZZARDI DIAMANTE	0,16 %
		ARVEDI ARVEDO	0,15 %
		CERTANI MADDALENA	0,15 %
		BERTANI RAFFAELLA	0,15 %
		ARVEDI ANNA CAROLINA	0,15 %
		BERTANI GIOVANNI	0,15 %
		ARVEDI GIOVANNI BATTISTA	0,15 %
		BERTANI GUGLIELMO	0,15 %
		ARVEDI PAOLO	0,15 %
		FORTUNA SILVIO	0,13 %
		BALTER BARBARA	0,10 %
		CORRADO GIANNI	0,09 %
		CORRADO PAOLA	0,09 %

Segue: **EDIZIONI BRESCIA SPA**

ADDA ROBERTO	0,09 %
ADDA MICHELE	0,09 %
BERTOLLO GIANNI BATTISTA	0,07 %
FARINA CICIGNA MARIA	0,05 %
FORTUNA WALTER	0,04 %

EDIZIONI DEL MEZZOGIORNO SRL
VIA ROMA 28, SALERNO

Capitale 190.000.000		assetto alla data 29/04/2000
FAIELLA PAOLO	50,00 %	
FAIELLA RAFFAELE	50,00 %	

EDIZIONI DEL ROMA SPA
C.SO VITTORIO EMANUELE II 21, ROMA

Capitale 1.500.000.000		assetto alla data 21/06/2000
FILIPPONIO ANGIOLA	40,17 %	
N. 86 PERSONE FISICHE VARIE	32,83 %	
ITALFID SPA	10,00 %	
PROMEDIT SRL	6,70 %	
		BOCCHINO ITALO 40,00 %
		FIorentino ALESSANDRO 25,00 %
		BENEDETTI ELEONORA 15,00 %
		GRECO MARIA GRAZIA 10,00 %
		VIRGILI IVO 5,00 %
		CELETTI AUGUSTO 5,00 %
TELE C SRL	2,00 %	
		FINSERVICE SRL 56,25 %
		IRIS SRL 40,21 %
		FINGEST SANITA' SRL 1,18 %
		MARINARI ANTONIO 1,18 %
		CALVI DOMENICO 0,60 %
		CARUSO MICHELA 0,59 %
LATERIFICIO PUGLIESE SPA	1,67 %	
		SCIANATICO MICHELE 51,00 %
		LATER.FIN SRL 37,00 %
		SCIANATICO CANIO 6,00 %
		SCIANATICO MARGHERITA 6,00 %
AMORUSO FRANCESCO MARIA	1,27 %	
SIMON FIDUCIARIA SPA	1,07 %	
ANTENNA FINANZIARIA SRL	0,67 %	
		ESPOSITI ALESSANDRA 10,00 %
		NAPOLITANO GAETANO 10,00 %
		RANELLUCCI LAURA 10,00 %
		RANELLUCCI RAFFAELE 10,00 %
		RILLETTI GIACOMO 10,00 %
		ESPOSITI PIER LUIGI 10,00 %
		DI VALERI PATRIZIA 10,00 %
		DI VALERI ANNA MARIA 10,00 %
		GIANFLONE MOTTOLA ALESSANDRO 10,00 %
		NAPOLITANO CARMELA 10,00 %
CASA DI CURA MALZONI SPA	0,60 %	
		MALZONI CARMINE 56,10 %
		MALZONI MARIA 34,65 %
		FERRANTE ANNAMARIA 3,33 %
		CIOPPA CARMELINA 2,85 %
		MALZONI ANNAMARIA 2,04 %
		MALZONI MARIO 2,04 %
CAMPOLONGO HOSPITAL SPA	0,40 %	
		GUERRINI GEMMA 6,92 %
		CENTRO ORTOPEDICO FISIOTER SPA 6,27 %
		LUCARELLI ANNAMARIA 6,19 %
		COLOMBIS LAURA 5,04 %
		VARINI ALESSANDRO 4,64 %
		ROMANO ARALDO 4,63 %
		ERCOLESSI GIANNA 4,50 %
		FURIANI BIANCA 4,40 %
		BOTTERI GIANGIACOMO 3,56 %
		PELLEGRINO MARIA LUISA 3,06 %
		MOLINARI RENATA 2,72 %

Segue: **EDIZIONI DEL ROMA SPA**

	BENZAN MARIA	2,58 %
	ZORZOLI MARIA ALESSANDRA	2,30 %
	HAUSBRANT ERIKA	2,22 %
	BOTTERI ELIO	2,13 %
	BOTTERI EZIO	2,13 %
	BARELA AURELIO	2,08 %
	VALDISTENO EGIDIA	1,73 %
	FUSARI FRANCO	1,70 %
	SCACCIATI ALDA LUISA MIMOSA	1,65 %
	BIANCHI VIRGINIA	1,59 %
	CHIANDUSSI DUILIO	1,58 %
	DE MAYER ANITA	1,46 %
	CORRADI LUIGIA	1,45 %
	GIADRINI LIA	1,27 %
	CHIANDUSSI GIULIO	1,21 %
	BENZAN SERENA	1,21 %
	VALLON GIANCARLO	1,19 %
	VALLON PIERPAOLO	1,19 %
	MORRA VINCENZA	1,10 %
	TAMARO ANNAMARIA	1,05 %
	TAMARO PAOLO	1,05 %
	CORTALE SILVANA	0,99 %
	LAURENTI LUCIA	0,97 %
	BENZAN GIORGIO	0,78 %
	DI FEDE SALVATORE	0,78 %
	NOVACCO TIZIANO	0,66 %
	DI FEDE PATRIZIA	0,65 %
	CARACCILO MARIO	0,56 %
	VARINI LETIZIA	0,51 %
	CAPONE GIULIANA	0,48 %
	RASAPEPE ROSA	0,48 %
	ERCOLESSI FABIO	0,37 %
	ERCOLESSI GIULIO	0,37 %
	SCHERCNA MARIA	0,37 %
	SEGATA LUCIANA	0,37 %
	SCHERCNA MARGHERITA	0,36 %
	COLOMBIS MARIAROSARIA	0,35 %
	VARINI GIULIO	0,33 %
	SEGATA LUCIO	0,29 %
	ZOLIA BRUNA	0,24 %
	MIURIN PAOLA	0,24 %
	COBAL MARINA	0,24 %
	OIO BRUNO	0,24 %
	FINZI MARTA	0,20 %
	FINZI GIULIA	0,20 %
	BELLOSGUARDO GENNARO	0,19 %
	CAMISA ONDINA	0,19 %
	PACINI LELIA	0,18 %
	PACINI ORETTA	0,18 %
	MOTTA CLARA	0,18 %
	SHERGNA EMANUELA	0,18 %
	STEFANI ROBERTO	0,16 %
	GAMBARO QUIRINO	0,14 %
	GURRERA WILLIAM	0,13 %
	FINZI FURIO	0,12 %
	AUGOSTINI GIORGIO	0,12 %
	CHIANDUSSI MARIO	0,10 %
	D'ONOFRIO LUIGI	0,09 %
	PRANDIN ALBERTO	0,08 %
	TROMBETTI CLAUDIO	0,07 %
	CAMISA FRANCESCO	0,06 %
	SCHIZZI GABRIELLA	0,06 %
	VALENTINUZZI ANTONELLA	0,05 %
	VALENTINUZZI PAOLO	0,05 %
	CARACCILO FRANCESCA MARIA	0,04 %
	GRISI GERARDO	0,00 %
CASA DI CURA MONTEVERGINE SPA	0,40 %	
	MALZONI CARMINE	16,08 %
	MALZONI MARIA	15,90 %
	MOTTOLA GAETANO	10,34 %
	FORNI NICOLA	6,68 %
	TESORIO TULLIO NICOLA MARIA	5,24 %

Segue: EDIZIONI DEL ROMA SPA

		TESORIO PAOLA	5,21 %
		SECCHI RAIMONDA	4,90 %
		MOTTOLA STEFANIA	4,09 %
		MOTTOLA MARIA	4,09 %
		MOTTOLA MARINA	3,89 %
		MENNA PASQUALINA	3,63 %
		PORTOGHESE MICHELE	2,44 %
		SPIDALIERI MARIA GABRIELLA	2,07 %
		SPIDALIERI ATTILIO	2,07 %
		TAGLIAFERRI AMELIA	1,90 %
		ROSSI LIVIO	1,60 %
		ROSSI GIAMPAOLO	1,60 %
		ROSSI ARMANDO	1,60 %
		SPIDALIERI GIANLUCA	1,27 %
		SPIDALIERI CARLO	1,27 %
		BELLITTI GUIDO	0,82 %
		BELLITTI FABIANA	0,82 %
		MOTTOLA CARLO	0,22 %
		COPPOLA VINCENZO	0,10 %
CASA DI CURA N. SIGNORA DI LOURDES SPA	0,40 %		
		LIGUORO GIOVANNA	13,02 %
		LIGUORO CLAUDIA	13,02 %
		LIGUORO ANTONELLA	13,02 %
		CARLINO ELIDE	10,54 %
		BRINKMANN MARIA GIOVANNA	9,19 %
		GRAVINA GIOVANNA	6,08 %
		MANFELLOTTO LAURA	5,90 %
		GRAVINA TARA	5,73 %
		GRAVINA EMANUELA	5,63 %
		MARANO ELENA	3,55 %
		MARANO MARCO	3,41 %
		ROUE SUSAN	3,33 %
		MANFELLOTTO RITA	3,29 %
		RISPOLI MATILDE	2,89 %
		FIORILLO RITA	2,60 %
		GANGI ARMIDI	0,91 %
GEPOS SRL	0,40 %		
		DI SANTO SILVANA	31,20 %
		ROMANO RAFFAELE	15,60 %
		BARBIERI MICHELE	15,60 %
		CIMMINO SANTA	15,60 %
		DE.CA SRL	14,00 %
		MUSTO PASQUALE	8,00 %
LA NUOVA DOMIZIANA SPA	0,40 %		
		FERRIELLO ANNAMARIA	34,50 %
		TAGLIAFERRO TERESA	9,00 %
		CENDALI PIGNATELLI MICAELA	4,60 %
		ZACCHIA ANGELINA	4,00 %
		AFFAITI WANDA	3,00 %
		PISCIOTTA OLIMPIA	2,60 %
		SANTORO ANNA LUIGIA	2,00 %
		SCHIAVONE LUIGI	2,00 %
		DANIELA ANGELA	1,30 %
		DELLI CARPINI GIOVANNI	1,30 %
		PALLADINO GIUSEPPA	1,30 %
		PROTA RITA	1,30 %
		VERNAGLIA LOMBARDI LUIGI	1,30 %
		EREDI DI LETIZIA LUIGI	1,00 %
		SCHIAVONE GIUSEPPINA	1,00 %
		CORREGGIA CONCETTA	1,00 %
		TELLA DONATA GIOVANNA ALBA	0,65 %
		PANETTI LUCIO	0,65 %
		LETIZIA ANNA	0,65 %
		BRUDETTI MARIA	0,65 %
LANTERNA EDITRICE SRL	0,27 %		
		ARCURI ANNUNZIATA	70,00 %
		MASSARO GIUSEPPE	30,00 %
CASA DI CURA TRUSSO	0,20 %		
		TRUSSO FRANCESCO	99,26 %
		DE GASPERIS RACHELE	0,74 %
CLINICA VILLA DEI FIORI SRL	0,20 %		

		CICCARELLI FRANCESCO	43,42 %
		CICCARELLI GIULIANO	43,42 %
		RADICE ALMERICO	5,54 %
		CIARAMELLA ELISA	2,65 %
		COPPOLA EMILIA	1,45 %
		SANSEVERINO ENRICO	1,12 %
		MANGIARULO GEMMA	0,92 %
		IODICE CARMELA	0,74 %
		SANTORIUS RENATA	0,74 %
VILLA ROMANAZZI CARDUCCI SRL	0,17 %		
		RANIERI LORENZO	51,00 %
		DI FONZO ROSA	49,00 %
CASA DI CURA LA MADONNINA SRL	0,07 %		
		NUNZIATA TERESA	90,00 %
		IOVINE MARIANTONIETTA	10,00 %
EDITOR ITALIA SRL	0,07 %		
		TIRELLI LUCIA SANTINA	50,00 %
		EVENGELISTI ELENA	50,00 %
TIERREGI CONFEZIONI SPA	0,07 %		
		CALDARELLI ANGELO	95,00 %
		CARDARELLI GAETANO	5,00 %

EDIZIONI METRO SRL

VIA DELLA LEGA LOMBARDA 32, ROMA

Capitale 10.330

assetto alla data 20/06/2000

MODERN TIMES GROU MTG AB 100,00 %

EDIZIONI PIEMONTESE SPA (dal 01/01/00 al 27/07/00)

VIA BRUNO BUOZZI 10, TORINO

Capitale 1.050.000 (euro)

assetto alla data 30/06/2000

GORIA PARTECIPAZIONI SRL 14,26 %

GORIA ERMINIO RENATO 50,00 %

GORIA FRANCESCO 50,00 %

IMGO SRL 9,52 %

GRUPPO GORLA SPA 100,00 %

SASSAO MARIO 9,52 %

PAOLO GRAFICA SPA 6,66 %

ALMA SPA 32,71 %

MEDIA SAS 20,71 %

PICOLLO CRISTINA 9,12 %

AGENZIA SANDIANO SNC 7,63 %

BASTERIS FULVIO 5,45 %

ATLANTIDE SRL 4,36 %

NAN ENRICO 3,84 %

AGU' FABRIZIO 3,27 %

BONGIOVANNI STEFANO 3,27 %

MARCHISIO ENRICO 3,27 %

FUSTA ALBERTO 1,30 %

RAVASIO ROSARIA 1,30 %

SAV DI ZULIANI E ARIAUDO SAS 1,09 %

CIRAVEGNA MARZIO 1,09 %

AIMERI ALESSANDRO 1,09 %

AGU' ALBERTO 0,43 %

ALESSIO MARIO VITTORIO 4,76 %

ASS. PER IL BUONGOVERNO DEL CANAVESE 4,76 %

BONARIO MARIO 4,76 %

CASA DI CURA PRIVATA CITTA' DIPRA SPA 4,76 %

ORCHIDEA SRL 12,10 %

DEGIO ANNINI CELESTINA 6,91 %

DI CARO ALBERTO 6,53 %

CIRAVEGNA ELISABETTA 5,67 %

MIZRAHIL MONIQUE 5,39 %

BRIZIO GIACOMO 5,21 %

OLIVERO MARIA 5,08 %

LA COLLINA SS 4,93 %

BARBERO SERGIO 4,83 %

VICO GIUSEPPE 4,33 %

CIRAVEGNA EDUARDO 3,75 %

BRUNO DOMENICA 3,50 %

Segue: **EDIZIONI PIEMONTESE SPA (dal 01/01/00 al 27/07/00)**

		BIELLI ALBERTO	3,50 %
		OLIVERO LORENZA	3,44 %
		GIUSTETTO LIDIA	3,39 %
		TARTAGLINO MARINELLA	3,33 %
		SARDI GIANFRANCO	3,33 %
		CRAVERO GIORGIO	3,09 %
		DI CARO EMANUELE	1,61 %
		CIRAVEGNA IRENE	1,35 %
		EGGENER DAVID	1,17 %
		EGGENER DANIEL	1,17 %
		FANTI ADRIANA	1,02 %
		MANGO ANTONIO	1,00 %
		MONTAGNA DANIELA DORETTA	1,00 %
		DI CARO ALESSANDRO	1,00 %
		BRIZIO FRANCESCO	1,00 %
		DI CARO ELENA	1,00 %
CITTADINI DELL' ORDINE SPA	4,76 %		
		ARCANGELA SPA	60,87 %
		CREMONTE PSTORELLO ALESSANDRO	26,09 %
		FUNGI ANNA	13,04 %
DOMUS SPA	4,76 %		
		PREVIDE PRATO GIOVANNI	60,19 %
		FERIA MIRELLA	39,81 %
EDITRICE BIELLA E VERCELLI SRL	4,76 %		
		SAINI MARZIA	51,00 %
		NESPOLI MARIO	20,00 %
		BOSCHETTI LOREDANA	14,00 %
		GABOTTO GUIDO	10,00 %
		POTASSO ROBERTA	5,00 %
FM SS	4,76 %		
FUTURA SS	4,76 %		
SOCIETA' EUROPEA DI EDIZIONI SPA	4,76 %		
		PAOLO BERLUSCONI FINANZIARIA SRL	58,33 %
		ARNOLDO MONDADORI EDITORE SPA	21,12 %
		BHOLDING SPA	9,00 %
		FIED SPA	8,55 %
		BOROLI MARCELLA	3,00 %
TIUMPN GROUP SRL	4,76 %		
		IDRAS HOLDING LLC	90,00 %
		BORCHARDI SHERI LYNN	10,00 %
PAOLO BERLUSCONI FINANZIARIA SRL	4,25 %		
		BERLUSCONI PAOLO	99,50 %
		BERLUSCONI ALESSIA	0,50 %
ABBATE GIULIO	3,33 %		

**EDIZIONI PROPOSTA SUD
VIA ANNARUMMA 39, AVELLINO**

Capitale	20.000.000	assetto alla data 21/05/2000
FESTA GIOVANNI	40,00 %	
FESTA ANTONIO	20,00 %	
FESTA NATASCIA	20,00 %	
FESTA SIMONA	20,00 %	

**EDIZIONI RIFORMISTE SCRL
PIAZZA DELLA ROTONDA 7, ROMA**

Capitale 450.000		assetto alla data 10/01/1999 (informativa 2000 non pervenuta)
BARZETTI MASSIMO	11,11 %	
EROE PIERA	11,11 %	
GERMANI ROBERTA	11,11 %	
GIORDANO ANTONELLA	11,11 %	
MATTIOLI MARISA	11,11 %	
ROSSI BRUNA	11,11 %	
SOARES SANDRA	11,11 %	
TERILLI CLAUDIA	11,11 %	
ZERI STEFANO	11,11 %	

EGIPI SCRL

VIA DELLE PETUNIE, MODUGNO

assetto alla data 28/04/2000

ANTONACCI FRANCESCO	11,11 %
BERARDINI NICOLA	11,11 %
CONTENTO VITO ANTONIO	11,11 %
GIANNINI PIERO	11,11 %
RUSSO MARIA	11,11 %
SORRENTINO FRANCESCO	11,11 %
TEDONE BIAGIO	11,11 %
TROIA GIUSEPPE	11,11 %
VIOLANTE ROBERTO	11,11 %

ESSECI SRL

C.DA FOCE 12 D, CAMPOBASSO

Capitale 20.000.000

assetto alla data 27/09/2000

ANGIOLINI CARMELA	50,00 %
DI CRISTOFARO SABRINA	50,00 %

FINEDIT FINANZIARIA EDITORIALE SRL

VIA G.ROSSINI 2, CASTROLIBERO

Capitale 20.000.000

assetto alla data 01/06/1998 (informativa 2000 non pervenuta)

DODARO FRANCESCO	51,00 %
MARANESE SPA	47,00 %

DODARO GIUSEPPE	33,33 %
DODARO SANTO	33,33 %
CANONACO LISA	11,11 %
DODARO FRANCESCO	7,41 %
DODARO ANTONELLA	7,41 %
DODARO MARIA GABRIELLA	7,41 %

DE ROSE CARLO	1,00 %
GALLINA FRANCESCO	1,00 %

FINEGIL EDITORIALE SPA

VIA PO 12, ROMA

Capitale 34.925.000.000

assetto alla data 14/07/2000

GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA	100,00 %
----------------------------------	----------

CIR SPA	49,67 %
PERSONE FISICHE VARIE	36,91 %
CARACCILO CARLO	8,99 %
CRESPI MOZZONI GIULIA	2,33 %
SCUDDER KEMPER INVESTM. INC.	2,10 %

GIORNALE DI SICILIA EDITORIALE POLIGRAFICA SPA

VIA LINCOLN 21, PALERMO

Capitale 5.000.000.000

assetto alla data 12/04/2000

ARPI SPA	63,40 %
----------	---------

ARDIZZONE ANTONIO	47,40 %
PIRRI MARIO	26,30 %
PIRRI ARDIZZONE ANDREA	6,30 %
PIRRI ARDIZZONE LUCA	6,30 %
PIRRI ARDIZZONE MARIA FIORA	4,70 %
PIRRI ARDIZZONE AMBRA	4,70 %
APE SPA	4,30 %

APE SPA	20,00 %
---------	---------

ARDIZZONE ANTONIO	99,01 %
ARDIZZONE FEDERICO	0,33 %
ARDIZZONE ROSAMARIA	0,33 %
ARDIZZONE GIADA	0,33 %

CIANCIO SANFILIPPO MARIO	8,30 %
NEW TRIEP INVESTIMENTOS E SERVIÇOS LIMITADA	8,30 %
NEW TRIPETINVESTIMENTOS E SERVIÇOS LIMITADA	8,30 %

GIORNALE L'ETRURIA SCRL
LOC. VALLONE 34/B, CORTONA

Capitale 1.600.000

PERSONE FISICHE VARIE

100,00 %

assetto alla data 31/12/1999

GIORNALISTI & POLIGRAFICI ASSOCIATI SCRL
VIA ALFANA 39, ROMA

Capitale 30.000.000

N. 19 PERSONE FISICHE VARIE

assetto alla data 19/03/2001

100,00 %

GIORNALISTI E POLIGRAFICI SCRL
VIA ARCHIMEDE 169R, GENOVA

Capitale 150.000.000

assetto alla data 03/05/1999 (informativa 2000 non pervenuta)

AGOSTEO GUDIO	2,00 %
ANABEVOLI PAOLO	2,00 %
ANGELI GEROLAMO	2,00 %
AUREO GUGLIELMINA	2,00 %
BACCEGHIN CLAUDIO	2,00 %
BAGORDA ANDREA	2,00 %
BALDINI CESARE	2,00 %
BARILLA' SUSANNA	2,00 %
BARZAGHI ANNA	2,00 %
BIZZARRI CLAUDIO	2,00 %
BOZANO EDOARDO	2,00 %
BREGANTE GIORGIO	2,00 %
BUCCIARELLI RICCARDO	2,00 %
CAMBRI MARIA CRISTINA	2,00 %
CAMPO LUIGI	2,00 %
CAMPOLO GIOVANNI	2,00 %
COLLIVA DANIELA	2,00 %
COLLIVA LILIANA	2,00 %
COLLUCCIA ANNAMARIA	2,00 %
DE TOTERO PAOLO	2,00 %
DI CARLO MONICA	2,00 %
DIONISI MASSIMILIANO	2,00 %
FERRO ANDREA	2,00 %
GAMBINO PIERLUIGI	2,00 %
GUERRA LOREDANA	2,00 %
LUGLI ATTILIO	2,00 %
MARCHETTI VINCENZO	2,00 %
MASSINISSA GIANNI	2,00 %
MIGHIELI MAURIZIO	2,00 %
MONETTI ALESSANDRA	2,00 %
MORETTI MIRCO	2,00 %
MOTTOLA MICHELE	2,00 %
NERI ANGELINA	2,00 %
NSTRI ALESSANDRO	2,00 %
OLIVARI PIERO	2,00 %
OTTONELLO ROMEO	2,00 %
PANCIERA FLORIANO	2,00 %
PARODI ANNA	2,00 %
PERA SABRINA	2,00 %
PUPPO SUIGINO	2,00 %
PUSILLO EDOARDO	2,00 %
RABAUDO MIRIANA	2,00 %
RAMOS GUIDO	2,00 %
RISSETTO STEFANO	2,00 %
TOGNINI PATRIZIA	2,00 %
VALDEMI MARIA ROBERTA	2,00 %
VARI' MICHELE	2,00 %
VELIZZONE DOMENICO	2,00 %
ZUNINO MONICA	2,00 %

GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA

VIA PO 12, ROMA

Capitale 64.593.703 (euro) assetto alla data 14/07/2000

CIR SPA	49,67 %
PERSONE FISICHE VARIE	36,91 %
CARACCILO CARLO	8,99 %
CRESPI MOZZONI GIULIA	2,33 %
SCUDDER KEMPER INVESTM. INC.	2,10 %

IL CAMPANILE

LARGO ARENULA 34, ROMA

Capitale 20.000.000 assetto alla data 14/11/2000

CIMMINO TANCREDI	90,00 %
MASTELLA MARIO CLEMENTE	10,00 %

IL FOGLIO QUOTIDIANO SRL

LARGO CORSIA DEI SERVI 3, MILANO

Capitale 190.000.000 assetto alla data 25/05/2000

BARTOLINI MIRIAM	38,00 %	ZUCCHEDDU DIANA SIMONETTA	50,00 %
EDITRICE LA PAGINA SRL	22,00 %	ZUCCHEDDU SERGIO	50,00 %
FERRARA GIULIANO	15,00 %		
VERDINI DENIS	15,00 %		
COLASANTO LUCA	10,00 %		

IL GIORNALE DEL PIEMONTE SRL (dal 28/07/00 al 31/12/00)

VIA B. BUOZZI 10, TORINO

Capitale 1.520.000.000 assetto alla data 25/01/2001

SARDI SILVIO	78,94 %	BERLUSCONI PAOLO	99,50 %
PAOLO BERLUSCONI FINANZIARIA SRL	13,15 %	BERLUSCONI ALESSIA	0,50 %
POCCHIARI DINATO	7,89 %		

IL MANIFESTO COOPERATIVA EDITRICE SCRL

VIA TOMACELLI 146, ROMA

Capitale 879.368.282 assetto alla data 20/07/2000

PERSONE FISICHE VARIE	99,89 %
REDS PICCOLA COOPERATIVA ARL	0,11 %

IL MESSAGGERO SPA

VIA DEL TRITONE 152, ROMA

Capitale 94.000.000 assetto alla data 24/12/1999

CALTAGIRONE EDITORE SPA	90,00 %	CALTAGIRONE FRANCESCO GAETANO	25,00 %
		CALTAGIRONE SPA	20,00 %
		MANTEGNA 87 SRL	15,00 %
		FISPAR SRL	15,00 %
		PAR. FIN 76 SPA	10,00 %
		SIM SOC. ITAL. LAVORI MARITTIMI SPA	10,00 %
		VIANNINI LAVORI SPA	5,00 %
		VANINI INDUSTRIA SPA	4,00 %
ICAL SUD SRL	10,00 %	CALTAGIRONE FRANCESCO GAETANO	44,85 %
		S.I.S.E.S. SRL	39,75 %
		CALTAGIRONE GAETANO	12,70 %
		PAR. FIN 76 SPA	2,50 %
		FARSALO SA	0,20 %

IL POPOLO SRL			
VIA DEL GESU' 62, ROMA			
Capitale 20.000.000		assetto alla data 27/04/2000	
BACCARINI ROMANO	100,00 %		
IL SOLE 24 ORE SPA			
VIA PAOLO LOMAZZO 52, MILANO			
Capitale 50.000.000.000		assetto alla data 11/05/2000	
CONFINDUSTRIA	51,00 %		
AEDIFICATIO SPA	43,55 %		
		CONFINDUSTRIA	100,00 %
INTERNATIONAL PRESS SCRL			
VIA GIACOMO CONTESSA 14/A E 14/B, POZZUOLI			
Capitale 18.000.000		assetto alla data 30/04/2000	
BRANCACCIO UMBERTO	11,11 %		
COLUCCI GRANCESCO	11,11 %		
DE GREGORIO SERGIO	11,11 %		
DI DONATO GIULIO	11,11 %		
LAVITOLA VALTER	11,11 %		
PANICO RAFFAELE	11,11 %		
PILLITERI STEFANO	11,11 %		
RANUCCI FABIO	11,11 %		
RICCARDI MAURIZIO	11,11 %		
ITALIA OGGI EDITORI ERINNE SRL			
VIA M.BURIGOZZO 5, MILANO			
Capitale 180.000.000		assetto alla data 30/06/2000	
COITALIA FISCALE E GIURIDICA SCRL	50,01 %		
		CASE EDITORI SRL	38,40 %
		RICCARDI ANGELO EUGENIO	7,70 %
		MASCHERONI CARLO MARIA	7,70 %
		MAFFI ENRICO	7,70 %
		LIBRIO FRANCESCO	7,70 %
		GIORGI AGOSTINO	7,70 %
		FUSA EMANUELA ITALIA	7,70 %
		CAPOLINO MARCO	7,70 %
		CAMBIERI LUCIA	7,70 %
CLASS EDITORI SPA	49,00 %	EUROCLASS MULTIMEDIA HOLDING	47,23 %
		PERSONE FISICHE VARIE	44,31 %
		PANERAI PAOLO	8,46 %
PAOLO PANERAI EDITORI SAS	0,60 %	PANERAI PAOLO	99,90 %
		TERRENGHI VITTORIO	0,10 %
CAPOLINO GABRIELE	0,10 %		
MAGNASCHI PIERLUIGI	0,10 %		
ROSSI ALESSANDRO	0,10 %		
ITALMEDIA SCRL			
VIA FLAMINIA 19, ROMA			
Capitale 4.500.000		assetto alla data 20/06/2000	
CAPRILE ELENA	11,00 %		
CAPRILE MICHAEL ANDREW	11,00 %		
CARDARELLI MARIA MILENA	11,00 %		
FUSCO MARIA PIA	11,00 %		
MARINO ALESSANDRO	11,00 %		
METZ FIORETTA	11,00 %		
NICASO MASSIMILIANO	11,00 %		
VALDISERRI MARIELLA	11,00 %		
ZUCCONI GALLI FONSECA MICAELA	11,00 %		

ITALMEDIA SRL

VIA MONTEGRAPPA 51/D, CAMPOBASSO

Capitale 20.000.000

assetto alla data 31/12/1999

ANGIOLINI CARMELA	45,00 %
DI CRISTOFARO SABRINA	45,00 %
GALASSO ANTONIO	5,00 %
SALUPRO GIUSEPPE	5,00 %

LA PREALPINA SRL

VIA TAMAGNO 13, VARESE

Capitale 200.000.000

assetto alla data 02/05/2000

SOCIETA' EDITORIALE VARESINA SPA	100,00 %	FERRARO ROBERTO	75,39 %
		GELMI DI CAPORIANCO SERGIO	6,33 %
		MATTIAZZO MARINA GELMI DI	
		CAPORIANCO	6,32 %
		53 PERSONE FISICHE VARIE	5,55 %
		BABINI CATTANEO ROBERTO	3,30 %
		BABINI CATTANEO ACHILLE	3,11 %

LA PROVINCIA DI COMO EDITORIALE SPA

VIA PAOLI 21, COMO

Capitale 3.140.500.000

assetto alla data 27/04/2000

SOCIETA' EDITRICE SS. ALESSANDRO		DIOCESI DI BERGAMO	72,65 %
AMBROGIO BASSIANO SPA	80,13 %	SIT FIN SPA	11,59 %
		ITALMOBILIARE SPA	10,00 %
		INCOFIN SPA	4,00 %
		RATTI MARIO	1,00 %
		ARCIDIOCESI DI MILANO	0,38 %
		DIOCESI DI MILANO	0,38 %
SOCIETA' EDITORIALE VARESINA SPA	11,60 %	FERRARO ROBERTO	75,39 %
		GELMI DI CAPORIANCO SERGIO	6,33 %
		MATTIAZZO MARINA GELMI DI	
		CAPORIANCO	6,32 %
		53 PERSONE FISICHE VARIE	5,55 %
		BABINI CATTANEO ROBERTO	3,30 %
		BABINI CATTANEO ACHILLE	3,11 %
31 PERSONE FISICHE VARIE	5,64 %		
ITALFID SPA	2,63 %		

L'APPRODO SRL

VICO MADONNELLA (TRAVERSA VIA SEMINARIO), AVELLINO

Capitale 30.000.000

assetto alla data 15/06/2000

TEOREO SRL	96,00 %	34 PERSONE FISICHE VARIE	24,30 %
		CARUSO CAMILLO	13,44 %
		DE PALMA ANTONIO	11,72 %
		PENNICCI MARIA	9,70 %
		URCIVOLI CARMINE	7,89 %
		LEONE FELICE	7,89 %
		IANNARONE SERVICE SRL	6,68 %
		DE SIMONE MICHELE	6,00 %
		BARBAGALLO FRANCA	3,08 %
		IANTOSCA GIOVANNA	2,75 %
		BOCCIA MARIA ROSARIA	2,46 %
		CECERE MANILA	2,17 %
		PETRUZZIELLO UGO	2,04 %
ARGENIO CHIARA	1,00 %		
CARUSO CAMILLO	1,00 %		
FESTA GIOVANNI	1,00 %		
LEONE FELICE	1,00 %		

L'AVVISATORE MARITTIMO SRL			
PIAZZA PICCAPIETRA 21, GENOVA			
Capitale 87.435.000		assetto alla data 06/06/2000	
EDITORIALE PERRONE SPA	100,00 %		
		ITAL PRESS HOLDING SPA	40,00 %
		PERRONE CARLO e MARIO	30,00 %
		BRIVIO SFORZA CESARE	30,00 %

L'EDITORIALE SRL			
VIALE UNITA' D' ITALIA 177/B, TARANTO			
Capitale 90.000.000		assetto alla data 30/04/2000	
LUCARELLI GIACOMO	64,00 %		
GENNARINI VALENTINO	29,00 %		
DE IACOMO MARIO	5,00 %		
FORNARO ALBERTO	2,00 %		

L'EDITRICE ROMANA SPA			
PIAZZA COLONNA 366, ROMA			
Capitale 1.500.000.000		assetto alla data 28/04/2000	
DB COSTRUZIONI IMMOBILIARI SRL	98,00 %		
		BONIFACI DOMENICO	80,00 %
		CASSON GIANNI	20,00 %
BONIFACI ANGELA	2,00 %		

LIBERA INFORMAZIONE EDITRICE SPA			
VIA SIRACUSA 57, PALERMO			
Capitale 1.495.976.000		assetto alla data 07/07/2000	
SOCI VARI	100,00 %		

LIBERI EDITORI SRL			
PIAZZA GRAZIOLI 5, ROMA			
Capitale 20.137.208		assetto alla data 29/04/2000	
CAULDNNELL SARA	99,00 %		
GARLANDA MARIA VITTORIA	1,00 %		

L'UNIONE SARDA SPA			
VIALE REGINA ELENA 12, CAGLIARI			
Capitale 9.038.550.000		assetto alla data 23/02/2000	
VIDEO UNIONE SPA	100,00 %		
		SIRCA GIAN PIETRO	50,00 %
		PINNA GIOVANNI DOMENICO	50,00 %

L'UNITA' EDITRICE MULTIMEDIALE SPA			
VIA DEI DUE MACELLI 23/13, ROMA			
Capitale 25.194.938.868		assetto alla data 08/06/2000	
PARTITO DEMOCRATICO DELLA SINISTRA	47,50 %		
TOSINVEST FINANZIARIA SPA	20,00 %		
ASSET SPA	19,05 %		
PARTECIPAZIONI EDITORIALI SRL	9,50 %		
FONDAZIONE ITALIANI EUROPEI	3,80 %		
ITALIANI EUROPEI	0,20 %		
FID - FIDUCIARIA INVESTIM.	0,00 %		
GUERRA PIETRO	0,00 %		
SOREPROFA SPA	0,00 %		

M.R.C. SRL			
VIALE DEL POLICLINICO 131, ROMA			
Capitale 1.000.000.000		assetto alla data 28/06/2000	
PARTITO DELLA RIFONDAZIONE COMUNISTA Fiduciarmente per conto di:			
CLAUDIO CIRASSI	100,00 %		

MILANO FINANZA EDITORI SPA
VIA M.BURIGOZZO 5, MILANO

Capitale 561.225.000
CLASS EDITORI SPA

86,05 %

assetto alla data 30/06/2000

EUROCLASS MULTIMEDIA HOLDING 47,23 %
PERSONE FISICHE VARIE 44,31 %
PANERAI PAOLO 8,46 %

MARMORA SRL

10,16 %

COMPAGNIA FIDUCIARIA NAZIONALE
SPA Fiduciarmente per conto di: CIULLI
SILVANA E PANERAI
BRUNERO 100,00 %

COSTA NOVARO NICOLETTA 1,34 %
PANERAI PAOLO 1,33 %
CAPOLINO GABRIELE 0,45 %
ROSSI ALESSANDRO 0,45 %
MAGNASCHI PIERLUIGI 0,22 %

MODENA NOTIZIE SRL
VIA ULISSE ALDROVANDI 61, MODENA

Capitale 42.000.000

assetto alla data 24/10/2000

BALDAZZI ALBERTO 46,00 %
CAPONETTO NICO ROBERTO 46,00 %
BALBI PAOLO 8,00 %

N.E.A. - NUOVA EDITORIALE ATESEINA SRL SOCIETA' UNIPERSONALE
VIA DANTE 5, BOLZANO

Capitale 19.362.700

assetto alla data 01/12/2000

INIT INIZIATIVE IMMOBILIARI
TRENTINE SRL 100,00 %

GELMI DI CAPORACCO SERGIO 50,00 %
MATTIAZZO GELMI DI CAPORACCO
MARINA 50,00 %

NUOVA EDITORIALE OGGI SRL
VIA ENNA 4, APRILIA

Capitale 20.000.000

assetto alla data 27/06/2000

COOP. EDITORIALE ITALIANA 51,00 %

PAGLIARI LEOPOLDO 33,84 %
ELICROSS SRL 30,76 %
GALLOZZI ANTONIO 30,76 %
PASCALE ANNA 0,76 %
PUGLIESE FERNANDA 0,76 %
VELLUCCI LORENA 0,76 %
DI MICO PAOLO 0,76 %
DI MAURO MARIO 0,76 %
TEDESCO CARMINE 0,76 %

MEDITERRANEA PART. EDITORIALE 49,00 %

PETAZZO MARISA 99,00 %
CIARRARICO GIUSEPPE 1,00 %

NUOVA EDITORIALE SPORTIVA SRL
CORSO SVIZZERA 185, TORINO

Capitale 1.000.000.000

assetto alla data 30/06/1998 (informativa 2000 non
pervenuta)

PERIODICA SRL 99,00 %

AMODEI ROBERTO 51,00 %
AMODEI ROBERTO
(in usufrutto a Rossi M.) 49,00 %

AMODEI ROBERTO 1,00 %

NUOVA EDITORIALE TIPOGRAFICA SRL (dal 01/01/00 al 30/11/00)
VIA DANTE 5, BOLZANO

Capitale 200.000.000

assetto alla data 28/04/2000

INIT INIZIATIVE IMMOBILIARI
TRENTINE SRL 90,00 %

Segue: **NUOVA EDITORIALE TIPOGRAFICA SRL (dal 01/01/00 al 30/11/00)**

		GELMI DI CAPORIANCO SERGIO	50,00 %
		MATTIAZZO MARINA GELMI DI CAPORIANCO	50,00 %
GELMI DI CAPORIANCO SERGIO	5,00 %		
MATTIAZZO MARINA GELMI DI CAPORIANCO	5,00 %		

**PAGINE SANNITE SCRL
VIA ISABELLA MORRA 12, BENEVENTO**

Capitale 185.000 assetto alla data 30/04/2000
N. 29 PERSONE FISICHE VARIE 100,00 %

**POLIGRAFICI EDITORIALE SPA
VIA ENRICO MATTREI 106, BOLOGNA**

		assetto alla data 17/04/2000	
Capitale 66.000.000.000			
MONRIF SPA	58,73 %		
		MONTI RIFFESER FINANZIARIA SRL	50,10 %
		PERSONE FISICHE VARIE	28,90 %
		INFI INDUSTRIALE FINANZIARIA SPA	13,40 %
		SOLITARIE SPA	5,20 %
		CREDIT SUISSE	2,40 %
PERSONE FISICHE VARIE	32,86 %		
SOCIETE' DE PARTICIPATION FINANCIERE ITALMOBILIARE SA	8,41 %		

**PR.A.E. PROMOZIONE ATTIVITA' EDITORIALE SPA
VIA DEI MONTECCHI 6, TRIESTE**

		assetto alla data 27/04/2000	
Capitale 3.000.000.000			
ZADRUGA PRIMORSKI DNEVNIK SOC. COOP. ARL	100,00 %		
		PERSONE FISICHE VARIE	96,50 %
		EUROSAVA SRL	3,50 %

**PUBLIMEDIA SRL
VIA ATELLANA 19, AVERSA**

		assetto alla data 05/05/2000	
Capitale 500.000.000			
CHIANESE CIPRIANO	14,07 %		
NESPOLI LUIGI	14,07 %		
SARDO RAFFAELE	7,04 %		
TORCHIARO MARIO	5,91 %		
PRIMA SUD SRL	5,63 %		
BORRATA CONCETTA	4,22 %		
DI SARNO PIETRO	2,81 %		
VERZILLO CORRADO	2,81 %		
VALENTINO DOMENICO	2,71 %		
SAGLIOCCO GIUSEPPE	2,53 %		
NATALE RENATO FRANCO	2,25 %		
BELARDO DOMENICO	1,97 %		
CAPUTO NICOLA	1,97 %		
MORETTI ANDREA	1,97 %		
CAMPORONE CARMELA	1,41 %		
COMPARONE DARIO PAOLO	1,41 %		
COPPOLA ANDREA	1,41 %		
DI MATTIA ERNESTO	1,41 %		
DI PASQUALE GIANLUCA	1,41 %		
DI PASQUALE MASSIMILIANO	1,41 %		
DI PASQUALE SILVIO	1,41 %		
GATTO VICTOR	1,41 %		
IMPRE.CO.CONSORZIO RL	1,41 %		
MELFI GIULIO	1,41 %		
SOC. PUNTO H. ARL	1,41 %		
SPEZZAFERRI GIOVANNI	1,41 %		
TORINO RAFFAELE	1,41 %		
DELLA VOLPE FEDELE	0,84 %		
MERENDA LUIGI	0,84 %		

Segue: PUBLIMEDIA SRL

ARZANO TERESA	0,70 %
SERRA GIUSEPPE	0,56 %
VETTONE FRANCESCO	0,56 %
ARPAIA CARLO	0,42 %
DE MAIO ANIELLO	0,42 %
ALLINI ERNESTO	0,28 %
GIANFICO GENNARO	0,28 %
MAURIELLO LUIGI	0,28 %
PARENTE GIOVANNI	0,28 %
RECCIA PIETRO	0,28 %
BALDASCINO MAURO	0,14 %
ZAMPELLA FRANCESCO	0,14 %
NOTARANTONIO LORETO	0,06 %

R.C.S. EDITORI SPA

VIA A. RIZZOLI N. 2, MILANO

Capitale 50.000.000.000

assetto alla data 04/05/2000

HOLDING DI PARTECIPAZIONE

INDUSTRIALE SPA 100,00 %

MEDIOBANCA SPA	11,32 %
SICIND SPA	11,21 %
GEMINA SPA	7,20 %
ASSICURAZIONI GENERALI SPA	2,64 %
ITALMOBILIARE SPA	2,55 %
ITALCEMENTI SPA	2,26 %
BANCO AMBROSIANO VENETO SPA	2,00 %

R.I.P. RIVISTA ITALIANA PETROLIO SRL

VIA AVENTINA 19, ROMA

Capitale 20.000.000

assetto alla data 30/04/2000

COZZI MARINA 90,00 %

BORROMEO GIOVANNI G. 10,00 %

S.E.C. SOCIETA' EDITORIALE CREMONESE SPA

VIA DELLE INDUSTRIE 2, CREMONA

Capitale 200.000.000

assetto alla data 28/04/2000

LIBRERIA ASSOC. AGRIC. CREM. 99,00 %

CREMONA DATA 1,00 %

LIBRERIA ASSOC. AGRIC. CREM.	99,92 %
BALESTRERI GIROLAMO	0,02 %
MAESTRONI MARIO	0,02 %
BOLLI BATTISTA	0,02 %
PASQUALI CESARE	0,02 %

S.E.G.E.A. SOCIETA' EDIZIONE GIORNALI E AFFINI SPA

VIA EMILIO CASA 5/A, PARMA

Capitale 10.000.000.000

assetto alla data 08/05/2000

GRECI GILBERTO Fiduciariamente per
conto di: UNIONE PARMENSE

INDUSTRIALI 77,93 %

S.E.G.E.A SPA 10,00 %

PERSONE FISICHE VARIE 7,92 %

CASELLA FRANCO Fiduciariamente per
conto di: UNIONE PROVINCIALE

AGRICOLTORI 3,64 %

BARILLA GUIDO 1,56 %

BARILLA LUCA 1,56 %

BARILLA PAOLO 1,35 %

TANZI CALISTO 1,28 %

SERRA MARIA STEFANIA 0,62 %

BOCCHIALINI FABRIZIO Fiduciariamente
per conto di: ASSOCIAZIONE

PROVINCIALE COMMERCianti 0,51 %

BORMIOLI FRANCESCO 0,31 %

BORMIOLI GIOVANNI 0,31 %

Segue: **S.E.G.E.A. SOCIETA' EDIZIONE GIORNALI E AFFINI SPA**

BORMIOLI MARIA EMILIA	0,31 %
BORMIOLI ROCCO	0,31 %
PERONI PAOLO ALESSANDRO	0,09 %
BERTOZZI CARLO ALBERTO	0,07 %
BERTOZZI MARIA TERESA	0,07 %
VIANI ELIO	0,03 %
SERRA GIANDOMENICO	0,01 %
CORAZZA GIACOMO	0,01 %
BERTORA ALBERTO	0,01 %
PAGANI GIULIANO	0,01 %
BELLUZZI CARLO	0,01 %
UNIONE PARMENSE INDUSTRIALI	0,01 %
CANTARELLI FABIO MASSIMO	0,00 %
MELI LUPO	0,00 %

S.E.P. SOCIETA' EDIZIONI E PUBBLICAZIONI SPA
PIAZZA PICCAPIETRA 21, GENOVA

Capitale 300.000.000		assetto alla data 06/06/2000	
EDITORIALE PERRONE SPA	100,00 %	ITAL PRESS HOLDING SPA	40,00 %
		PERRONE CARLO	30,00 %
		BRIVIO SFORZA CESARE	30,00 %
		EDISPACE N.V.	0,00 %

S.E.S.A.A.B. SPA
VIALE PAPA GIOVANNI XXIII 118, BERGAMO

Capitale 15.700.000.000		assetto alla data 08/05/2000	
DIOCESI DI BERGAMO	72,65 %	RADICI PALMIRO	94,00 %
SIT FIN SPA	11,59 %	RADICI NICOLA	3,00 %
		RADICI MARCO ANTONIO	3,00 %
ITALMOBILIARE SPA	10,00 %	COMPAGNIA FIDUCIARIA NAZIONALE SPA Fiduciarimente per conto di: PRIVITAL	42,28 %
		NOMINATIVI VARI CON QUOTE INFERIORI A 2%	38,18 %
		MEDIOBANCA SPA	9,50 %
		SAI SPA	3,35 %
		GESTICREDIT	2,76 %
		ASSICURAZIONI GENERALI SPA	2,68 %
		ARCA SOC GEST. F. DI	2,40 %
INCOFIN SPA	4,00 %	ZANETTI MATTEO	20,00 %
		ZANETTI LAURA	20,00 %
		ZANETTI MARIA	20,00 %
		COTTARELLI MARIA	20,00 %
		ZANRTTI PAOLO	20,00 %
RATTI MARIO	1,00 %		
ARCIDIOCESI DI MILANO	0,38 %		
DIOCESI DI MILANO	0,38 %		

S.E.T.A. SPA
VIA A. VOLTA 10, BOLZANO

Capitale 2.000.000.000		assetto alla data 24/03/2000	
CIMA BRENTA SPA	100,00 %	GRUPPO EDITORIALE L' ESPRESSO SPA	71,00 %
		ISA	16,00 %
		GENERALBAU	11,00 %
		GENTILINI CRISTINA	0,67 %
		GENTILINI ALESSANDRO	0,67 %
		MENEGUZZER GIOVANNA	0,67 %

SERVIZI ORGANIZZATIVI PROMOZIONALI SRL
CORSO VITTORIO EMANUELE II 326, ROMA

Capitale 40.000.000

assetto alla data 30/06/2000

DI SEGNI ANDREA	30,00 %
LA MALFA GIORGIO	30,00 %
RUSPANTINI GIUSEPPE	30,00 %
EDIZIONI REPUBBLICANE SRL	10,00 %

LA VOCE REPUBBLICANA SCRL	52,00 %
TARTAGLIA GIANCARLO	12,00 %
RUSPANTINI GIUSEPPE	12,00 %
LA MALFA GIORGIO	12,00 %
DI SEGNI ANDREA	12,00 %
BRUNO RICCARDO	11,11 %
NAPOLEONE TERESA	11,11 %

SOCIETA' DEI GIORNALISTI SRL
VIA CAMPO SAMAROTTO 10, REGGIO EMILIA

Capitale 58.000.000

assetto alla data 24/10/2000

VILLA MASSIMILIANO	25,86 %
CHILLONI FRANCESCA	17,24 %
GHIGGINI PIERLUIGI	17,24 %
VIGNALI GIOVANNI	17,24 %
BARTOLI ALEX	8,62 %
FORTE SIMONE	8,62 %
NASI LORENZO	5,17 %

SOCIETA' EDITORIALE LA SCARANA SNA
VIA NAPOLI 84, BENEVENTO

assetto alla data 30/04/2000

D'AMICO ANTONELLA	50,00 %
DE CRISTOFARO ANTONIO	50,00 %

SOCIETA' EDITRICE ESEDRA SRL
VIA PARIGI 11, ROMA

Capitale 150.000.000

assetto alla data 22/05/2000

HIGH MANAGEMENT CONSOLTING SRL	60,00 %
BASSOLI MASSIMO	20,00 %
ETELFIN SRL	20,00 %

VITTUCCI VALENTINA	50,00 %
VITTUCCI FRANCESCA	50,00 %
CONTI ANNA MARIA	87,00 %
D'AMATO DONATELLA	13,00 %

SOCIETA' EDITRICE PADANA SPA
VIA TORINO 110, MESTRE

Capitale 7.646.438.000

assetto alla data 01/07/1999 (informativa 2000 non pervenuta)

ROSSI LUIGINO	16,69 %
S.E.P. SOCIETA' EDITRICE PADANA SPA	9,55 %
EDIZIONE HOLDING	8,83 %

SOCIETA' IN ACCOMANDITA PER AZIONI

DI GILBERTO BENETTON E C.	99,20 %
BENETTON CARLO	0,20 %
BENETTON GILBERTO	0,20 %
BENETTON GIULIANA	0,20 %
BENETTON LUCIANO	0,20 %

BISAZZA GIUSEPPE	8,27 %
CAOVILLA RENE FERNANDO	7,52 %
GRUPPO COIN SPA	7,12 %
GECOS GENERALE DI COMMERCIO SPA	5,52 %
CEMENTI ZILLO SPA	4,94 %

ZILLO GIOVANNI	35,21 %
MASSAINI ALICE	19,56 %
STORNI ALESSANDRA	17,60 %
ZILLO ADRIANA	17,60 %
MONTI GIORGIO	10,00 %

Segue: **SOCIETA' EDITRICE PADANA SPA**

ROSSI DINO	3,95 %
E.G.P. SPA	3,09 %
SIMOD SPA	2,68 %
STEFANEL GIUSEPPE	2,47 %
BEGGIO IVANO	2,15 %
VACCARI FRANCO	2,08 %
NAR SPA	1,79 %
BEDESCHI GUGLIELMO	1,67 %
VICENTINI LUIGI	1,62 %
SERENISSIMA HOLDING SPA	1,48 %
BERICA FINANZIARIA SPA	1,39 %
VICENZI GIUSEPPE	1,08 %
MODEFIN SPA	0,84 %
ROSSI DIEGO	0,77 %
FINCO LUIGI	0,65 %
FRATELLI SICHIROLLO	0,61 %
ALMA SAS DI EREDI PAOLO PADOVA	0,59 %
DONDI ELLI	0,52 %
PADOVA ALBERTO	0,36 %
PADOVA MARIA TERESA	0,36 %
ARCOLIN GIAMPAOLO	0,33 %
VERONESI BRUNO	0,25 %
VERONESI CARLO FRANCESCO	0,25 %
VERONESI GIORDANO	0,25 %
VERONESI LUISA	0,17 %
VERONESI MARCELLA	0,17 %

SOCIETA' EUROPEA DI EDIZIONI SPA
VIA G.NEGRI 4, MILANO

Capitale 4.872.000.000

PAOLO BERLUSCONI FINANZIARIA SRL	58,33 %	assetto alla data 28/04/2000	
		BERLUSCONI PAOLO	99,50 %
		BERLUSCONI ALESSIA	0,50 %
ARNOLDO MONDADORI EDITORE SPA	21,12 %		
		FININVEST SPA	48,31 %
		CISALPINA GESTIONI SPA	2,39 %
		GOVERN OF SINGAPORE INVEST CORPORATION PTE LTD	2,01 %
BHOLDING SPA	9,00 %		
		BOROLI SILVANO	79,56 %
		BOROLI GIULIO	5,00 %
		BOROLI FILIPPO	5,00 %
		BOROLI CARLO	5,00 %
		BOROLI ACHILLE	5,00 %
		VERRI ELENA	0,44 %
FIED SPA	8,55 %		
BOROLI MARCELLA	3,00 %	ARNOLDO MONDADORI EDITORE SPA	100,00 %

SOCIETA' INIZIATIVE EDITORIALI SRL
VIA MISSIONI AFRICANE, TRENTO

Capitale 3.000.000.000

INIT INIZIATIVE IMMOBILIARI		assetto alla data 28/04/2000	
TRENTINE SRL	90,00 %		
		GELMI DI CAPORIAZZO SERGIO	50,00 %
		MATTIAZZO MARINA GELMI DI CAPORIAZZO	50,00 %
GELMI DI CAPORIAZZO SERGIO	5,00 %		
MATTIAZZO MARINA GELMI DI CAPORIAZZO	5,00 %		

SOCIETA' TOSCANA DI EDIZIONI SPA
VIA CITTADELLA 31, FIRENZE

Capitale 1.416.000.000

VERDINI DENIS	12,90 %	assetto alla data 24/07/2000	
BALLERINI ROBERTO	6,45 %		

Segue: SOCIETA' TOSCANA DI EDIZIONI SPA

CENTURELLI DANILO	6,45 %		
COLASANTO LUCA	6,45 %		
COMFIN SRL	6,45 %		
		MAZZEI NICOLETTA	74,50 %
		BALDUINO GIUSEPPE	20,50 %
		BALDUINO BENEDETTA CRISTIANA	5,00 %
FIESOLI ALESSANDRO	6,45 %		
PARISI MASSIMO	6,45 %		
PIETRINI ANTONIO	6,45 %		
SEVIAN	6,45 %		
STROZZI MAJORCA RENZI GIROLAMO	6,45 %		
VERDINI ETTORE	6,45 %		
BIANCHI GABRIELE	3,23 %		
FOSSOMBRONI MARIA SIMONETTA	3,23 %		
LANCASTERI ANGELO	3,23 %		
LAZZARESCI LUIGI	3,23 %		
PAOLO BERLUSCONI FINANZIARIA SRL	3,23 %		
		BERLUSCONI PAOLO	99,50 %
		BERLUSCONI ALESSIA	0,50 %
SOCIETA' EUROPEA DI EDIZIONI SPA	3,23 %		
		PAOLO BERLUSCONI FINANZIARIA SRL	58,33 %
		ARNOLDO MONDADORI EDITORE SPA	21,12 %
		BHOLDING SPA	9,00 %
		FIED SPA	8,55 %
		BOROLI MARCELLA	3,00 %
TENTI STEFANO	3,23 %		

**STABILIMENTO TIPOGRAFICO PIACENTINO SAPA
VIA BENEDETTINE 68, PIACENZA**

Capitale 1.799.000.000		assetto alla data 25/03/2000	
OCIPETE SRL	50,00 %		
		PRATI ENRICA	75,00 %
		RONCONI DONATELLA	25,00 %
COMUNIONE PRATI - CIOLLARO	29,43 %		
COMUNIONE RONCONI - PRATI - CIOLLARO	19,45 %		
PRATI ENRICA	0,56 %		
RONCONI DONATELLA	0,50 %		
CIOLLARO IVAN	0,05 %		
CIOLLARO MAURIZIO	0,01 %		

**SVEDIT SUD SPA
CORSO GARIBALDI 215, SALERNO**

Capitale 1.500.000.000		assetto alla data 26/03/2001	
FINEGIL EDITORIALE SPA	100,00 %		
		GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA	100,00 %

**T. & P. EDITORI SRL
LOCALITA' SERRAMONDA SS 280, MARCELLINARA**

Capitale 700.000.000		assetto alla data 27/06/2000	
TALARICO DOMENICO	48,00 %		
PERUZY ANDREA	20,00 %		
TALARICO GUIDO	19,00 %		
TOSATN GIORGIO	10,00 %		
LAZZARO BIANCA	1,00 %		
PERRELLI FILIPPO	1,00 %		
TALARICO BARBARA	1,00 %		

**TAGESZEISTUNG GmbH/ SRL
VIA ARGENTIERI, 5, BOLZANO**

Capitale 190.000.000		assetto alla data 28/02/1998 (informativa 2000 non pervenuta)	
SUEDTIROL TREND PROMOTION KG	66,00 %		
		LENTSCH PETER	85,00 %
		BACHER MARGARETH	7,60 %
		LENTSCH CRISTOPH	7,30 %
		CZENIN HUBERTUS	0,10 %
LENTSCH CRISTOPH	34,00 %		

VITTORIO FELTRI EDITORE & C. SPA
VIA MERANO 18, MILANO

Capitale 660.000.000		assetto alla data 18/04/2001	
PATACCONI STEFANO	64,00 %		
EFFEPI FINANZIARIA SRL	36,00 %		
		FELTRI VITTORIO	51,00 %
		PATACCONI STEFANO	49,00 %

VIDIEMME SCARL
PIAZZA SORDELLO 12, MANTOVA

Capitale 40.000.000		assetto alla data 30/04/2000	
BERGAMIN LUCA	10,00 %		
BONARDI CESARE	10,00 %		
COOPERATIVA EDITORIALE SOC. COOP ARL	10,00 %		
		SABBATUCCI RICCARDO	11,11 %
		BARBIERI ANDREA	11,11 %
		CASAVOLA LEDA	11,11 %
		DONATI ANTONIO	11,11 %
		DONATI MASSIMILIANO	11,11 %
		DONATI VALENTINA	11,11 %
		VICARELLI MATTEO	11,11 %
		REGI RICCARDO	11,11 %
		PISELLI MARCO	11,11 %
GANDOSI ROMANO ANGELO	10,00 %		
LUCCHINI MONICA	10,00 %		
MATTELLINI DAVIDE	10,00 %		
PANCERA FRANCESCA	10,00 %		
PELLEGRINI MAURIZIO	10,00 %		
PETTENATI MARCO	10,00 %		
TARPINI ALESSIO	10,00 %		

4. L'EDITORIA ELETTRONICA

4.1. Un nuovo mercato editoriale: dalla carta ad Internet

Negli ultimi dieci anni il profilo dell'editoria è cambiato significativamente. Originariamente popolato da imprese identificabili chiaramente da una testata quotidiana o periodica, il settore si è sviluppato prevalentemente attraverso quelli che in gergo vengono definiti "editori puri", ovvero editori con interessi economici quasi esclusivamente legati alla stampa. Oggi, in tutto il mondo, l'editoria è, invece, diventata parte di un sistema economico più ampio, di conglomerate che hanno il loro *core business* nel campo dei *media*, ma sono aperte a sinergie e alla convergenza.

La ormai storica fusione tra Time Warner e America on Line, così come tra il gruppo Bertelsmann e l'inglese Pearson, evidenziano la presenza di pochi gruppi di grandi dimensioni. La digitalizzazione può consentire risparmi o lo sviluppo di nuove attività, ma la produzione di contenuti di interesse economico richiede spesso grosse concentrazioni e capacità finanziaria. Le tendenze di mercato emerse a livello internazionale nel corso del 2000 mostrano una funzione trainante delle cosiddette *net company* negli Stati Uniti ed un predominio invece delle società telefoniche in Europa. Tuttavia, il 2001 ha, com'è ampiamente noto, fortemente ridotto la capitalizzazione di borsa di molti gruppi editoriali e so-

cietà di telecomunicazioni, facendo sembrare iperboliche numerose delle somme pagate per acquisire, talora, poco più che un parco clienti e qualche soluzione di *marketing* (tabella 3.47).

Tabella 3.47 - Le principali operazioni multimediali internazionali del 2000

Acquirente	Acquisito	Valore (miliardi di dollari)
Aol	Time Warner	181,8
Pccw	Hong Kong C&W	38
Vivendi-Canal Plus	Seagram	33,4
Telefonica-Terra	Lycos	12,5
Telecom Italia	Seat P. G.	10
Tiscali	Worldonline	5,24
Telefonica-Terra	Endemol	5
Bertelsmann	Cdnow	0,157

Fonte: Federcomin, Arcipelago Internet 2000

In Italia, nel corso del 1999 e ancor più nel 2000, con un incremento notevole degli investimenti destinati alla Rete, i grandi e piccoli editori hanno abbandonato il cauto atteggiamento difensivo per sfruttare le opportunità di Internet in modo nuovo. La Rete è stata usata non solo come luogo di mera trasposizione dei prodotti *off line*, ma diventa l'occasione per offrire agli utenti servizi nuovi e integrativi, anche attraverso la creazione di società dedicate, capaci di creare valore e di proporsi sul mercato.

È interessante notare (tabella 3.48) come soprattutto gli editori di piccola dimensione, con un fatturato inferiore ai cinque miliardi di lire, considerino la Rete come una nuova opportunità di *business*; le piccole case editrici risultano infatti le più attive nella realizzazione di siti a bassa interattività, ma con servizi di *e-commerce*.

Tabella 3.48 - Modo di presenza su Internet per dimensione della casa editrice (valori in percentuale)

		Media	<5 Md	5-10	10-20	>20Md
Una sola pagina che annuncia la presenza dell'editore su Internet	Home page	6,5	7,4	7,1	13,3	-
Sito di presentazione dell'azienda, catalogo titoli, con nulla/bassa interattività	Vetrina	34,4	38,3	32,1	33,3	26,7
Sito di presentazione che permette anche un processo di e-comm	Negozio virtuale	31,8	45,7	17,9	33,3	6,7
Sito con medio/alto grado di interattività per acquisto prodotti download di software documenti, invio di messaggi, ecc.	Casa editrice interattiva	21,4	8,6	32,1	13,4	50,0
Sito che oltre a gestire prodotti/servizi si propone come un nodo di una costellazione di siti affini	Portale	5,9	-	10,8	6,7	16,6
Base		154	81	28	15	30

Fonte: Ufficio Studi Aie, aprile 2000

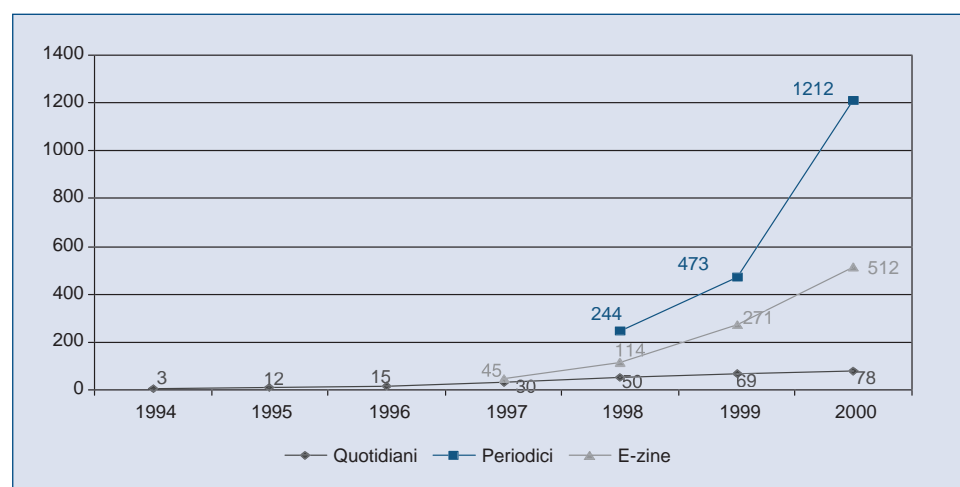
Sull'interattività puntano invece le case editrici più grandi, con un fatturato superiore ai venti miliardi di lire: ben il 50% degli editori più importanti ha realizzato siti che consentono di effettuare, oltre all'*e-commerce*, scambi di documenti o di messaggi tra l'editore e i suoi utenti. Le case editrici maggiori configurano, inoltre, in senso generalista il proprio sito per l'accesso a servizi e contenuti informativi. Questa offerta è il risultato di progressive trasformazioni del rapporto tra gli editori tradizionali ed Internet. Mentre nel 1998 e nella prima parte del 1999 erano per lo più le società di telecomunicazioni ad effettuare acquisizioni di società o gruppi editoriali operanti in Rete, nella seconda metà del 1999 e all'inizio del 2000 sono gli editori a instaurare partecipazioni e, in alcuni casi, a rilevare società di fornitura di contenuti o di sviluppo di attività sul *web*. Gli editori maggiori, cioè, si configurano come fornitori di contenuto (*content provider*) che operano in rete per la creazione di portali. Queste nuove attività degli editori si svolgono in competizione (e in convergenza) con i fornitori di accesso ad Internet (ISP - *Internet Service Provider*), con le società di produzione audiovisiva e con gli operatori delle telecomunicazioni.

4.2. L'informazione on line

Il numero delle testate editoriali presenti in Internet è cresciuto in misura esponenziale a partire dal 1994, anno in cui *L'Unione Sarda*, con un esperimento pionieristico, ha iniziato la pubblicazione *on line* del giornale.

I quotidiani consultabili in Rete sono passati da 5, nel 1995, a 70, nel 2000. Tra il 1995 e il 1996 realizzano la propria edizione *on line* tutti i maggiori quotidiani italiani. Nel 1997 e 1998 si registrano due importanti av-

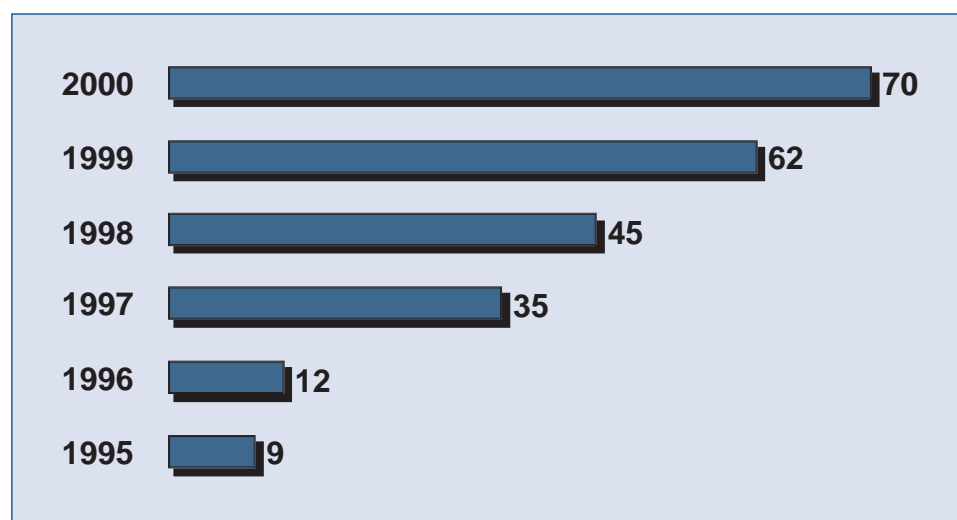
Figura 3.26 - Crescita dell'editoria on line negli ultimi anni



Fonte: Agenda del Giornalista/Internet Mediasurfer (2001)

venimenti: nascono i primi *e-zine* (*electronic magazine*), siti di informazione che non hanno un corrispettivo cartaceo; inoltre, realizzano i propri siti le agenzie di stampa (Reuters, Associated Press, Ansa, Adnkronos, Asca). Nel 1998 e 1999, oltre alla nascita dei maggiori portali realizzati da editori, si consolida un approccio complesso alle risorse *on line*. I siti non sono più semplici vetrine, ma prodotti originali in grado di offrire servizi innovativi e di operare in collaborazione con l'edizione cartacea. Nascono i siti dei telegiornali. Infine, nel 1999-2000 si ha la crescita di utenti: si arriva a circa dieci milioni di utenti (tabella 3.49) e il 71% degli editori ha un proprio sito. I quotidiani nel 2000 raggiungono le settanta unità: quarantanove i quotidiani locali, 14 quelli specializzati e sette i nazionali.

Figura 3.27 - Numero dei quotidiani italiani in rete



Fonte: Rielaborazione su varie fonti

Tabella 3.49 - Principali siti di news on line (per contatti/giorno)

Base: utilizzano internet per leggere on line	URL	Numero contatti (.000)	%
La Repubblica	(www.repubblica.it)	1138	33.5%
Il Sole24Ore	(www.ilsole24ore.it)	1052	31.0%
Il Corriere della Sera	(www.corriere.it)	570	16.8%
Milano Finanza	(www.milanofinanza.it)	211	6.2%
La Stampa	(www.ciaoweb.it)	155	4.6%
La Gazzetta dello Sport	(www.gazzetta.it)	152	4.5%
Ansa	(www.ansa.it)	109	3.2%
Televideo RAI	(www.televideo.rai.it)	85	2.5%
AdnKronos	(www.adnkronos.it)	85	2.5%
AGI Agenzia Giornalistica Italiana	(www.agenziaitalia.it)	16	0.5%
Asca	(www.asca.it)	15	0.5%
Altro		899	26.5%
Non indica		483	14.2%

Fonte: Between - aprile 2000 - Speciale per Prima Comunicazione

4.3. I portali

Il mercato dei portali e dei cosiddetti infomediari può essere segmentato in base alla natura dei contenuti e del tipo di interazione con gli utenti.

L'International Data Corporation (IDC) ha identificato cinque tipologie di portali/infomediari.

I *portali generalisti* (Yahoo!, Excite, Altavista, Kataweb ecc.) rappresentano la prima forma di intermediazione e si occupano di un unico tema, proponendosi come una sorta di guida ad Internet.

I *portali di accesso* si sono configurati come tali quando gli ISP, da semplici fornitori di accesso, hanno cominciato a fornire contenuti o applicazioni.

I *portali di comunità o aggregativi* comprendono le cosiddette comunità virtuali (*chat, forum* ecc.), cioè luoghi d'incontro per lo scambio e la condivisione di informazioni e contenuti su un interesse comune.

I *portali per la vendita* identificano i siti in cui avvengono comunemente transazioni di tipo commerciale (*Electronic Mall, Business to Consumer, Business to Business, Consumer to Consumer*).

I *portali informativi o media*, infine, includono in generale il settore dei *content provider*, quindi media e comunicazione (televisione, editoria, cinema).

Va tuttavia sottolineato come una ulteriore distinzione, trasversale rispetto alla precedente, può essere operata tra portali *verticali*, cioè attivi esclusivamente su un settore o su un tema (finanza, banche, turismo, salute ecc.) e *orizzontali*, che forniscono informazioni o percorsi di accesso per diversi settori o aree.

La tabella 3.50 riporta i 20 principali domini visitati da utenti italiani in termini di *reach* (penetrazione di un sito rispetto al totale delle persone che hanno accesso ad Internet).

Tabella 3.50 - I 20 principali domini nel mese di dicembre 2000

N.	Dominio	Reach	Utenti (x 000)	Pagine viste (x 000)	Ore totali (x 000)
1	Iol.it	59,1%	3.780	294.261	3.831
2	Virgilio.it	53,9%	3.450	258.753	2.526
3	Microsoft.com	48,9%	3.129	21.674	205
4	Tiscalinet.it	44,1%	2.823	111.110	1.456
5	Kataweb.it	39,0%	2.495	224.439	2.694
6	Yahoo.com	34,9%	2.233	136.170	1.722
7	Supereva.it	33,2%	2.124	96.661	880
8	Jumpy.it	30,5%	1.952	83.616	1.005
9	Tin.it	29,4%	1.879	70.804	966
10	Tripod.it	28,9%	1.850	49.219	375

Segue: Tabella 3.50 - I 20 principali domini nel mese di dicembre 2000

N.	Dominio	Reach	Utenti (x 000)	Pagine viste (x 000)	Ore totali (x 000)
11	Geocities.com	28,7%	1.834	45.759	328
12	Msn.it	27,4%	1.754	99.708	1.918
13	Xoom.it	27,0%	1.728	41.666	367
14	Altavista.com	26,6%	1.704	67.057	492
15	Yahoo.it	24,1%	1.542	49.668	459
16	Passport.com	20,7%	1.327	41.011	261
17	Msn.com	19,1%	1.221	10.185	149
18	Omnitel.it	18,3%	1.174	27.883	459
19	Clarence.it	17,4%	1.112	94.704	803
20	Altavista.it	16,5%	1.057	38.806	305

Fonte: Onetone Research, dicembre 2000

L'analisi dell'utenza di Internet rivela tendenze nuove rispetto ai dati degli anni scorsi. Gli utenti di sesso maschile sono ancora più numerosi delle utenti donne, ma gradualmente il differenziale va riducendosi, come illustrato dall'Istat (vedi capitolo Internet). È interessante notare (tabella 3.51) come stia crescendo la percentuale di utenti oltre i 34 anni; la Rete non è più appannaggio esclusivo delle fasce più giovani ma è utilizzata in misura sempre maggiore dall'utenza adulta, spesso per lavoro. La categoria degli utenti lavoratori rappresenta infatti più della metà del totale degli utenti.

Tabella 3.51 - Profilo sociodemografico degli utenti dei maggiori portali

	Totale	iol. .it	Virgilio. .it	msn tot.	Tiscali- net.it	Kata- -web.it	Yahoo tot.	Super Eva.it	jumpy. it	Tin. it
Maschi	71%	79%	61%	58%	71%	63%	60%	66%	57%	68%
Femmine	29%	21%	39%	42%	29%	37%	40%	34%	43%	32%
14-24 anni	28%	26%	30%	33%	24%	56%	32%	34%	21%	35%
25-34 anni	27%	13%	30%	31%	37%	14%	55%	27%	52%	36%
Oltre 34 anni	45%	61%	40%	36%	39%	30%	13%	39%	27%	29%
Universitaria/ Laurea	29%	21%	29%	15%	40%	27%	34%	27%	37%	23%
Lavoratori	65%	39%	76%	67%	71%	54%	69%	47%	67%	69%
Studenti	23%	25%	18%	27%	19%	38%	23%	34%	18%	29%
Altre	12%	36%	6%	6%	9%	8%	8%	19%	15%	2%
Superiore	28%	18%	23%	17%	29%	35%	23%	28%	21%	39%

Fonte: Audinet Sinottica - ottobre 2000 (pageviews ultimi 30 giorni)

4.4. L'editoria wireless

Se è vero che il valore aggiunto di un prodotto di editoria elettronica si fonda in prima battuta sulla disponibilità dei contenuti indipendentemente dal tempo e dal luogo, sul superamento dei limiti quantitativi imposti dal tradizionale formato cartaceo o audiovisivo, sulle nuove forme di fruizione e accesso ai contenuti e sulla possibilità di integrare conte-

nuti e servizi, è inevitabile soffermarsi sulle notevoli *chances* di espansione offerte ai prodotti editoriali dalla telefonia mobile.

Data l'importanza del mercato italiano di telefonia mobile a livello mondiale (4° posto dopo Usa, Giappone e Cina), il nostro paese dispone della base sufficiente per sperimentazioni di nuovi servizi. Il WAP (*Wireless Application Protocol*) potrà essere sostituito dall'affermazione dei nuovi terminali di seconda generazione (GPRS ora in distribuzione) e successivamente con i dispositivi di terza generazione (UMTS), che consentiranno offerte sofisticate.

Un indicatore delle potenzialità di sviluppo può essere rappresentato dalla crescita esponenziale della messaggistica e dei servizi a valore aggiunto che si innestano su questa tecnologia. Secondo il dato medio dell'anno 2000, la rete Tim ha gestito l'invio di 12,5 milioni di SMS al giorno, quella Omnitel 10,5 e quella Wind 1,7. Inoltre nel 2000 sono stati inviati 180 milioni di SMS da clienti Tim per ricevere in risposta contenuti di *info-news* e Omnitel può contare ogni giorno su 1 milione di utilizzatori di servizi analoghi.

A fronte di queste prospettive sono nati i cosiddetti *portali Wireless*, ovvero portali dedicati esclusivamente al mondo dei cellulari, in grado di offrire servizi mirati e contenuti specifici, gestendo differenti standard tecnologici. Gli aspetti più innovativi dei portali riguardano senza dubbio i contenuti: il pubblico che usufruisce dell'Internet mobile ha esigenze e aspettative diverse rispetto ad utenti da postazione fissa. Non è un caso, infatti, che ancora oggi in Italia il livello di interesse per utilizzo di servizi informativi da terminale cellulare, quali *news*, meteo, sport e l'effettivo utilizzo degli stessi appaiono sostanzialmente distanti (tabelle 3.52-3.53).

Tabella 3.52 - **Interesse per nuovi servizi sul cellulare** (tutti gli utilizzatori di cellulare, 1999)

	Utilizzatori italiani interessati %
Traffico	37,9
News	31,9
Meteo	30,4
Sport	19,5
Borsa	17,8
Lotto	11

Fonte: Federcomin 2000

Tabella 3.53 - **Utilizzo di servizi informativi consultabili sul cellulare e** (% degli utilizzatori di telefoni mobili in Italia)

	Utilizzo frequente %	Utilizzo saltuario %
News	0,5	3,2
Informazioni sportive	0,7	3,0
Viaggi e viabilità	0,5	4,3
Meteo	0,2	3,5
Banca e borsa	0,6	2,1
Lotto/scommesse	0,5	0,9

Fonte: Federcomin 2000

Il mancato sviluppo di questi servizi a valore aggiunto appare legato al divario tra la qualità richiesta dagli utilizzatori della comunicazione mobile, in termini di personalizzazione e sofisticazione, e le potenzialità tecnologiche offerte dai terminali maggiormente diffusi. Gli utenti di telefoni mobili sono, infatti, alla continua ricerca di nuove funzionalità ma si scontrano con la lentezza delle connessioni e con una grafica che è assai distante da quella offerta dal personal computer.

A più di un anno dal lancio del WAP (*Wireless Application Protocol*, un protocollo sviluppato al fine di scambiare dati tra telefoni portatili GSM e rete Internet, consentendo all'utente una navigazione esclusivamente testuale della Rete) sul mercato, nonostante la limitatezza dei servizi offerti e le difficoltà tecniche di consultazione, ogni fornitore di accesso (ovvero gli operatori che offrono il servizio) ha predisposto un'offerta di editoria elettronica per il cellulare.

I-Tim offre *chat*, *news*, motori di ricerca (in accordo con Yahoo!) e Internet banking; *Omnitel 2000* fornisce 100 fra servizi di informazione, *chat*, demo, musica, giochi e commercio elettronico e ha stretto un accordo con *Vitaminic* e *Lycos* per la gestione rispettivamente di spazi musicali e di ricerca; *BluWap*, oltre ad offrire la consultazione della propria *e-mail* e delle *chat* fornisce informazioni su cinema, Tv e altro; *Wind* consente la consultazione della posta elettronica e servizi legati a finanza e spettacolo.

Infine *Katawap* ripropone agli utenti di telefoni cellulari parte dei contenuti dei siti del gruppo *L'Espresso*, *Excite* offre un portale altamente personalizzato, *Wapsight* fornisce notiziari mentre *Hiugo* si caratterizza come *mobile interactive community*.

4.5. Editoria e pubblicità *on line*

La vendita degli spazi pubblicitari è gestita da concessionarie, spesso collegate a portali, similmente a quanto avviene per la televisione e la stampa. In Italia, l'universo delle concessionarie di *web advertising* si divide in tre grandi famiglie:

- le concessionarie tradizionali, già impegnate nella raccolta sui mezzi tradizionali e controllate dagli editori come RCS pubblicità o Il Sole 24 Ore System;
- le nuove concessionarie *on line*, quelle cioè nate con l'avvento della rete come 24/7 e DoubleClick;
- le nuove concessionarie costituite dagli editori *on line* come Yahoo! ed Active Advertising (Virgilio).

I *banner* sono venduti a contatto: l'inserzionista paga dalle 30 alle 80 lire ogni volta che il *banner* viene scaricato sulla pagina web ed è visibile all'utente (*impression*) (tabella 3.54). Qualora l'utente cliccasse attraverso il *banner* (*click through*) l'inserzionista corrisponderà una cifra più elevata. I costi aumentano anche in funzione della possibilità che la ricerca *on line* possa essere facilitata dall'uso di parole chiave e dall'utilizzo di *cookies*.

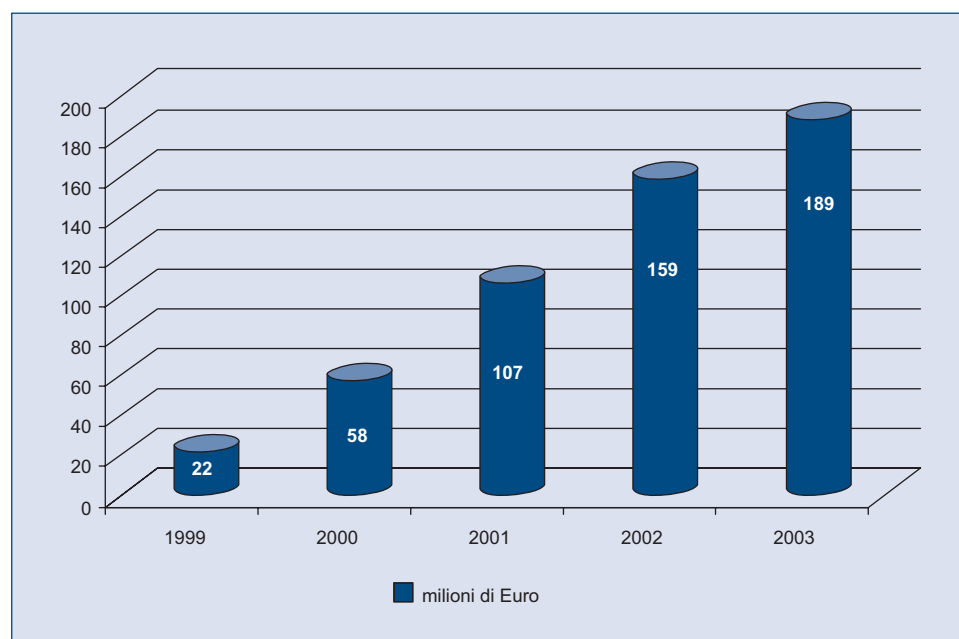
Tabella 3.54 - Le quotazioni della pubblicità *on line* in Italia

Campagna banner casuale	Da 30 a 80 Lit./impression
Campagna banner mirata	Da 150 a 200 Lit./impression
<i>Posizionamento sui motori di ricerca:</i>	
- costo start up per le prime 2 parole chiave	Da Lit. 1.000.000 a Lit 1.250.000
- per ogni parola aggiuntiva	Da Lit. 300.000 a Lit. 400.000

Fonte: Rapporto Federcomin: Arcipelago Internet 2000

In Italia, la pubblicità *on line* ha fatturato circa 9 miliardi di lire nel 1998 ed oltre 55 miliardi nel 1999 (tabella 3.54). Le previsioni elaborate da ICD per il mercato italiano della pubblicità *on line* sono di una crescita sostenuta del mercato, che dovrebbe raggiungere nel 2003 i 189 milioni di euro, il 71% in più di quanto valutato per il 1999 (figura 3.28). La crescita media italiana sorpassa dunque quella europea, pari al 63%. In Italia i proventi della pubblicità *on line* sono ancora una piccola quota rispetto al totale dei mezzi tradizionali.

Figura 3.28 - Mercato italiano della pubblicità *on line* (milioni di euro)



Fonte: IDC 2000

Il mercato ha quindi superato le previsioni annunciate da IAB e PwC all'appuntamento dello scorso luglio 2000, più che raddoppiando in soli sei mesi il fatturato di tutto il 1999 (60 miliardi), attestandosi attorno ai 130 miliardi totali (tabella 3.55). In particolare, il secondo trimestre del 2000 ha visto un'impennata dell'utilizzo di *advertising on line* (+120%).

Tabella 3.55 - **Il mercato della pubblicità on line in Italia: fatturato totale 1999 e primo semestre 2000**

Le cifre del primo semestre 2000	
Fatturato pubblicitario totale	circa 129 miliardi
% crescita del fatturato rispetto al totale del 1999	117%
Fatturato pubblicitario secondo trimestre 2000	88 miliardi
% crescita del fatturato rispetto ai primo trimestre 2000	120%
Le cifre in breve del 1999	
Fatturato pubblicitario totale	circa 60 miliardi
% crescita del fatturato rispetto al 1998	502%
Fatturato pubblicitario ultimo trimestre 1999	33 miliardi
% crescita del fatturato dell'ultimo trimestre 1999	181%

Fonte: Osservatorio IAB - PwC 2000

Il totale del fatturato di circa 130 miliardi di lire è così suddiviso:

- il 69% è stato investito in campagne *banner* (circa 88,9 miliardi), lo strumento più diffuso nel *world wide web*;
- il 20% si è affidato a progetti di *sponsorship* di vario genere (circa 25,6 miliardi);
- il restante 11% è relativo a *e-mail*, *Interstitials*, e ad altre forme meno diffuse in Italia.

Le categorie merceologiche che investono maggiormente in Italia nel nuovo canale sono il settore delle telecomunicazioni, che ha investito nella pubblicità *on line* circa 29 miliardi nel primo semestre del 2000, a fronte dei circa 3 investiti nel 1999; al secondo posto si colloca il settore finanza (banca, finanza e assicurazioni), che nel primo semestre 2000 ha investito circa 24 miliardi, a fronte dei 3 del 1999. Seguono i settori relativi a computer, editoria e servizi per le aziende (IAB).

Tabella 3.56 - **Fatturato pubblicitario on line gestito dalle prime 5 agenzie**
(in percentuale)

	1998	1999	1° semestre 2000
Prime 5 agenzie in assoluto	80%	55%	55%
Prime 5 agenzie del 1998	80%	44%	28%
Prime 5 agenzie del 1999	53%	55%	45%
Prime 5 agenzie del 2000	24%	43%	55%

Fonte: Osservatorio IAB - PwC 2000

4.6. E-commerce

Secondo le valutazioni della Forrester Research, le risorse pubblicitarie non garantiranno la sopravvivenza ad un numero ampio di portali: la tendenza sembra indicare che circa l'80% delle risorse si concentrerà

esclusivamente su tre o quattro grandi portali orizzontali, in grado di aggregare la quota più rilevante del traffico. Il commercio elettronico, che sta registrando sviluppi positivi nonostante l'arretramento delle borse mondiali, rappresenta in questo momento la fonte di guadagno complementare alla pubblicità su cui numerosi operatori di contenuti editoriali o di servizi *on line* stanno puntando.

Le due macro aree in cui si possono iscrivere e suddividere tutte le transazioni elettroniche sono il *Business to Business* (B2B) e il *Business to Consumer* (B2C). La prima definizione comprende tutti gli scambi effettuati "dall'impresa all'impresa", cioè eseguiti e destinati esclusivamente a società o aziende. L'espressione B2C indica invece la vendita di servizi e beni destinati all'utente singolo. Il numero di servizi in rete per l'effettuazione del B2B, come lo sviluppo di portali dedicati, è cresciuto molto rapidamente, superando di gran lunga il settore B2C e generando un importante volume di affari che si ritiene destinato ad espandersi ulteriormente.

Oltre alle transazioni economiche che prevedono l'acquisto materiale di beni fisici, la Rete sta diventando in misura sempre maggiore il luogo deputato alla compravendita di informazioni. L'editoria su Internet comunque manda segnali contraddittori sul proprio stato e sui *trend* di sviluppo.

Zivago.com, l'*e-bookstore* del gruppo Kataweb, fondata nel marzo del 1999, è stata messa in liquidazione dall'assemblea straordinaria dei soci il 27 febbraio 2001; mentre l'americano Amazon.com, il maggiore *e-store* librario al mondo, tenta di rimediare con i licenziamenti del personale al segno negativo del bilancio (soltanto nel corso del 1999 le perdite hanno raggiunto i 720 milioni di dollari). Ciononostante sembra prendere forma una controtendenza: un recente Rapporto della società di consulenza strategica Jupiter registra per il mese di febbraio 2001 un dato incoraggiante: il sito più visitato dagli utenti interessati allo *e-commerce* è stato quello di Unilibri.it, un importante *e-store* dedicato al mondo librario universitario.

5. L'EDITORIA ELETTRONICA E SUPPORTI

5.1. *E-book*

L'espressione *e-book* (*electronic book*) indica una monografia letteraria, compiuta e chiusa⁽¹⁾, in formato digitale consultabile mediante *personal computer* o dispositivi elettronici dedicati. I soggetti interessati a questo nuovo tipo di *business* editoriale provengono da settori diversi: i produttori di hardware, i produttori di software di lettura, i fornitori di

⁽¹⁾ Se non si trattasse di un'opera chiusa non si avrebbe un *e-book*, ma semplicemente una pubblicazione elettronica.

contenuti (autori, editori), le librerie *on line* e i punti di distribuzione tradizionali. Il dispositivo di lettura, o *reader*, è costituito da una tavoletta grande all'incirca quanto un libro di medie dimensioni, del peso medio di 500 grammi, munita di schermo su cui è possibile scorrere il *menu* o scrivere mediante uno stilo. I *reader* offrono un numero limitato di funzioni permettendo di riprodurre i gesti tradizionali che si compiono con un libro cartaceo (sottolineare ed evidenziare, scorrere le pagine, mettere un segnalibro) ma offrendo inoltre possibilità nuove: istituire collegamenti ipertestuali personalizzati tra le varie pagine, compiere ricerche complesse nel testo, utilizzare dizionari incorporati nel lettore, cambiare tipo e dimensione del carattere.

I primi editori italiani attivi nel settore dell'ePublishing sono stati, nel corso del 2000, Apogeo, Longanesi e Fazi Editore. Alla fine di febbraio 2001 anche Mondadori è entrata nel mercato dell'eBook e, in soli due giorni, gli utenti registrati, attirati comunque da forti promozioni, sono stati 15.000, mentre i titoli disponibili passeranno dai 100 di febbraio a 500-600 nei prossimi mesi. Nel 2001, la Ipm di Arzano comincerà a commercializzare un lettore dedicato di e-book Microsoft compatibile.

I titoli venduti in formato *e-book* consentono un risparmio del 20-25% rispetto al prezzo di copertina dei testi tradizionali.

5.2. La stampa su richiesta

Un compendio naturale dell'editoria elettronica è quello della stampa su richiesta (*print on demand*). Questa modalità di distribuzione e di vendita di testi implica la messa in rete di contenuti digitalizzati che verranno stampati esclusivamente al momento della richiesta. Il *print on demand* consente la stampa di ogni tipo di documento, dai libri, alla modulare, a materiale informativo. Le librerie o punti distributivi che forniscono questo servizio - già numerosi negli Stati Uniti, paese in cui la densità di libreria è bassa rispetto all'Europa - dispongono di un terminale tramite il quale si può consultare un elenco di titoli disponibili in rete, scegliere quello desiderato e stamparlo direttamente sul posto. In questo modo si realizza una stampa mirata rendendo disponibili copie individuali di libri stampati con preavviso brevissimo. Questo sistema permette innanzitutto di stampare esattamente le copie vendute, abbattendo i costi di stampa, di distribuzione e di gestione dei magazzini: il libro infatti verrà stampato il più vicino al punto di consegna. Inoltre la stampa su richiesta consente la riproduzione di libri ormai introvabili sul mercato.

In Europa dove, al contrario che negli Stati Uniti, le librerie hanno una presenza diffusa sul territorio e la distribuzione è rapida - con una media di attesa per un ordine di uno o due giorni - la stampa su richiesta produce un fatturato significativo ma non sembra avere una diffusione molto rapida. Secondo alcune ricerche il mercato del *print on demand* raggiungerà però, entro tre anni, dimensioni significative in Europa e in

Italia. Ciò dipenderà anche dalla qualità/convenienza del prodotto, non sempre equivalente alla fattura di un titolo *offset* (la stampa di immagini può essere di qualità media); se si stampano interi volumi, il libro stampato manca di rilegatura. Mirata al mercato editoriale è l'iniziativa di Lampi di Stampa (in *partnership* con il distributore Messaggerie), che offre micro-tirature (al limite della singola copia) a librerie, editori e biblioteche. Tra le aziende che nel nostro paese stanno investendo nel *print on demand* va segnalata la Ilte, che a gennaio 2001 ha fondato in *partnership* col gruppo Poste Italiane, la Printel, società dedicata esclusivamente al *print on demand*. L'offerta dell'azienda è rivolta soprattutto ad una clientela di tipo aziendale per la stampa di documenti personalizzati (brochure, fatture, bollette, ecc.).

La stampa *just in time*, oltre ad essere praticata dalle case editrici, è adottata anche dagli autori che non intendono rivolgersi ad un editore per la pubblicazione della propria opera. Considerando questo ultimo aspetto è possibile ipotizzare qualche modifica dell'assetto delle società editrici, che potrebbero incorporare parte dei processi produttivi.

Un'ulteriore modalità di stampa su richiesta che si sta affermando significativamente negli Stati Uniti è la stampa personalizzata, ossia la possibilità di costruire un titolo con brani provenienti da molteplici fonti e da differenti titolari di diritto.

La stampa personalizzata, che ha come target principale tutti i soggetti coinvolti in pratiche di formazione, costituisce, tra le modalità tipografiche su carta, l'innovazione più profonda del libro così come lo concepiamo oggi.

5.3. I prodotti *off line*

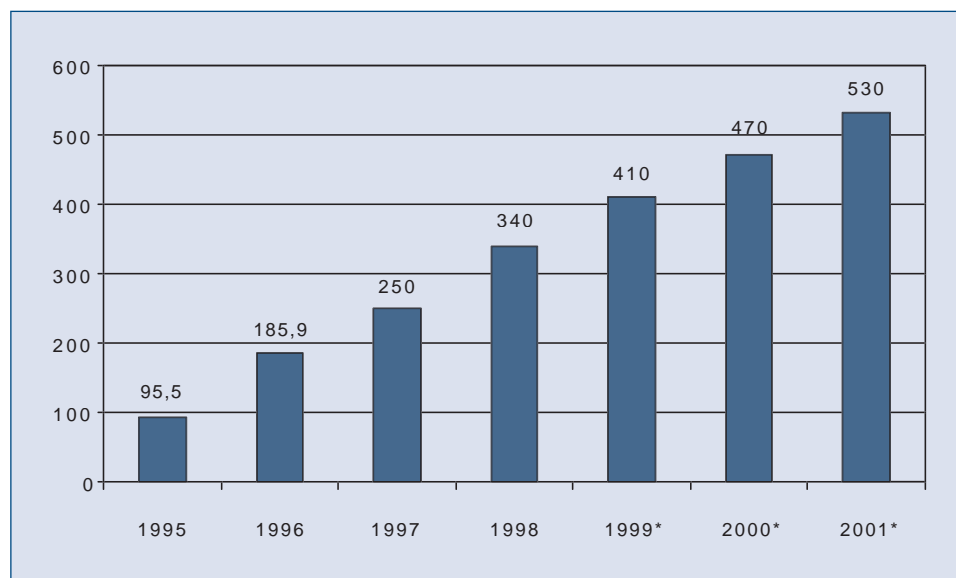
Il mercato italiano relativo all'editoria elettronica *off line* nel 2000 ha sostanzialmente prodotto un consolidamento delle tendenze rintracciate nel corso degli anni precedenti. I due segmenti in cui il mercato italiano dell'*off line* si divide, i settori *professional* e *consumer*, hanno, infatti, rispettato le previsioni di crescita.

Il mercato *professional*, il cui *target* è costituito da professionisti di settori specifici (giuridico, finanziario ecc.), è sostanzialmente stabile. I *trend* futuri non fanno prevedere forti variazioni: si tratta di un mercato ristretto, che ha una continuità nel tempo ma in cui presumibilmente non si svilupperanno nuovi spazi da coprire.

Il mercato *consumer*, destinato all'utenza residenziale, è il segmento dell'editoria elettronica più dinamico. Il fatturato in questo settore, che si è quintuplicato in cinque anni, mostra ancora *trend* di crescita per tutto il 2001 (figura 3.29). L'aumento della commercializzazione dei prodotti *off line consumer* è dovuta sostanzialmente a due fattori:

- un incremento della penetrazione della tecnologia nell'utenza residenziale;
- una maggiore produzione di titoli.

Figura 3.29 - Il mercato consumer del cd-rom in Italia



Fonte: ANEE 2000

* stime

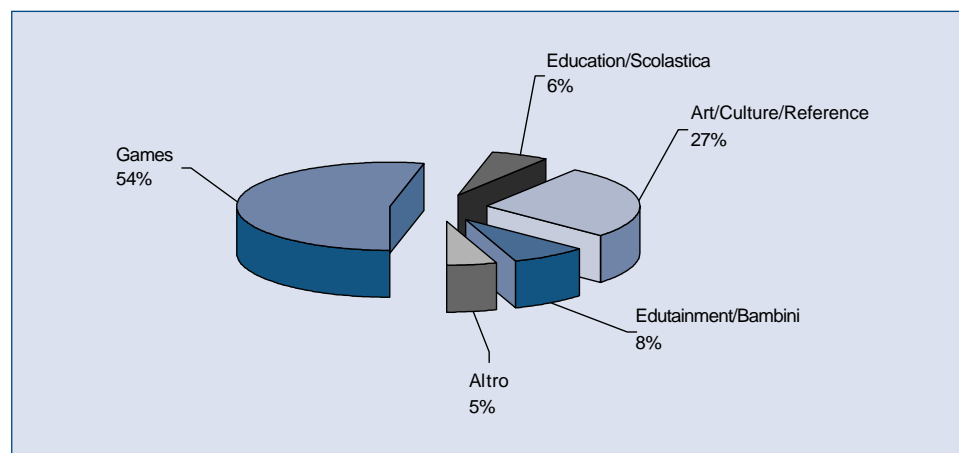
Il settore è ancora largamente dominato dal genere *games* che copre ben il 54% della produzione totale (figura 3.30). Nell'area non *games*, il segmento arte-cultura-*reference* risulta essere il genere dominante, pur occupando soltanto il 27% del mercato complessivo. Questo genere è fortemente trainato dalle enciclopedie e dalle monografie su personaggi o temi specifici; prodotti per i quali la domanda degli utenti si concentra su pochi editori di qualità, con *brand* riconosciuto e affidabile.

Il segmento *education/scolastico*, 'terra promessa' dell'editoria multimediale, è ancora scarsamente sviluppato per l'insufficiente partecipazione degli operatori scolastici. L'educazione istituzionale sembra non avere ancora individuato la propria strada alla multimedialità. Maggiore dinamicità mostra invece il genere educativo/ intrattenimento/ bambini, incoraggiato dalla penetrazione dei personal computer nelle famiglie che consente ai minori di avere maggiori opportunità d'accesso ai prodotti multimediali.

Una interessante inversione di tendenza è la maggiore presenza degli editori italiani nella produzione di titoli *off line* del genere arte-cultura-*reference*: dal 1999, infatti, l'editoria nazionale produce un numero maggiore di titoli, non limitandosi all'acquisizione di prodotti esteri. La localizzazione di titoli stranieri è, per i prodotti cultura-*reference*, un'operazione sovente troppo lunga e dispendiosa, per cui risulta maggiormente conveniente la realizzazione di un titolo *ex novo*. Il genere culturale ha quindi avuto un ruolo trainante per lo sviluppo delle capacità produttive degli editori italiani.

In merito ai canali di distribuzione, è ancora l'edicola a confermarsi come punto di diffusione e di vendita principale, assorbendo la metà del volume d'affari complessivo. L'edicola è stata per moltissimi editori il vero canale verso il *mass-market* con una decisiva integrazione fra testate cartacee e CD-Rom, soprattutto nel genere *Art/Culture/Reference*.

Figura 3.30 – Composizione mercato *cd-rom consumer* in Italia



Fonte: ANEE 2000

Il canale libreria cresce a tassi ridotti deludendo le aspettative degli editori. Le librerie rimangono lontane dalla cultura informatica e multimediale e risentono del dinamismo da un lato delle edicole (editoria periodica) e dall'altro dei *computer/software shop* (offerta multimediale).

5.4. La diffusione delle tecnologie di accesso

La dotazione tecnologica delle famiglie italiane ha fatto registrare, dalla metà del 1999 ai primi mesi del 2000 alcuni incrementi significativi. A fronte di un aumento generalizzato di tutte le piattaforme tecnologiche analizzate (tabella 3.57), i dati più significativi sono l'aumento del collegamento ad Internet, che registra un più 11%, e la dotazione di lettori per Cd-Rom e Dvd, che passa dal 19% al 26%. Il possesso di entrambe le tecnologie è una premessa indispensabile per lo sviluppo dell'editoria elettronica. *Personal computer* e *consolle* crescono entrambi di cinque punti percentuale, mentre continua ad essere più sostenuta la diffusione dei cellulari, che passa dal 61 al 67%.

Tabella 3.57 - La tecnologia e la casa (Penetrazione percentuale nelle famiglie italiane)

Tecnologia	Giugno 1995 %	Giugno 1999 %	Febbraio 2000%
Cellulare Personale (almeno 1)	7	61	67
Personal Computer (almeno 1)	14	27	32
Collegamento Internet	-	5	16
Lettore Cd/Dvd-Rom	2	19	26
Ricezione Satellitare	2	9	12
Consolle Videogiochi	8	18	23
Seconda Linea Telefonica/ISDN	1,2	5,6	7,8

Fonte: Federcomin 2000

L'aumento degli utenti delle tecnologie in ambito domestico ha il suo dato più rilevante nella crescita annua dell'utenza Internet: ben il 135% (tabella 3.58). Internet si conferma come l'opportunità maggiore di investimento per un numero di soggetti crescenti, che non si limita più alla categoria tradizionale degli *Internet Service Provider*. In futuro la sfida tecnologica consisterà nell'offerta dell'accesso alla rete da piattaforme diverse dal *personal computer*.

Tabella 3.58 - Utenti di tecnologie innovative nella casa italiana 1995-2000

Tecnologia	1995 (000)	2000 (000)	Popolazione oltre 10 anni (%)	Crescita annua (%)
Internet	60	4.100	8	135
Cellulare	1.260	20.400	40	75
Lettore Cd-rom	320	5.350	11	75
Pc	3.400	10.500	21	26
Videogiochi	2.100	6.000	24*	23
Pay-Tv	1.050	2.700	5	20

Fonte: Federcomin 2000

La diffusione di sistemi innovativi di accesso a Internet espanderà la dotazione tecnologica:

- nei servizi e nei terminali radiomobili (WAP, GPRS e UMTS);
- nei servizi di *Internet Television* (NetTV);
- nelle nuove generazioni di terminali *screenphone*.

A breve termine si aggiungeranno altre tipologie di apparati "specializzati" nello svolgere le funzioni più comuni di accesso alla Rete (ad esempio: gestione della posta elettronica). Oltre alla Tv digitale, e alle applicazioni *wireless*, una nuova serie di prodotti sarà immessa sul mercato per poter avere l'accesso a Internet da ogni luogo possibile:

- *Internet screenphone* (telefoni con schermi LCD con accesso a Internet per *e-mail*, *web browsing* ecc.);
- *Net-Tv*: apparecchi che forniranno accesso a Internet anche attraverso *set-top-box*, utilizzando vari tipi di reti di comunicazione (cavo, satellite);
- *Internet gaming devices: consolle* per videogiochi che forniranno accesso a Internet;
- *Web Terminals*: terminali per l'utenza residenziale destinati all'accesso al *web* e alla gestione della posta elettronica;
- *Email Terminals*: terminali "fissi" (ovvero non portatili) destinati alla sola gestione della posta elettronica;
- *Internet Smart Handheld Devices*: insieme di terminali portatili (*pc companion*, *personal companion*, ecc.) che consentono l'accesso diretto ad Internet.