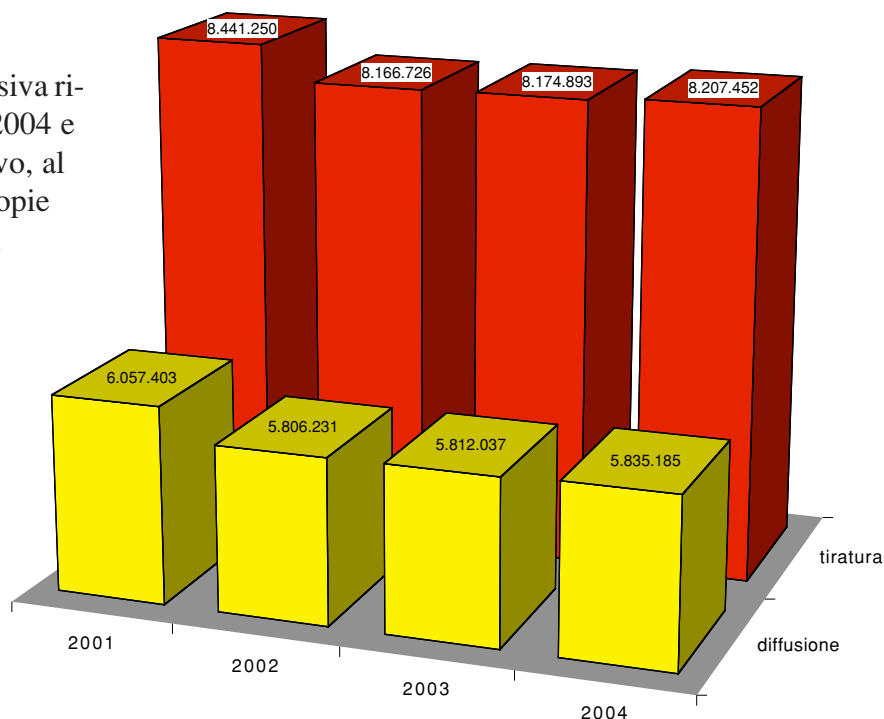


## Capitolo I - Prodotto e mercato editoriale

### Tiratura e diffusione media giornaliera

I dati su tiratura e diffusione dei quotidiani italiani evidenziano una situazione sostanzialmente stazionaria sia per il 2003 che, sulla base delle proiezioni dei dati relativi ai primi nove mesi dell'anno, per il 2004. Per quest'ultimo anno, in particolare, si prevede un incremento diffusionale dello 0,4% su base giornaliera e dello 0,8% su base annua.

La diffusione complessiva rimane quindi, anche per il 2004 e per il terzo anno consecutivo, al di sotto dei sei milioni di copie giornaliere sopra le quali si era attestato nel corso del biennio 2000-2001. Il pronunciato calo diffusionale intervenuto nel 2002, in coincidenza con il passaggio dalla lira all'euro ed al contestuale, generalizzato incremento dei prezzi di copertina dei quotidiani italiani del 12% circa, non è stato riassorbito, e i livelli diffusionali di oggi si col-



#### tiratura e diffusione media giornaliera

|                   | 2001      | 2002      | 2003*     | 2004**    | ±% 03/04 | ±% 01/04 |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|
| <b>tiratura</b>   | 8.441.250 | 8.166.726 | 8.174.893 | 8.207.452 | 0,4%     | -2,8%    |
| <b>diffusione</b> | 6.057.403 | 5.806.231 | 5.812.037 | 5.835.185 | 0,4%     | -3,7%    |
| <b>% rese</b>     | 28,2%     | 28,9%     | 28,9%     | 28,9%     | 0,0%     | 2,3%     |

#### tiratura e diffusione complessiva

|                   | 2001          | 2002          | 2003*         | 2004**        | ±% 03/04 | ±% 01/04 |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------|----------|
| <b>tiratura</b>   | 2.957.683.918 | 2.842.081.272 | 2.844.923.449 | 2.866.912.157 | 0,8%     | -3,1%    |
| <b>diffusione</b> | 2.137.174.158 | 2.029.925.988 | 2.031.955.833 | 2.047.661.031 | 0,8%     | -4,2%    |
| <b>% rese</b>     | 27,7%         | 28,6%         | 28,6%         | 28,6%         | 0,0%     | 3,0%     |

\* stime su un campione di 51 testate

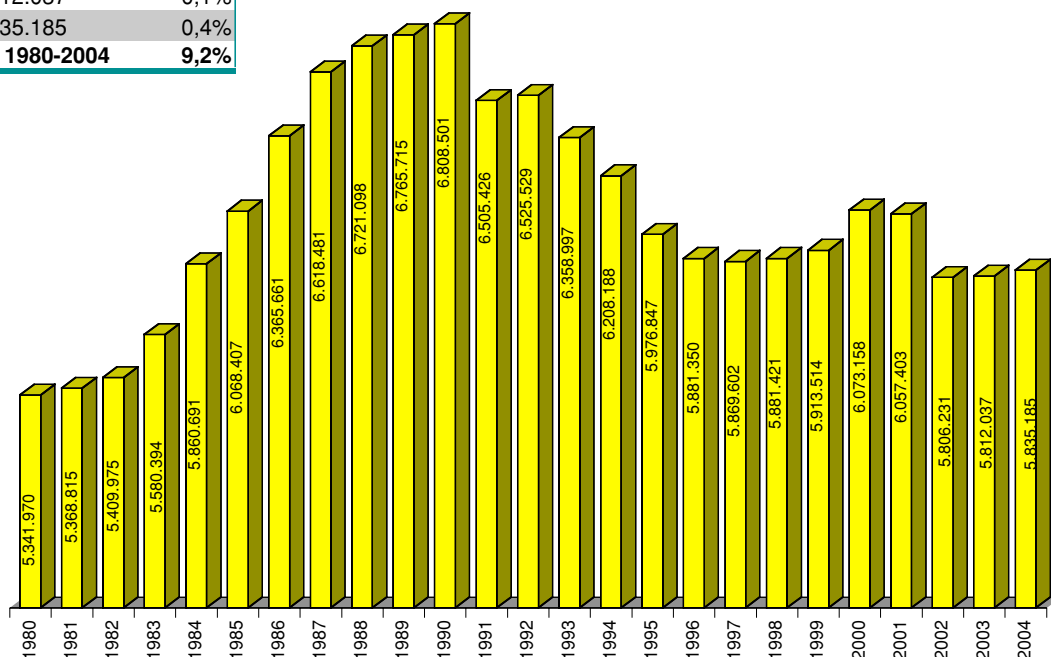
\*\* proiezione dei dati relativi a 53 testate nel periodo gennaio-settembre

Elaborazione ASIG Service su dati FIEG

Andamento diffusione 1980-2004

|                             | vendita media giornaliera | variaz. %   |
|-----------------------------|---------------------------|-------------|
| 1980                        | 5.341.970                 |             |
| 1981                        | 5.368.815                 | 0,5%        |
| 1982                        | 5.409.975                 | 0,8%        |
| 1983                        | 5.580.394                 | 3,2%        |
| 1984                        | 5.860.691                 | 5,0%        |
| 1985                        | 6.068.407                 | 3,5%        |
| 1986                        | 6.365.661                 | 4,9%        |
| 1987                        | 6.618.481                 | 4,0%        |
| 1988                        | 6.721.098                 | 1,6%        |
| 1989                        | 6.765.715                 | 0,7%        |
| 1990                        | 6.808.501                 | 0,6%        |
| 1991                        | 6.505.426                 | -4,5%       |
| 1992                        | 6.525.529                 | 0,3%        |
| 1993                        | 6.358.997                 | -2,6%       |
| 1994                        | 6.208.188                 | -2,4%       |
| 1995                        | 5.976.847                 | -3,7%       |
| 1996                        | 5.881.350                 | -1,6%       |
| 1997                        | 5.869.602                 | -0,2%       |
| 1998                        | 5.881.421                 | 0,2%        |
| 1999                        | 5.913.514                 | 0,5%        |
| 2000                        | 6.073.158                 | 2,7%        |
| 2001                        | 6.057.403                 | -0,3%       |
| 2002                        | 5.806.231                 | -4,1%       |
| 2003                        | 5.812.037                 | 0,1%        |
| 2004                        | 5.835.185                 | 0,4%        |
| <b>variazione 1980-2004</b> |                           | <b>9,2%</b> |

Dati FIEG



locano ad un livello più basso di circa il 4% rispetto a quelli del 2001.

I dati presentati nelle tabelle e nei grafici in queste pagine non tengono in considerazione i quotidiani gratuiti, un mercato per il quale mancano stime ufficiali ma che può essere stimato nell'ordine dei 2,1 milioni di copie giornaliere per cinque giorni a settimana. Va notato peraltro come la presenza dei free papers non sembri influire granché sul consumo di quotidiani tradizionali, né in negativo - sottraendo lettori alla diffusione a pagamento - né per il momento in positivo, con la creazione di una abitudine alla lettura che possa trasferirsi successivamente ad altre forme di comunicazione stampata.

La serie storica della diffusione dei quotidiani ci dice invece che il consumo di carta stampata è stazionario da circa dieci anni, da quando cioè, dopo che per tutti gli anni Ottanta il consumo di quotidiani era salito incessantemente sino a sfiorare i sette milioni di copie al giorno, tra il 1991 e il 1995 si registrò un calo diffusionale complessivo superiore al 12%.

## Indici di lettura in Italia: sesso, età, grado di istruzione

Lo strumento "istituzionale" che in Italia viene utilizzato per la rilevazione della readership di quotidiani e periodici è Audipress, organizzazione di ricerca composta da FIEG, UPA (le aziende che investono in pubblicità), Assocomunicazione e Unicom (agenzie pubblicitarie e aziende di comunicazione). Audipress rileva con cadenza annuale, attraverso una indagine campionaria, le abitudini di lettura dei quotidiani e dei periodici nel nostro Paese.

I dati che presentiamo in queste pagine si riferiscono all'edizione 2004/1 dell'indagine, che elabora interviste e rilevamenti effettuati in due distinti periodi, l'autunno 2003 e la primavera 2004. I dati che presentiamo censiscono i "lettori nel giorno medio", ovvero coloro che dichiarano di leggere il quotidiano tutti i giorni, e si riferiscono alla popolazione italiana di età superiore ai 14 anni.

Rispetto alla passata edizione, il numero dei lettori abituali di quotidiani è aumentato di circa un milione di unità, da 19,7 a 20,7 milioni di italiani sui 49,7 che compongono il totale della popolazione di età superiore ai 14 anni. La percentuale di lettori abituali del quotidiano, quindi, torna al di sopra del 40%, per l'esattezza al 41,5%, mentre i "non lettori assoluti", coloro cioè che hanno dichiarato di non aver letto alcun quotidiano negli ultimi tre mesi, sono 9,8 milioni, pari a poco meno del 20% della popolazione. Due italiani su cinque, dunque, considerano il quotidiano una abitudine giornaliera, una abitudine, peraltro, più maschile che femminile: un uomo su due legge abitualmente il quotidiano, mentre questa abitudine è diffusa soltanto in una donna su tre. E' comunque promettente l'incremento di lettrici di sesso femminile, cresciute del 7% in un solo anno.

Per il resto, la lettura dei quotidiani si conferma una abitudine delle classi di età comprese tra i 25 e i 54 anni, mentre declina - ma è comunque in crescita rispetto alla passata edizione della ricerca - tra i più giovani e i più anziani. Da segnalare infine come il consumo di quotidiani sia direttamente correlato al titolo di studio, con percentuali di penetrazione ben superiori al 50% per diplomati e laureati e tassi decisamente inferiori alla media per chi è provvisto soltanto di licenza elementare o non ha titoli di studio. Condizioni, queste, che riguardano ben 13,6 milioni di italiani, oltre il 27% della popolazione adulta, e che costituiscono il più duro ostacolo ad una maggiore diffusione della lettura e del consumo di quotidiani nel nostro Paese.

**Indici di readership 2004 per sesso, età, titolo di studio  
(lettori nel giorno medio - popolazione superiore a 14 anni)**

|                      | popolazione       | lettori           | %            |
|----------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| uomini               | 23.861.000        | 12.448.000        | 52,2%        |
| donne                | 25.859.000        | 8.210.000         | 31,7%        |
| 14 - 17 anni         | 2.221.000         | 761.000           | 34,3%        |
| 17 - 24 anni         | 4.749.000         | 2.030.000         | 42,7%        |
| 25 - 34 anni         | 8.841.000         | 4.050.000         | 45,8%        |
| 35 - 44 anni         | 8.739.000         | 3.902.000         | 44,7%        |
| 45 - 54 anni         | 7.632.000         | 3.604.000         | 47,2%        |
| 55 - 64 anni         | 6.828.000         | 2.900.000         | 42,5%        |
| oltre 65 anni        | 10.710.000        | 3.411.000         | 31,8%        |
| Laurea               | 3.864.000         | 2.444.000         | 63,3%        |
| media superiore      | 14.690.000        | 7.723.000         | 52,6%        |
| media inferiore      | 17.544.000        | 7.131.000         | 40,6%        |
| elementare           | 10.481.000        | 3.011.000         | 28,7%        |
| nessun titolo        | 3.141.000         | 349.000           | 11,1%        |
| <b>Totale Italia</b> | <b>49.720.000</b> | <b>20.658.000</b> | <b>41,5%</b> |

*Dati Audipress 2004/1*

## Indici di lettura in Italia: area geografica

La rilevazione Audipress 2004/1 conferma l'andamento "a due velocità" della lettura dei quotidiani nel nostro Paese: a fronte di una parte settentrionale del paese dove i tassi di readership sono allineati con i paesi europei più evoluti, il centro e soprattutto il sud della penisola scontano una perdurante arretratezza nel consumo di quotidiani.

Tutte le regioni del nord, infatti, si collocano al di sopra della media nazionale, con punte di eccellenza in Liguria, Friuli-Venezia Giulia ed Emilia-Romagna, unica regione d'Italia dove i lettori abituali dei quotidiani superano il 60%. Fanno eccezione a questo quadro positivo Piemonte e Valle d'Aosta, dove la penetrazione dei quotidiani è di poco inferiore al 40% contro una media nazionale del 41,5%.

La situazione nel Centro Italia è quella che più riflette la media nazionale, con l'eccezione positiva della Toscana che ha percentuali di lettura superiori al 50%. Per il resto, gli scostamenti rispetto alla media nazionale sono abbastanza ridotti; da segnalare in positivo il forte incremento del numero dei lettori nelle Marche (quasi 150.000 in più rispetto alla passata edizione della ricerca).

Meno brillante la situazione nel meridione del Paese, dove - con l'unica, brillante eccezione della Sardegna - le percentuali dei lettori abituali stazionano intorno al 30% o meno, sino al 24,8% della Campania che si conferma la regione dove si legge meno.

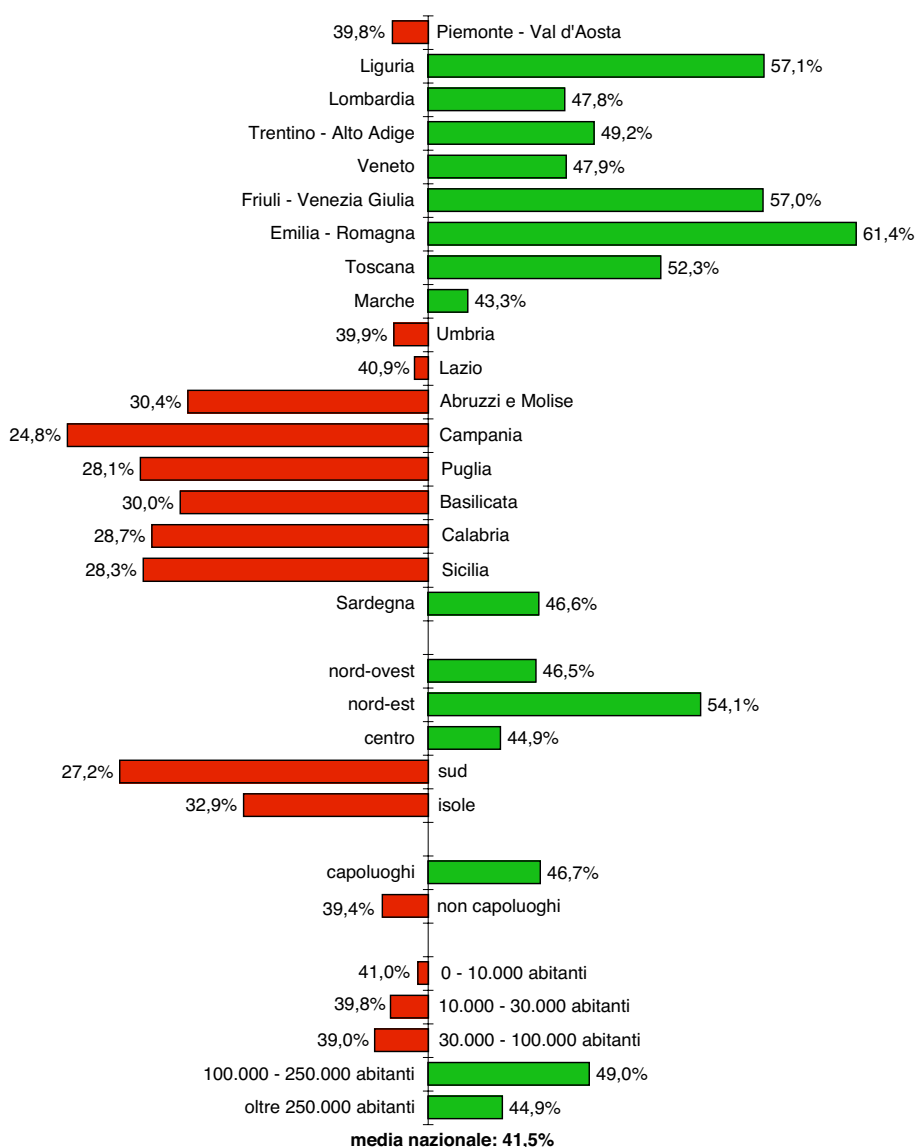
**Indici di readership 2004 per area geografica  
(lettori nel giorno medio - popolazione superiore a 14 anni)**

|                            | popolazione       | lettori           | %            |
|----------------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| Piemonte - Val d'Aosta     | 3.860.000         | 1.538.000         | 39,8%        |
| Liguria                    | 1.417.000         | 809.000           | 57,1%        |
| Lombardia                  | 7.984.000         | 3.820.000         | 47,8%        |
| Trentino - Alto Adige      | 807.000           | 397.000           | 49,2%        |
| Veneto                     | 3.998.000         | 1.915.000         | 47,9%        |
| Friuli - Venezia Giulia    | 1.064.000         | 607.000           | 57,0%        |
| Emilia - Romagna           | 3.590.000         | 2.203.000         | 61,4%        |
| Toscana                    | 3.132.000         | 1.638.000         | 52,3%        |
| Marche                     | 1.306.000         | 566.000           | 43,3%        |
| Umbria                     | 739.000           | 295.000           | 39,9%        |
| Lazio                      | 4.481.000         | 1.832.000         | 40,9%        |
| Abruzzi e Molise           | 1.387.000         | 421.000           | 30,4%        |
| Campania                   | 4.738.000         | 1.173.000         | 24,8%        |
| Puglia                     | 3.400.000         | 957.000           | 28,1%        |
| Basilicata                 | 510.000           | 153.000           | 30,0%        |
| Calabria                   | 1.698.000         | 487.000           | 28,7%        |
| Sicilia                    | 4.181.000         | 1.183.000         | 28,3%        |
| Sardegna                   | 1.428.000         | 666.000           | 46,6%        |
| nord-ovest                 | 13.261.000        | 6.166.000         | 46,5%        |
| nord-est                   | 9.459.000         | 5.122.000         | 54,1%        |
| centro                     | 9.658.000         | 4.332.000         | 44,9%        |
| sud                        | 11.733.000        | 3.190.000         | 27,2%        |
| isole                      | 5.609.000         | 1.848.000         | 32,9%        |
| capoluoghi                 | 14.685.000        | 6.858.000         | 46,7%        |
| non capoluoghi             | 35.035.000        | 13.800.000        | 39,4%        |
| 0 - 10.000 abitanti        | 16.252.000        | 6.668.000         | 41,0%        |
| 10.000 - 30.000 abitanti   | 11.417.000        | 4.540.000         | 39,8%        |
| 30.000 - 100.000 abitanti  | 10.478.000        | 4.090.000         | 39,0%        |
| 100.000 - 250.000 abitanti | 3.919.000         | 1.919.000         | 49,0%        |
| oltre 250.000 abitanti     | 7.654.000         | 3.440.000         | 44,9%        |
| <b>Totale Italia</b>       | <b>49.720.000</b> | <b>20.658.250</b> | <b>41,5%</b> |

Dati Audipress 2004/1

Non mancano tuttavia i segnali positivi: in Sicilia, per esempio, in un anno il numero dei lettori è salito di quasi 100.000 unità, mentre la Basilicata, che sino a pochi anni or sono era il fanalino di coda per lettura dei quotidiani, ha per la prima volta raggiunto la quota del 30% di lettori abituali.

I dati confermano una maggiore propensione alla lettura degli abitanti dei capoluoghi rispetto ai residenti in provincia, ma anche qui non mancano segnali significativi: il numero dei lettori nelle città non capoluogo di provincia è salito, rispetto all'edizione passata della ricerca, di circa 750.000 unità. Una crescita, questa, che è confermata anche dalla suddivisione dei comportamenti di lettura sulla base delle dimensioni della città di residenza: i lettori abituali residenti in centri di dimensioni inferiori ai 100.000 abitanti sono infatti aumentati del 5,2%, e addirittura del 12% i lettori residenti in centri di dimensioni comprese tra i 100.000 e i 250.000 abitanti. Per contro, sono rimasti stabili i lettori delle grandi città, ma a questo proposito va ricordato i grandi centri urbani siano le aree diffusionali primarie per i quotidiani gratuiti, che sono esclusi dalla rilevazione Audipress.



## Indici di diffusione dei quotidiani nel mondo

### Indici di diffusione dei quotidiani nel mondo - 2003 (copie vendute per 1000 abitanti)

|                   |     |                     |     |
|-------------------|-----|---------------------|-----|
| Islanda           | 706 | <b>Italia</b>       | 158 |
| Norvegia          | 684 | Russia              | 155 |
| Giappone          | 647 | Croazia             | 138 |
| Svezia            | 590 | Ecuador             | 137 |
| Finlandia         | 524 | Bielorussia         | 128 |
| Bulgaria          | 473 | Polonia             | 128 |
| Danimarca         | 437 | Spagna              | 122 |
| Svizzera          | 420 | Repubblica Slovacca | 118 |
| Regno Unito       | 393 | Turchia             | 98  |
| Austria           | 377 | Macedonia           | 96  |
| Singapore         | 340 | Cipro               | 93  |
| Canada            | 337 | Libano              | 93  |
| Germania          | 322 | Cina                | 91  |
| Olanda            | 319 | Pakistan            | 77  |
| Lussemburgo       | 316 | Romania             | 70  |
| Ucraina           | 272 | Cuba                | 67  |
| USA               | 263 | Grecia              | 67  |
| Hong Kong         | 262 | Portogallo          | 66  |
| Irlanda           | 250 | Argentina           | 56  |
| Nuova Zelanda     | 242 | Brasile             | 52  |
| Slovenia          | 211 | India               | 44  |
| Estonia           | 204 | Egitto              | 42  |
| Australia         | 200 | Sud Africa          | 42  |
| Repubblica Ceca   | 194 | Colombia            | 38  |
| Lettonia          | 186 | Sri Lanka           | 35  |
| Ungheria          | 185 | Indonesia           | 26  |
| Belgio            | 173 | Tunisia             | 25  |
| Francia           | 167 | Marocco             | 16  |
| Malesia           | 167 | Kenia               | 14  |
| Serbia-Montenegro | 163 | Uruguay             | 10  |

*Dati WAN World Press Trends 2004*

L'annuale rilevazione "World Press Trends" effettuata dalla WAN (World Association of Newspapers) sull'andamento dell'industria dei quotidiani in tutto il mondo contiene, tra l'altro, i dati sulla diffusione dei giornali, sulla base del numero di copie diffuse per migliaio di abitanti. La tabella che presentiamo in questa pagina evidenzia i dati di una sessantina tra le nazioni di tutti i continenti. Come sempre, le "prime della classe" sono le nazioni scandinave e il Giappone, con tassi di diffusione che superano talora le due copie per tre abitanti.

Tra le nazioni Europee comparabili, per struttura demografica e condizioni economiche, all'Italia, vanno segnalate le 393 copie del Regno Unito e le 322 della Germania: nazioni con un tasso di penetrazione dei quotidiani più che doppio rispetto al nostro Paese. Più vicina la Francia, dove le copie diffuse per migliaio di abitanti sono soltanto nove in più rispetto all'Italia.

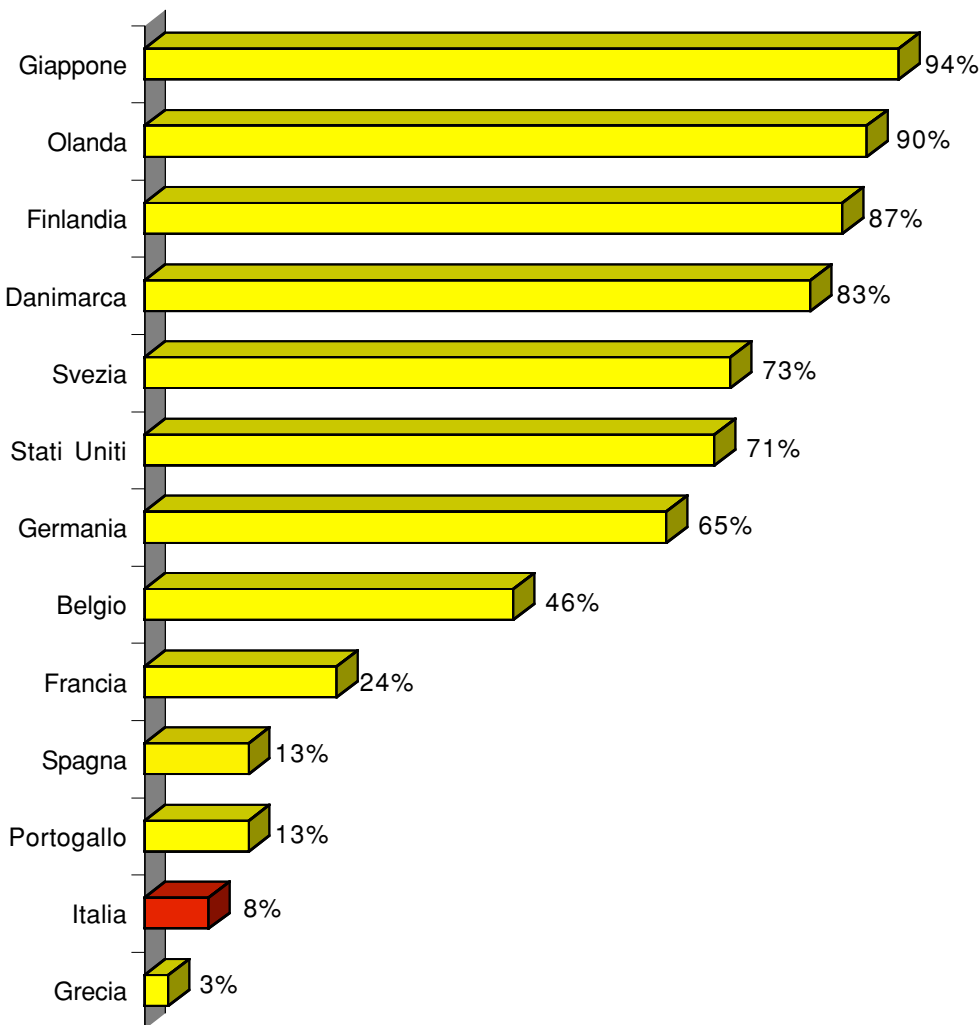
L'Italia, appunto: i dati diffusionali la vedono a "metà classifica", con 158 copie diffuse per 1.000 abitanti, ma in netto progresso rispetto alle 118 copie dell'edizione 2003. Un progresso così repentino si spiega con l'inserimento tra le copie diffuse, per la prima volta, di circa 2,1 milioni di copie giornaliere di quotidiani gratuiti che sino all'edizione dell'anno scorso del rilevamento erano omessi dal conteggio. La "free press", d'altra parte, è un oggettivo fattore di allargamento del mercato dei quotidiani nel nostro Paese, al di là delle legittime opinioni che si possono avere sulla sua validità o meno dal punto di vista economico ed editoriale.

Con o senza i quotidiani gratuiti, comunque, i dati sulla lettura dei quotidiani in Italia rimangono su livelli piuttosto modesti, per una serie di ragioni che questa pubblicazione non manca di richiamare ad ogni edizione: limitata scolarizzazione complessiva, "istituzionalizzazione" del mezzo

televisivo come mezzo principe per l'intrattenimento, l'informazione e la comunicazione pubblicitaria, difficoltà del sistema distributivo a raggiungere in maniera capillare ed efficiente il lettore-consumatore. I dati sulla percentuale di copie diffuse in abbonamento, che tradizionalmente proponiamo in queste pagine, vede l'Italia inchiodata ad un misero 8%, davanti alla sola Grecia tra le nazioni europee e superata persino da nazioni come Spagna e Portogallo, che sino a poco tempo fa ci stavano dietro. E' evidente, nel grafico, la correlazione diretta e positiva tra livelli di diffusione in abbonamento e livelli di diffusione complessiva. E sono altrettanto ovvi i riflessi negativi che questa situazione comporta per l'equilibrio economico dell'industria italiana dei quotidiani, costretta nel suo complesso ad una sovrapproduzione di quasi il 30% per poter rifornire decine di

migliaia di punti vendita sulla base di criteri previsionali probabilistici e senza poter disporre di un adeguato zoccolo di copie "sicure" già vendute agli abbonati.

**% abbonamenti su totale vendite (2003)**



dati WAN World Press Trends 2004