

# Per una geografia della stampa: distribuzione spaziale e rappresentazione cartografica della diffusione dei quotidiani cartacei *Corriere della Sera*, *La Repubblica* e *La Stampa* in Italia (2004-2019)

Nicola Gabellieri, Giannantonio Scaglione\*

Parole chiave: *quotidiani, stampa, distribuzione, GIS, geostatistica*

## 1. Introduzione

«La lettura del giornale è la preghiera del mattino dell'uomo moderno»: l'asserzione attribuita a Friedrich Hegel (1981) evidenzia l'importanza conferita ai quotidiani in Europa a partire dal Settecento sia in quanto strumento di diffusione delle notizie sia come vera e propria ritualità giornaliera per la partecipazione alla comunità civile e politica.

Nonostante gli oltre due secoli che ci separano dall'aforisma del filosofo tedesco, i quotidiani mantengono ancora questa duplice funzione. Le prassi di condivisione delle notizie comunque hanno visto negli ultimi decenni un profondo mutamento. Anche per questo, la diffusione e la ricezione dei giornali è un argomento che è stato ampiamente studiato dal punto di vista storico (Gozzini, 2000; Bettini, 2009; Forno, 2012; Bergamini, 2013), sociologico (Sparks, 1999; Fortunati, Sarrica, 2004; Hess, Waller, 2017) ed economico (De Bens, Østbye, 1998; Mosconi, 2000; Fan, 2013). In particolare, la letteratura ha messo in evidenza la forte trasformazione avvenuta nel mercato dell'editoria: in un settore per lungo tempo caratterizzato da cambiamenti gradualmente, processi quali la concentrazione editoriale, l'indebolimento delle ideologie politiche e la diffusione di *internet* si sono riflessi in un forte decremento nella richiesta e nella vendita di copie cartacee (Fidler, 1997; Mosconi, 2000; Morcellini, 2011; Basaglia 2020). Questa evoluzione, ancora in atto, rimane difficile da valutare; anche per questo i cosiddetti *journalism studies* stanno diventando sempre più rilevanti in ambito accademico internazionale (Peters, Carlson, 2019; Gutsche, Hess, 2019).

---

\* Trento, Università di, Italia.

Il presente lavoro è frutto di un'riflessione e lavoro di entrambi gli autori. Ciononostante, a N. Gabellieri sono riconducibili i paragrafi 1, 2, 3.5 e 4, e a G. Scaglione i paragrafi 3.1, 3.2, 3.3, 3.4.

Il tema ha invece attirato meno interesse nella geografia, almeno per quanto riguarda il nostro Paese. In Francia, il geografo sociale Abel Chatelain ha proposto già negli anni Cinquanta del secolo scorso lo studio della distribuzione dei quotidiani sul territorio nazionale e l'identificazione di zone di predominanza come i fondamenti di una *géographie sociologique de la presse* per la comprensione dei comportamenti urbani e rurali (1953; 1955; 1957). Alcuni decenni dopo, l'argomento è stato recuperato proponendo la diffusione dei giornali come il campo di indagine privilegiato per una nuova *géographie de la communication*, ovvero della circolazione del pensiero nelle sue espressioni parlate, scritte e iconografiche (Maistre, 1970; Verlaque, 1985). In Italia, proprio a partire dagli studi di Chatelain, la geografia ha considerato lo studio della diffusione dei quotidiani come parametro sia per delimitare gli areali di influenza delle principali città (Mori, Cori, 1969) sia per valutare il grado di sviluppo del Meridione (Coppola, 1972).

Più recentemente, Henri Lefebvre ha definito il giornalismo come una pratica spaziale, capace di partecipare alla produzione di morfologie sociali (Lefebvre, 1991, pp. 93-94) e come tale meritevole di attenzione da parte degli studi geografici. Nonostante ciò, sino ad ora i tentativi di mappare la circolazione geografica dei giornali sono stati relativamente poco approfonditi, con sporadici studi dedicati alla loro diffusione attraverso *internet* (Gasher, Klein, 2008; Gutsche, Hess, 2019) ed ancora più rare analisi spaziali di quella delle copie cartacee (Karlsson, 2004; Freschi, 2006; Tiffen, 2015), a fronte invece di più numerosi *report* ufficiali<sup>1</sup>.

Raccogliendo questi stimoli, e assumendo che la circolazione dei giornali costituisce un fenomeno sociale con una declinazione spaziale (Karlsson, 2004), il presente lavoro si propone di fornire una analisi della diffusione dei quotidiani, con l'obiettivo di elaborare un ritratto cartografico della «geografia della stampa» e dei suoi sviluppi nell'ultimo ventennio. In questa direzione, attraverso l'esame quantitativo della circolazione delle copie cartacee di tre delle maggiori testate italiane, il saggio cerca di costruire una rappresentazione diacronica e sincronica di un settore cruciale delle dinamiche sociali e culturali del Paese, anche per contribuire ad un dibattito pubblico sul presente e il futuro della carta stampata che negli ultimi anni si è fatto particolarmente acceso<sup>2</sup>.

## 2. Fonti e metodologia

Nel campo della geografia si è recentemente esortato a esplorare nuovi modi per comprendere il processo di lettura come una pratica sociale (Hones, 2008). Questo tipo di invito può essere fruttuosamente adottato nel campo della geografia della stampa, considerando la diffusione dei giornali.

<sup>1</sup> Si rimanda in particolare ai documenti statistici, ai rapporti e ai dossier commissionati dalla Federazione italiana editori giornali (Fieg) e pubblicati su <http://www.fieg.it/studi.asp?page=1> (ultimo accesso: 19/06/2021).

<sup>2</sup> Si veda ad esempio la discussione aperta in seno al quotidiano *La Repubblica* con la pubblicazione del *paper* interno *Valori e missione editoriale di Gedi*, dove la «transizione digitale» è indicata come uno dei quattro nuovi assi strategici del giornale (<https://www.primaonline.it/wp-content/uploads/2020/12/Valori-e-Missione-Editoriale-Gedi.pdf>).

Per la realizzazione di questo studio si è fatto riferimento a statistiche raccolte in modo omogeneo e standardizzato pubblicate *online* in modo da poter comparare efficacemente distribuzione e andamento di diverse testate nazionali.

In Italia, i dati ufficiali relativi alla diffusione di giornali, riviste e quotidiani sono raccolti, certificati e pubblicati a cadenza periodica da Accertamenti diffusione stampa (Ads). Istituita nel 1975 a Milano su iniziativa di un consorzio di editori e agenzie di pubblicità, Ads è una società di monitoraggio, controllo e certificazione che ha l'obiettivo di «fornire informazioni oggettive ed imparziali al mercato» a beneficio soprattutto di investitori e inserzionisti (Marsili, 2009, p. 85). I dati relativi a tiratura, vendita, circolazione e resa di tutti i periodici italiani vengono raccolti attraverso rilevamenti incrociati presso gli editori e i vari distributori e rivenditori esterni. Ogni mese Ads pubblica un bollettino mensile, a cui si aggiungono i *report* annuali e le statistiche scaricabili dal sito<sup>3</sup>.

In particolare, il sito permette di scaricare un *dataset* dal titolo *Dati territoriali dichiarati e certificati* che fornisce per ogni provincia la diffusione<sup>4</sup> quotidiana media a cadenza annuale dal 2003 al 2019 di ogni testata mensile, settimanale e giornaliera<sup>5</sup>. Questo lasso temporale è estremamente significativo, in quanto consente di approfondire la distribuzione e la circolazione di copie cartacee in un momento di forte evoluzione del settore quali il primo decennio del XX secolo (Meyer, 2009).

Ai fini dell'analisi sono stati selezionati i dati relativi a tre testate, *Corriere della Sera*, *La Repubblica* e *La Stampa*, ovvero i tre quotidiani a più ampia tiratura nazionale di quell'ambito definito in letteratura come «giornali generalisti» (Fortunati e Sarrica, 2004) o «nazionali policentrici» (Vaglio, 2006), escludendo periodici a carattere specialistico come *Il Sole 24 Ore* o *La Gazzetta dello Sport*.

Rispetto ai tre giornali considerati sono stati scaricati i dati relativi alla diffusione media giornaliera a scala provinciale relativi agli anni 2004, 2009, 2014, 2019, in modo da ottenere un quadro dettagliato sull'evoluzione del fenomeno nell'ultimo ventennio.

Per l'analisi e la rappresentazione spaziali dei dati si è fatto ricorso a un *Geographic information system* (GIS). I dataset sono stati integrati con i *layer* poligonali delle province italiane, secondo gli *shapefile* ufficiali rilasciati dall'Istituto Nazionale di Statistica (Istat) nel 2001 e nel 2011<sup>6</sup>, in modo da costruire

<sup>3</sup> <http://www.adsnotizie.it/index.asp> (ultimo accesso: 19/06/2021).

<sup>4</sup> Con «diffusione» la Ads intende «il totale delle copie diffuse in Italia e all'estero tramite: i canali previsti dalle disposizioni di legge, le altre vendite, gli abbonamenti a pagamento (diffusione pagata); le vendite in blocco; gli abbonamenti da quota associativa; i *coupons* gratuiti, gli abbonamenti gratuiti, gli omaggi (diffusione gratuita)». Si veda il glossario «Definizioni» disponibile sul sito [http://www.adsnotizie.it/\\_definizioni.asp](http://www.adsnotizie.it/_definizioni.asp) (ultimo accesso: 19/06/2021).

<sup>5</sup> [http://www.adsnotizie.it/\\_dati\\_certificati\\_territorio.asp](http://www.adsnotizie.it/_dati_certificati_territorio.asp) (ultimo accesso: 19/06/2021).

<sup>6</sup> <https://www.istat.it/it/archivio/222527> (ultimo accesso: 19/06/2021). Dati alcuni cambiamenti avvenuti nel numero e nella confinazione delle province, è stato necessario usare lo *shapefile* relativo al 2001 per i dati del 2004 e del 2009, e quello relativo al 2011 per i dati del 2014 e del 2019. Nonostante ulteriori modifiche nel tessuto provinciale, i dati utilizzati continuano ad essere aggregati sulla base del mosaico amministrativo precedente alla riforma del 2016 e posteriori.

un *database* georiferito per immagazzinare, gestire e interrogare informazioni spaziali e dati geografici (Burrough, McDonnell, 1998).

Grazie alla base geografica, i dati sono stati incrociati con statistiche quali la popolazione residente nelle province per ogni anno considerato e con altri parametri territoriali prodotti da Istat e Eurostat<sup>7</sup>. La costruzione del *geodatabase* ha quindi permesso l'elaborazione di analisi base di statistica e geostatistica (Chun, Griffith, 2013), quali il calcolo della diffusione media ogni mille abitanti, della distribuzione percentuale delle copie sul totale del territorio nazionale e del rapporto incrementale delle copie circolanti nel tempo, per procedere all'esame sincronico e diacronico delle geografie dei tre giornali.

### 3. Elaborazione cartografia e discussione dei risultati

3.1. *La distribuzione percentuale provinciale dei quotidiani sul territorio nazionale* – Dal punto di vista geografico, il mercato della diffusione di quotidiani cartacei in Italia si mostra – ora come in passato (Fieg, 2004; Asig, 2018) – estremamente polarizzato.

La figura 1 mostra la percentuale della diffusione media provinciale sul totale nazionale delle tre testate considerate nei due estremi temporali. Per quanto riguarda il *Corriere della Sera*, nel 2004 il 26,3% delle copie era distribuito in Provincia di Milano, il 9,5% in quella di Roma e il 5,1% in quella di Varese, mentre tutto il resto della penisola vedeva percentuali inferiori al 3%. Nel 2019 il fenomeno risulta invece leggermente meno concentrato, seppur mantenendo il centro demico costituito dalla capitale economica Milano, con il 24,8% delle copie nazionali.

La stessa distribuzione eterogenea si riscontra nel caso de *La Repubblica*, con una simile importanza rivestita – seppur a percentuali invertite – nel 2004 dalle due province di Roma (18,1% sul totale nazionale) e Milano (8,3%). A mostrare percentuali relativamente importanti sono anche una serie di province corrispondenti a città rilevanti demograficamente e di tradizione progressiste come Bologna (5,2%), Firenze (4,9%), Napoli (4,8%) e Torino (3,4%). Anche per questo quotidiano la ripartizione percentuale appare leggermente meno polarizzata nel 2019, con Roma teatro della diffusione del 15,8% delle copie, seguita da Milano (8%), Bologna (5,2%), Firenze (4,5%), Torino (4,1%) e con l'accresciuta rilevanza di Genova (3,2%).

Rispetto a queste due distribuzioni disperse su tutto il territorio nazionale, il Nord-ovest rappresenta per *La Stampa* il *cluster* di aggregazione principale, in linea con la sua forte connotazione di quotidiano di area sabauda. Nel 2004 in Provincia di Torino sono distribuite il 37,7% delle copie totali; seguono a distanza le piemontesi Cuneo (7,1%), Alessandria (4,5%) e Novara (4,1%). Anche i *trend* di cambiamento divergono, in quanto il panorama del 2019 registra un aumento percentuale delle copie diffuse in queste province, con la crescita dei valori relativi a Torino (40,2%), Cuneo (9,8%), Alessandria (5,65), Novara (5,4%) e Savona (5,1%).

<sup>7</sup> <https://www.istat.it/it/popolazione-e-famiglie?dati> (ultimo accesso: 19/06/2021); <https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/dati/bd/contieco/eurostat> (ultimo accesso: 19/06/2021).

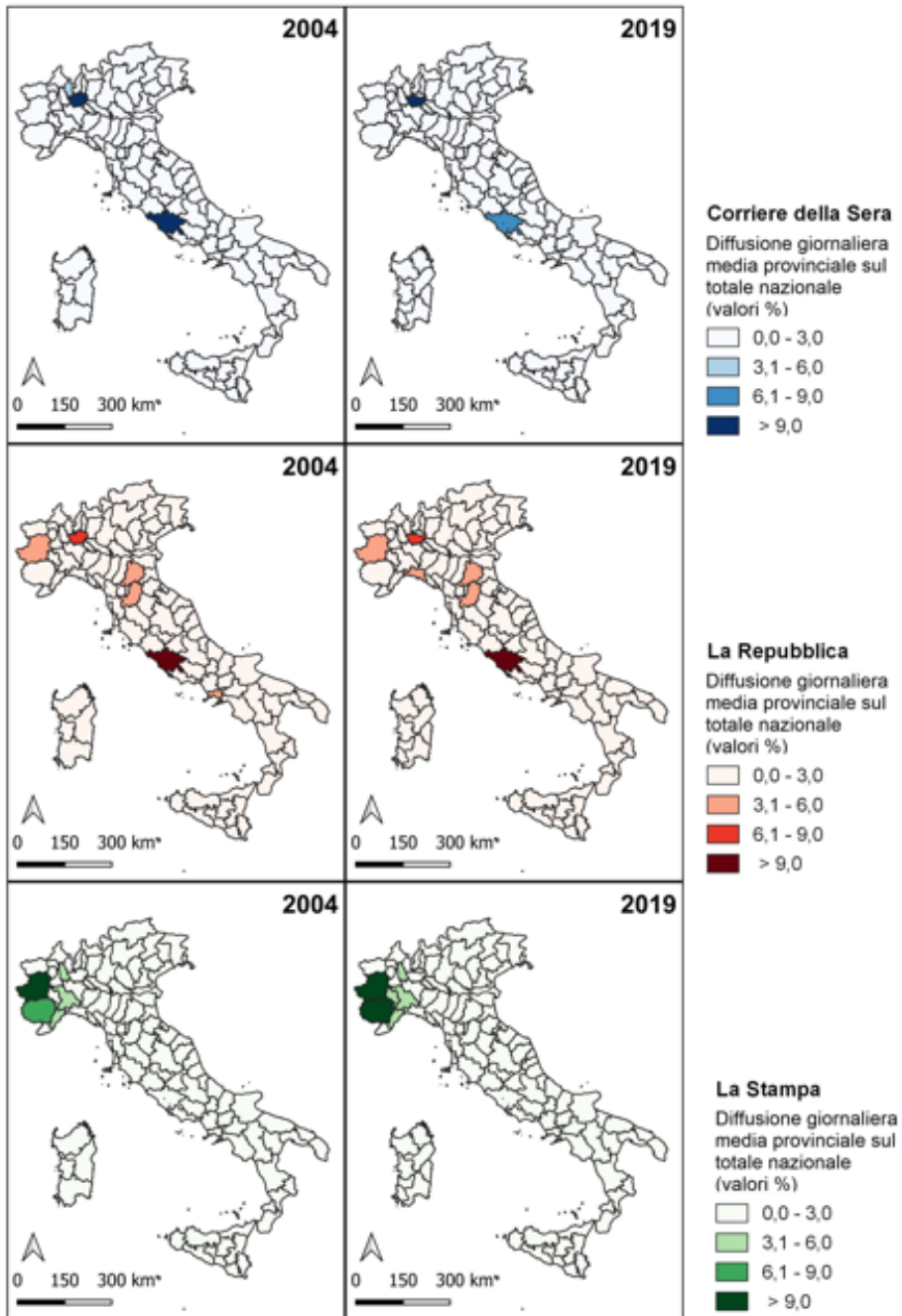


Fig. 1 – Diffusione giornaliera media provinciale sul totale nazionale dei quotidiani *Corriere della Sera*, *La Repubblica* e *La Stampa* relativa agli anni 2004 e 2019 (valori in percentuale).  
Fonte: elaborazione su dati Ads.

3.2. *La distribuzione dei quotidiani in rapporto alla popolazione provinciale* – Un secondo indice per misurare la distribuzione geografica nazionale dei quotidiani è costituito dalla media annuale del numero di copie diffuse giornalmente in ogni provincia pesato secondo la popolazione residente così come registrata annualmente dall'Istat. Attraverso questi dati è stato possibile costruire tre serie cartografiche diacroniche per gli anni 2004, 2009, 2014 e 2019 relative alle testate *Corriere della Sera* (fig. 2A), *La Repubblica* (fig. 2B) e *La Stampa* (fig. 2C). Le tre serie, che mostrano la diffusione media quotidiana ogni mille abitanti, permettono di combinare analisi sincronica, mostrando le province dove l'interesse del pubblico appare essere maggiore, con quella sincronica, evidenziando il cambiamento nel numero di copie distribuite.

Anche a questo esame, *Corriere della Sera* e *La Repubblica* dimostrano di seguire dinamiche diverse rispetto a *La Stampa* (fig. 2C). Quest'ultima presenta infatti un forte impatto di diffusione nella già notata area del Nord-ovest: Aosta, Torino e Savona raggiungono impressionanti numeri con rispettivamente 60,4, 58,9 e 49 copie. In generale, la diffusione segue una logica a macchia di leopardo, con significativi valori per Rimini (22,2 copie) e province contermini, nonché per le province meridionali di Foggia, Chieti e Potenza, e una media nazionale di 11,9 copie. Si rileva la quasi totale assenza nelle regioni centrali della Toscana e dell'Umbria e nel Nord-est.

La cartografia del 2009 mostra fisiologiche variazioni positive e negative in alcune aree su una media nazionale stabile a 10,4 copie. Aosta (56,1 copie), Savona (51,6) e Torino (49) presentano valori simili, mentre si assiste ad un consolidamento per l'area emiliana e romagnola, seppur con indici inferiori, nonché nelle province del Molise, dell'Abruzzo, della Basilicata e della Puglia. Una dinamica di arretramento territoriale è identificabile invece nella carta relativa al 2014, quando la media nazionale scende a 6,8 copie giornaliere ogni mille abitanti. Aosta, Savona e Torino rimangono le città con il più alto numero di quotidiani in rapporto alla popolazione ma con valori significativamente inferiori, rispettivamente pari a 38,3, 36,8 e 33,4 copie medie ogni mille abitanti.

Il trend si acuisce nel 2019, quando in quasi tutte le province il numero medio di copie quotidiane circolanti ogni mille abitanti è inferiore ad uno. Valori superiori alle 2,5 copie medie giornaliere permangono solo nell'area romagnola e nel «feudo» valdostano-piemontese-ligure dove l'indicatore di 20 copie viene superato solo da Aosta, Savona, Torino e Asti.

I dati relativi al *Corriere della Sera* mostrano delle dinamiche più complesse ed eterogenee (fig. 2A). Nel 2004 il quotidiano ha una omogenea distribuzione media a scala nazionale, con una media di 21,8 copie e i cui estremi sono rappresentati da Milano e Varese, con rispettivamente 43,7 e 38,7 copie, e Asti, unico sotto la copia giornaliera. Sopra il valore di 10 copie si trovano complessivamente le province della Lombardia, della Liguria e del Nord-est, Livorno, Roma e Sassari.

Rispetto al caso già presentato, la contrazione nella diffusione si registra già nel 2009, quando la media nazionale scende a 17,7 quote, con l'unica Milano a rimanere sopra le 20 copie quotidiane medie ogni mille abitanti. Tra le 10 e le 20 copie si registrano in alcune province lombarde, Aosta, Trento, Venezia,

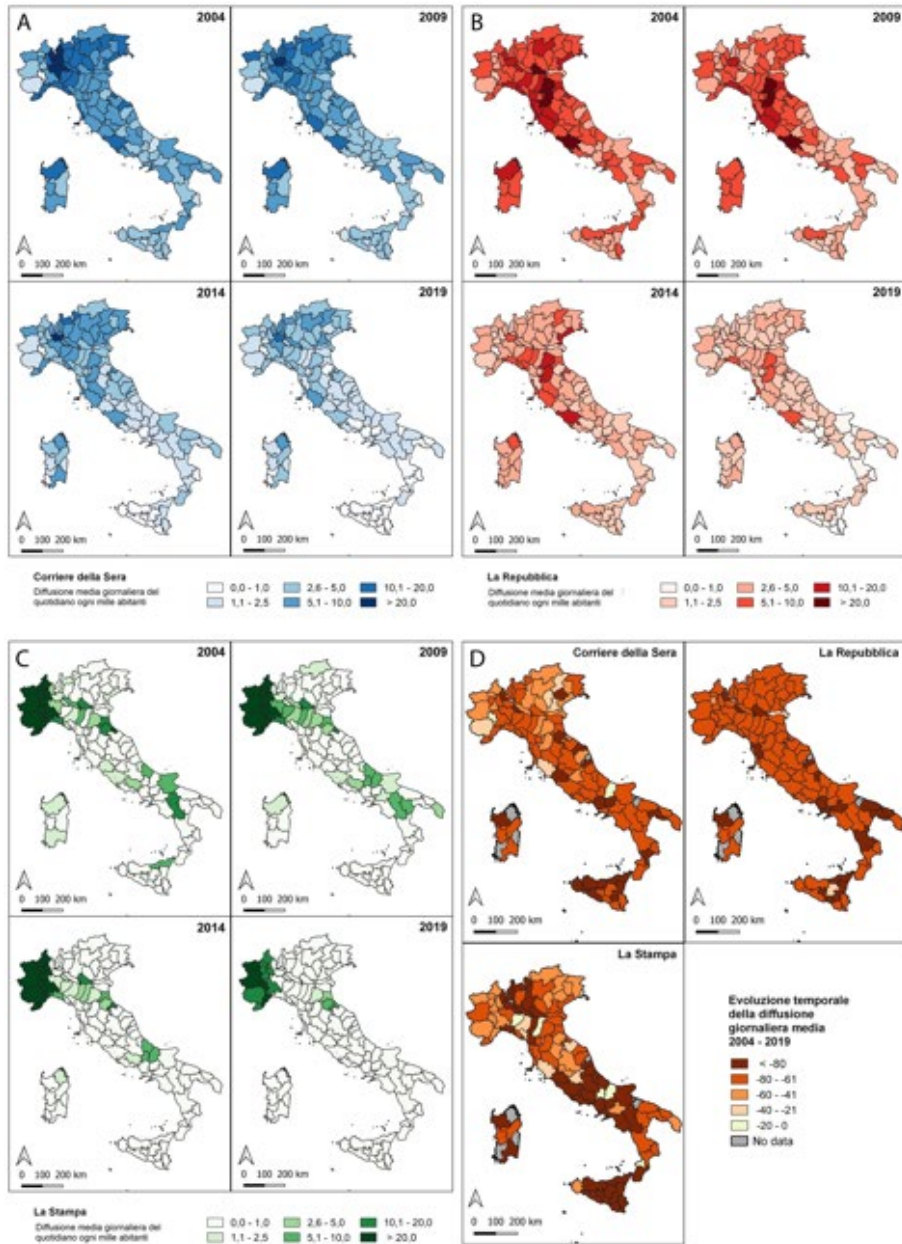


Fig. 2 – Diffusione giornaliera media provinciale ogni mille abitanti relativa agli anni 2004, 2009, 2014 e 2019 dei quotidiani *Corriere della Sera* (A), *La Repubblica* (B) e *La Stampa* (C); sulla base di tali dati è stato calcolato il rapporto incrementale della diffusione giornaliera media relativa agli anni 2004 e nel 2019 per provincia italiana dei quotidiani *Corriere della Sera*, *La Repubblica* e *La Stampa* nel 2004 e nel 2019 (D).  
 Fonte: elaborazione su dati Ads e Istat.

Savona, Grosseto, Roma e Sassari. Negli anni successivi il *trend* decrescente si amplifica: con l'eccezione di Milano (23,37 copie) e Sondrio (10,1) la media giornaliera della circolazione del *Corriere* scende su tutto il territorio nazionale sotto le 10 copie. La contrazione si manifesta in particolare nel Meridione.

Nel 2019 solo Milano presenta, con 15,1 copie giornaliere ogni mille abitanti, una diffusione media superiore al valore di 10. La maggior parte del panorama nazionale si assesta tra le 2,5 e le 5 copie quotidiane (34 province) o nella fascia 1-2,5 (40 province), con una media complessiva di 6,7 copie. La Sicilia e quasi tutta la Calabria rimangono sotto il valore di un punto per migliaia.

Rispetto alla circolazione del *Corriere*, *La Repubblica* si attesta nel corso degli ultimi venti anni prevalentemente nelle città capoluogo del Centro-nord (fig. 2B). Nel 2004, le province con una maggiore diffusione sono Bologna, Firenze, Roma e Mantova, rispettivamente con la media di 31, 29,9, 28,2 e 20,6 copie giornaliere distribuite. In confronto ai due casi già considerati, a livello nazionale la distribuzione si presenta complessivamente più omogenea e con una media giornaliera di 20,7 copie. I valori più bassi, sempre superiori a 2,5, si registrano nelle meridionali Enna, Crotone, Campobasso e Caltanissetta.

Nel 2009 la media nazionale di copie medie giornaliere decresce a 15,8. Le aree di maggiore diffusione sul totale della popolazione provinciale risultano essere il Centro-nord e la Sardegna, assieme ad alcune delle maggiori città del Meridione. Le province con una maggiore incidenza sono Bologna (22,5), Roma (22,4) e Firenze (22,3), mentre si assiste ad un crollo repentino di Mantova (5,2) rispetto al 2004. La maggior parte del territorio (50 province) rimane comunque assestato nella fascia 5-10 copie.

Cinque anni dopo, il panorama appare profondamente mutato. Oltre 56 province sono collocate nella fascia inferiore, con una media di copie distribuite giornalmente compresa tra 2,5 e 5, molto al di sotto della media nazionale di 9,4. Le province che superano le 10 copie giornaliere sono appena 4, con Venezia (che cresce a 16,7 copie rispetto alle 9,9 del 2009) che si aggiunge a Bologna (16,7), Firenze (13,6) e Roma (11,9). La distribuzione rimane comunque omogenea, con solo due province (Asti e Brindisi) con una media inferiore a una copia quotidiana.

Il *trend* di progressiva decrescita si conferma anche nel 2019 quando la media nazionale scende a 4,9 copie e oltre 64 province sono ormai comprese nella fascia 1-2,5 copie al giorno. Sotto questo valore sono compresi solo territori del Meridione e la provincia di Asti. Le aree di maggiore incidenza sul totale della popolazione rimangono quelle tradizionali, con Bologna (7,5 copie), Firenze (6,6), Roma (5,5) e città che resistono maggiormente alla decrescita come Genova (5,7).

*3.3. Evoluzione temporale* – Le analisi nei paragrafi precedenti hanno suggerito una dinamica di forte decremento numerico delle copie cartacee negli ultimi quindici anni. Per esplorare la prospezione geografica di questo fenomeno, i dati disponibili sono stati utilizzati per calcolare il rapporto incrementale tra i valori al 2004 e al 2019 della diffusione media a scala provinciale delle tre testate considerate (fig. 2D). Il risultato è un indice a scala nazionale per



*Corriere della Sera*, *La Repubblica* e *La Stampa* molto accentuato, rispettivamente pari al -69,4%, al -76,0% e al -67,8%.

Generalmente si rileva per tutte e tre le testate un fortissimo calo nel Meridione e soprattutto in Sicilia, Puglia e Campania, dove in molte province il numero di quotidiani in circolazione è diminuito in quindici anni di oltre l'80%. Comparativamente invece le tre testate mostrano *trend* spaziali diversi: nel caso di *La Repubblica*, il decremento ha riguardato in modo omogeneo tutte le province, in linea con la media nazionale, con picchi significativi costituiti da alcuni territori come Pisa, Sassari, Mantova, Varese. Diversamente le tendenze provinciali del *Corriere della Sera* appaiono molto più composite e differenziate. Le aree con un decremento più forte sono parzialmente sovrapponibili con quelle di *La Repubblica*. A settentrione la decrescita appare comunque meno pronunciata rispetto alla media nazionale, con l'area piemontese, trentina e veneta che mostrano tassi superiori al -40%.

I *trend* che caratterizzano *La Stampa* sono invece ancora più polarizzati, con un fortissimo calo nella circolazione delle copie riguardanti l'Italia centro-meridionale e la Lombardia ma una decrescita molto più ridotta per il Piemonte, il Veneto, il Friuli, l'Umbria e l'Emilia. In alcune province con un esiguo numero di copie distribuite molto ridotte la variazione rimane minima.

3.4. *Le aree di prevalenza* – Le analisi illustrate nei paragrafi precedenti hanno già mostrato come ogni quotidiano abbia alcuni areali di prevalenza dove maggiore è la sua forza di radicamento e la predominanza rispetto ad altre testate. Come suggerito da Chatelain (1955; 1957), l'identificazione delle «regioni della stampa», distinte da quelle amministrative e culturali, può aprire interessanti prospettive per riflettere sul ruolo giocato dai quotidiani nella trasmissione di notizie e scala locale e nella costruzione di morfologie sociali di comunità (Lefebvre, 1991), seppur tenendo conto che tale distribuzione non riflette solo la domanda naturale del mercato, ma può essere frutto di precise strategie commerciali da parte dell'azienda-giornale (Murialdi, 1999). Per questo motivo si è proceduto alla costruzione di due carte di zonizzazione relative al 2004 e al 2019 (fig. 3), identificando in ogni provincia il quotidiano con un maggior numero di copie diffuse.

La carta relativa al 2019 mostra quindi la rilevanza relativa ad ogni quotidiano considerato e le relative aree di predominanza, con alcuni risultati sorprendenti rispetto alle ipotesi iniziali. Come atteso, *La Stampa* – la cui sede principale si trova a Torino – si conferma un giornale a forte radicamento territoriale nel Nord-ovest, con una preminenza rispetto alla concorrenza in tutte le province del Piemonte, in Valle d'Aosta, e nella Liguria occidentale. Più inaspettata è la sua rilevanza nelle province romagnole di Rimini e di Forlì-Cesena già consolidata nei primi anni Duemila. Altrettanto anomala risulta la sua posizione di predominanza in alcune province del Meridione nei primi anni del secolo, ovvero Foggia, Potenza e Chieti.

La competizione tra *Corriere della Sera* e *La Repubblica* per il resto del territorio nazionale mostra come le passate logiche di distribuzione delle aree di influenza si stiano progressivamente rarefacendo. Nel 2004 il *Corriere*, con sede a Milano, occupa un ruolo predominante in tutto il Nord-est, con l'ecce-

zione di territori a grande tradizione progressista e di sinistra come la Liguria orientale, Mantova e Venezia, e delle province di Gorizia, Trento e Bolzano. L'Italia centrale e meridionale gravita invece prevalentemente nell'orbita di *La Repubblica* e della sua sede romana.

Questa distribuzione di areali di prevalenza geograficamente regolare appare fortemente sovvertita dopo appena quindici anni, e la zonizzazione meno netta, portandoci a riflettere sulla effettiva capacità di radicamento dei quotidiani odierni e sulla resilienza delle regioni della stampa. Il *Corriere* consolida la propria posizione demica nel Nord-ovest. *La Repubblica* mantiene invece le proprie aree di diffusione nelle città maggiori del Centro e del Sud, ma diminuendo la propria orbita in vari contesti.

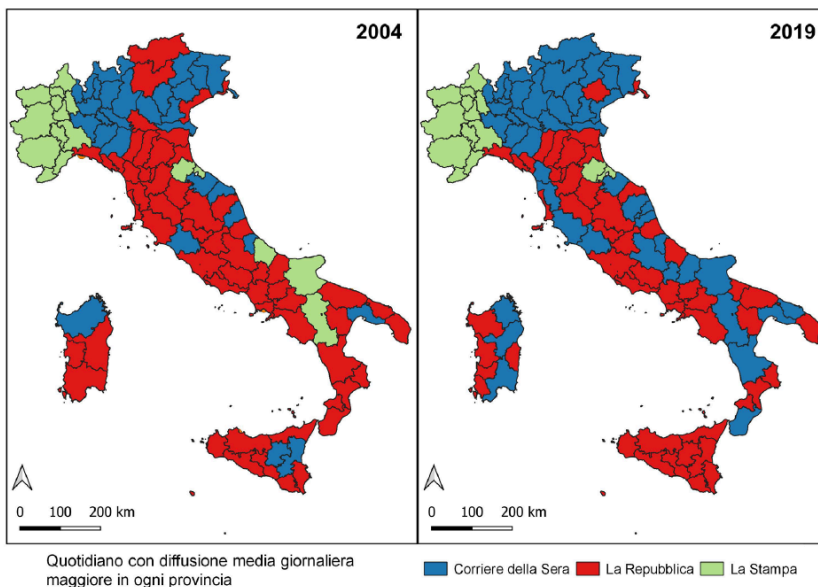


Fig. 3 – Regioni di predominanza relativa dei quotidiani *Corriere della Sera*, *La Repubblica* e *La Stampa* nel 2004 e nel 2019.

Fonte: elaborazione su dati Ads.

3.5. *I fattori comparativi* – Dimostrato che la diffusione quotidiana media dei giornali è un parametro storico capace di cambiare con il tempo, e che le stesse aree di prevalenza di diversi quotidiani possono essere soggette a mutamenti ed evoluzioni, è possibile avanzare ipotesi circa la relazione della geografia dei quotidiani stampati con alcuni fattori sociali, economici e culturali, per poter esplorare in futuro ipotesi su nessi causali. Già Chatelain suggeriva nel 1957 alcuni criteri territoriali per comprendere la distribuzione delle regioni sociologiche della stampa francese – poi ripresi da Coppola nel 1972 per il Sud Italia – tra cui i mezzi di trasporto, le inclinazioni politiche, l'importanza attribuita alle notizie locali e il livello di alfabetizzazione. Più recentemente, in corrispondenza della crisi della vendita dei quotidiani, l'importanza di determinati parametri sociali come l'età media, il livello di istruzione, il reddito, l'orientamento politico e l'interesse per inserti locali è stato ampiamente di-

battuto sulle pagine della rivista *Problemi dell'informazione* (Lenzi, 1999; Fortunati, Sarrica, 2004)<sup>8</sup>.

A scopo esplorativo sono stati quindi adottati alcuni indici aggregati a livello provinciale, per procedere a una comparazione con i dati dell'attuale diffusione dei quotidiani, selezionando parametri relativi alla demografia, all'istruzione, al reddito e alla presenza di inserti locali (fig. 4):

- l'indice di vecchiaia, indicatore usato per descrivere il peso della popolazione superiore ai 65 anni rispetto a quella più giovane, aggregato a scala provinciale dall'Istat in occasione del Censimento Generale della popolazione del 2011;
- la percentuale di popolazione residente (sei anni o più) in possesso del diploma di scuola secondaria o di un titolo di studio superiore, aggregato a scala provinciale dall'Istat in occasione del Censimento Generale della popolazione del 2011;
- il prodotto interno lordo pro-capite espresso in euro, aggregato a scala provinciale dall'Eurostat e aggiornato al 2016;
- la presenza di redazioni o inserti con edizioni locali, desunta dai siti dei singoli quotidiani ed espressa con codice binario 0 (assenza) e 1 (presenza).

La comparazione tra le diverse serie sincroniche dei dati provinciali con il valore medio giornaliero delle copie distribuite nel 2019 è stata effettuata attraverso una funzione di correlazione di Pearson<sup>9</sup>. I risultati, espressi nella tabella 1, sollevano spunti di riflessione interessanti per valutare i fattori capaci di influenzare l'attuale circolazione di copie cartacee. Per confronto, si fornisce anche il valore di significatività tra le due serie impostando il parametro  $p$  pari a 0,05.

Riguardo all'indice di vecchiaia, scelto per vagliare l'ipotesi che l'acquisto di copie cartacee sia effettuato soprattutto dalle fasce più anziane della popolazione, i risultati non sembrano dirimenti, con i valori che mostrano una bassa correlazione positiva; a questo proposito, la relazione spaziale più forte con questo parametro è costituita dalle statistiche del quotidiano *La Repubblica* (0,471), mentre il *Corriere della Sera* presenta il nesso più basso. Lo stesso esito si ripropone con il parametro relativo all'istruzione, dove anche in questo caso *La Repubblica* presenta un rapporto relativamente significativo (0,474), mentre *La Stampa* risulta in un coefficiente lievemente negativo. Più efficaci si è rivelato il confronto con gli altri due parametri: nel caso del *Corriere* e di *La Repubblica*, il PIL pro-capite dimostra una correlazione positiva rilevante (rispettivamente 0,700 e 0,579) andando a suffragare l'ipotesi di una maggiore diffusione dei quotidiani nelle province più ricche. Per quanto riguarda l'im-

<sup>8</sup> Si vedano a questo proposito anche i *working paper* pubblicati sul portale della Fieg dedicati al cosiddetto «Segmento TOP» (ad alto reddito) come nicchia di mercato preferenziale, nonché sullo stimolo intellettuale e sul radicamento sul territorio come motivazioni di acquisto (Fieg, 2015; Audipress, 2015).

<sup>9</sup> La funzione di correlazione di Pearson restituisce un coefficiente che indica il grado di relazione lineare tra due serie di variabili; il valore di tale coefficiente è compreso tra 1, forte correlazione positiva, e -1, forte correlazione negativa.

portanza degli inserti locali nella circolazione dei cartacei, *La Stampa* mostra una importante correlazione positiva (0,888), spiegabile data la presenza di edizioni locali in tutte le province piemontesi del Nord-ovest dove più alta è la diffusione di copie, così come *La Repubblica* dimostra un legame non trascurabile tra numero di giornali diffusi e la presenza delle redazioni locali.

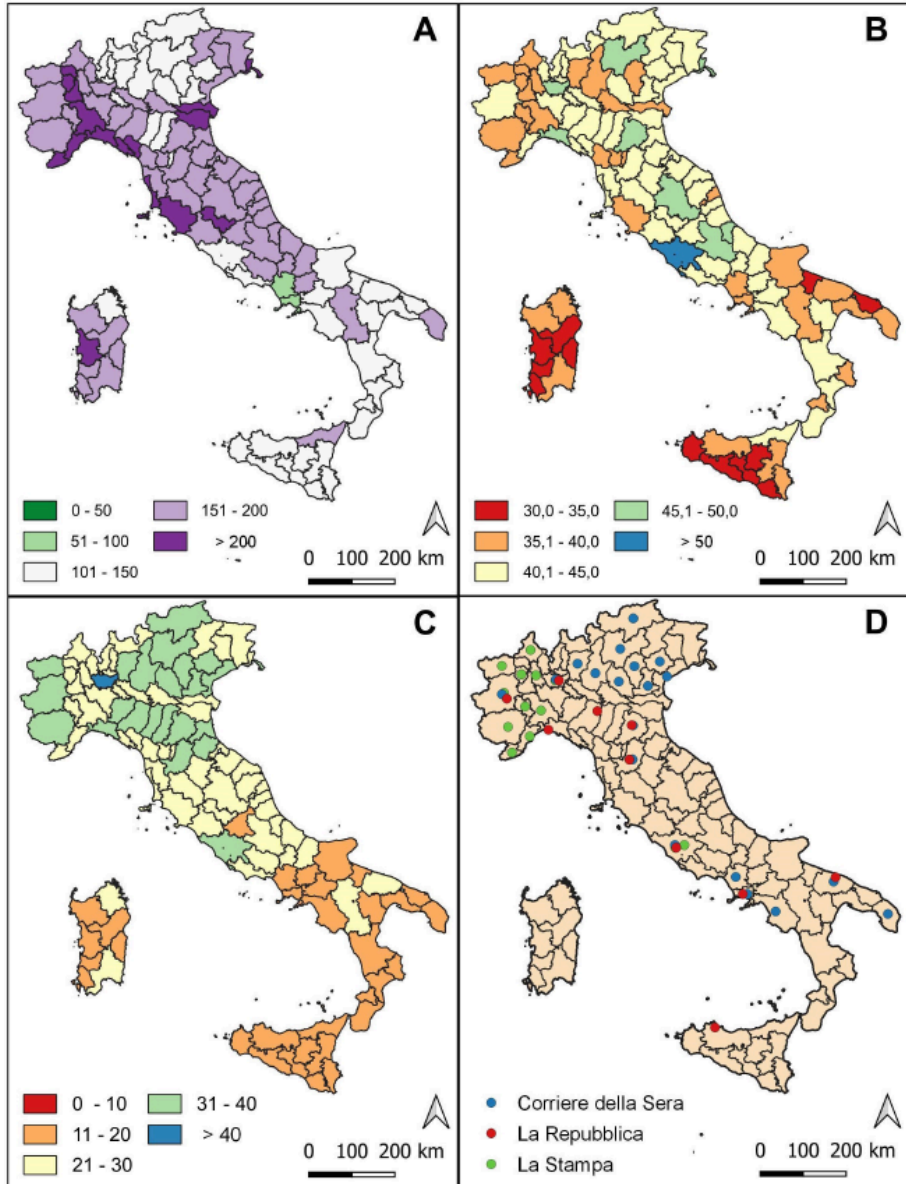


Fig. 4 – Variabili territoriali di confronto: A. Indice di vecchiaia; B. Percentuale di popolazione (6 anni e più) in possesso di diploma di scuola superiore; C. PIL pro capite; D. Localizzazione di redazioni locali.

Fonte: elaborazione su dati Istat e Eurostat.

Tab. 1 – Coefficiente di correlazione di Pearson ( $r$ ) e valore di significatività ( $p=0,05$ ), tra il valore della diffusione giornaliera media per provincia dei quotidiani *Corriere della Sera*, *La Repubblica* e *La Stampa* nel 2019 e Indice di vecchiaia, Percentuale della popolazione con titolo di studio superiore, PIL pro capite e Presenza di edizioni locali.

Diffusione giornaliera media del numero di copie nel 2019	Indice di vecchiaia		Percentuale della popolazione con titolo di studio superiore		PIL procapite (euro)		Presenza di edizioni locali	
	$r$	$p$	$r$	$p$	$r$	$p$	$r$	$p$
<i>Corriere della Sera</i>	0,137	0,155	0,394	<0,001	<b>0,700</b>	<0,001	0,273	0,004
<i>La Repubblica</i>	<b>0,471</b>	<0,001	<b>0,474</b>	<0,001	<b>0,579</b>	<0,001	<b>0,456</b>	<0,001
<i>La Stampa</i>	0,325	0,001	-0,090	0,351	0,189	0,049	<b>0,888</b>	<0,001

Fonte: elaborazione su dati Ads, Istat e Eurostat.

#### 4. Conclusioni e prospettive

Il quadro registrato è quello di un settore in rapida mutazione, sia osservato complessivamente, sia nelle sue dinamiche prettamente territoriali. Assumendo che in Italia la vendita dei quotidiani non ha mai raggiunto l'importanza e l'entità che ha avuto negli altri paesi europei (Morecellini, 2011; Forno, 2012), i quindici anni considerati rappresentano il tassello finale di quel lungo percorso di progressiva disaffezione di segmenti del pubblico che hanno portato giornali e riviste a passare in mezzo secolo «da una posizione monopolistica a una collocazione di nicchia entro la mappa di un'industria delle comunicazione» (Gozzini, 2000, p. 248). Ad incentivare questo *trend* di lungo periodo ha contribuito in ultima istanza la cosiddetta rivoluzione digitale, con il passaggio dei quotidiani dalla carta stampata alle piattaforme *web* e la moltiplicazione di nuovi canali di diffusione di *news* ed editoriali (Fidler, 1997; Bettini, 2009; Meyer, 2009; Basaglia, 2020). Purtroppo, il sistema di pubblicazione dei dati Ads per quanto riguarda gli abbonamenti online ai giornali non è disaggregato a scala territoriale, e quindi non permette di svilupparne una mappatura.

Di questo panorama fluido, nonché della evoluzione in atto, l'analisi geografica può restituire un quadro euristico e fornire chiavi interpretative utili per comprendere il fenomeno a scala spaziale. La disanima del *geodatabase*, compiuta in ambiente GIS, ha messo in luce la diversità nella circolazione storica e attuale dei quotidiani considerati, facendo emergere i differenti *cluster* di diffusione nonché le diversità specifiche di diverse aree geografiche nel complessivo quadro di calo del numero di copie cartacee.

La diminuzione nella circolazione dei giornali, dovuta non solo ad un calo di interesse dei lettori e alla transizione digitale, ma anche a precise strategie di mercato aziendali adottate dai gruppi editoriali italiani (Forno, 2012; Basaglia, 2020), è sicuramente un significativo fenomeno eminentemente sociale (Sparks, 1999), ma appare anche come un processo geografico viste le diverse

modalità e l'eterogeneità spaziale con cui si è declinato. La drastica riduzione della domanda nel Centro e nel Sud della penisola ha colpito in modo maggiore i quotidiani a vocazione nazionale, anche se il *Corriere* ha saputo consolidare la sua posizione nell'ampio mercato settentrionale più efficacemente rispetto a *La Repubblica*. Quest'ultima conserva la propria prevalenza in alcune delle province tradizionalmente progressiste, a dimostrazione della permanenza di *trend* di affiliazione di lunga durata. La capacità di *La Stampa* di radicarsi in un ben definito contesto territoriale, anche attraverso la strategia editoriale di creare una capillare rete di edizioni locali, ha consentito di contenere la diminuzione di copie in circolazione. Inoltre, è stata messa in luce la forte influenza della storia editoriale di un quotidiano rispetto alla sua diffusione territoriale in un contesto monoglotta, visto che ognuno dei tre giornali dimostra di essere particolarmente radicato nel suo contesto di pubblicazione originale.

Osservando i decrementi negli ultimi quindi anni emergono anche dinamiche più composite, che necessiteranno di approfondimenti ulteriori anche ricorrendo a fonti diverse quali il lavoro di terreno o i risultati delle indagini demoscopiche Censis.

L'analisi dei dati ha inoltre permesso di evidenziare delle possibili relazioni tra l'attuale circolazione delle copie e specifici caratteri territoriali: rispetto al dibattito in letteratura (Chatelain, 1957; Lenci, 1999; Fortunati, Sarrica, 2004) si è evidenziato un limitato rapporto con l'età media e con il livello medio di istruzione; al tempo stesso è stata sottolineata la forte influenza della ricchezza della provincia (soprattutto nel caso del *Corriere* e *La Repubblica*) e della presenza di redazioni ed inserti locali (soprattutto nel caso di *La Repubblica* e *La Stampa*), capaci di aumentare l'interesse del pubblico locale (Freeman, 2020). Anche in questo caso l'analisi andrà ulteriormente approfondita, per comprendere fattori complessi e di difficile mappatura come la logistica dei trasporti o l'orientamento politico prevalente, nonché i dati relativi a ulteriori testate generaliste nazionali.

La liturgia moderna identificata da Hegel della lettura dei quotidiani cartacei può essere intesa come una pratica spaziale; il lettore costituisce un estremo di una trama che lo collega ad altri lettori, ai giornalisti, agli editori e agli inserzionisti. Tale trama appare sempre più sottile ma non per questo ancora insignificante. I processi di circolazione cartacea sopra illustrati vanno a comporre diverse geografie dei quotidiani condizionate da fattori territoriali e da strategie aziendali, a loro volta produttrici di nuove forme di territorializzazione (Hess, Waller, 2017). Se, come sostengono Christ Peters e Matt Carlson, nell'attuale fase di «mediamorfosi» (Fidler, 1997) e transizione gli studi sul giornalismo devono in primo luogo cercare di concettualizzare la categoria del «cambiamento» (Peters, Carlson, 2019), ecco che l'identificazione geografica delle regioni della stampa e del loro mutamento, da compiersi approfondendo il lavoro esposto in questo saggio, può qualificarsi come una prospettiva fondamentale per comprendere non solo le dinamiche del passato ma anche per governare quelle del presente e del futuro.

*Bibliografia*

- AUDIPRESS, *Focus su target di popolazione: Segmento Top*, [http://www.fieg.it/upload/studi\\_allegati/Audipress%202015I\\_Focus%20Target%20Top.pdf](http://www.fieg.it/upload/studi_allegati/Audipress%202015I_Focus%20Target%20Top.pdf), 2015 (ultimo accesso: 19/06/2021).
- BASAGLIA S., “Un declino annunciato e le strategie dei quotidiani”, in *E&M*, 2, 2020, pp. 16-22.
- BERGAMINI O., *La democrazia della stampa: storia del giornalismo*, Roma-Bari, Laterza, 2013.
- BETTINI A., *Giornali.it/2.0. La storia dei siti internet dei principali quotidiani italiani*, Catania, Ed.it, 2009.
- BURROUGH P.A., McDONNELL R.A., *Principles of Geographical Information Systems*, Oxford, Oxford University Press, 1998.
- CHATELAIN A., “Horizons de la géographie sociologique”, in *Géocarrefour*, 28, 3, 1953, pp. 225-228.
- CHATELAIN A., “Une orientation plus limitée: La géographie du journal”, in *Annales*, 10, 4, 1955, pp. 554-558.
- CHATELAIN A., “Géographie sociologique de la presse et régions françaises”, in *Géocarrefour*, 32, 3, 1957, pp. 127-134.
- CHUN Y., GRIFFITH D.A., *Spatial Statistics and Geostatistics*, Londra, Sage, 2013.
- COPPOLA P., *Aspetti geografici della diffusione di due giornali napoletani*, Napoli, Istituto di Geografia Economica, 1972.
- DE BENS E., ØSTBYE H., “The European Newspaper Market”, in McQUAIL D., SIUNE K. (a cura di), *Media Policy: Convergence, Concentration and Commerce*, Londra, Sage, 1998, pp. 7-22.
- FAN Y., “Ownership Consolidation and Product Characteristics: A Study of the US Daily Newspaper Market”, in *The American Economic Review*, 103, 5, 2013, pp. 1598-1628.
- FIDLER R., *Mediamorphosis Understanding New Media*, Thousand Oaks, Pine Forge Pres, 1997.
- FIEG, *La stampa in Italia (2001-2004)*, Roma, Fieg, 2004.
- FIEG, *Quotidiani e periodici a pagamento: ruolo, valori e prospettive evolutive*, Milano, Episteme, 2015.
- ASIG, *Rapporto 2017 sull'industria dei quotidiani in Italia, Osservatorio Tecnico Carlo Lombardi*, Roma, 2018.
- FORNO M., *Informazione e potere: storia del giornalismo italiano*, Roma-Bari, Laterza, 2012.
- FORTUNATI L., SARRICA M., “On line o ancora sulla carta? La battaglia è tutta in prima pagina”, in *Problemi dell'informazione*, 29, 4, 2004, pp. 486-510.
- FREEMAN J., “Differentiating Distance in Local and Hyperlocal News”, in *Journalism*, 21, 4, 2020, pp. 524-540.
- FRESCHI O., “Noi che abbiamo visto Genova (e la Liguria). Panorama editoriale della regione dove i giornali ancora si vendono”, in *Problemi dell'informazione*, 31, 3, 2006, pp. 329-358.
- GASHER M., KLEIN R., “Mapping the Geography of Online News”, in *Canadian Journal of Communication*, 33, 2008, pp. 193-211.
- GOZZINI G., *Storia del giornalismo*, Milano, Mondadori, 2000.

- GUTSCHE R.E., HESS K., *Geographies of Journalism*, New York, Routledge, 2019.
- HEGEL G.W.F., *Aforismi jenensi: Hegels Wastebook, 1803-1806*, Milano, Feltrinelli, 1981.
- HESS K., WALLER L., *Local Journalism in a Digital World*, Londra, Palgrave, 2017.
- HONES S., "Text as It Happens: Literary Geography", in *Geography Compass*, 2, 5, 2008, pp. 1301-1317.
- KARLSSON R., "Iceland: Mapping the Newspaper Market 1980-2003", in SCHNEIDER B., SCHÜTZ W.J. (a cura di), *Europäische Pressemärkte*, Vienna, Österreichische Akademie der Wissenschaften, 2004, pp. 223-263.
- LEFEBVRE H., *The Production of Space*, Oxford, Basil Blackwell, 1991.
- LENZI C., "Giornali, lettori e promozioni: le ragioni della crisi", in *Problemi dell'informazione*, 1, 1999, pp. 79-91.
- MAISTRE G., "Propositions pour une géographies des communications de masse", in *Chaiers de géographie du Québec*, 14, 33, 1970, pp. 295-308.
- MARSILI M., *La rivoluzione dell'informazione digitale in rete*, Bologna, Odoja, 2009.
- MEYER P., *The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age*, Columbia e Londra, University of Missouri Press, 2009.
- MORCELLINI M. (a cura di), *Neogiornalismo. Tra crisi e Rete, come cambia il sistema dell'informazione*, Milano, Mondadori, 2011.
- MORI A., CORI B., "L'area di attrazione delle maggiori città italiane", in *Rivista geografica italiana*, 76, 1969, pp. 3-13.
- MOSCONI F., "L'economia dei quotidiani. Modelli a confronto", in *Problemi dell'informazione*, 25, 4, 2000, pp. 435-459.
- MURIALDI P., "Dal sorpasso alla spartizione. 1983-1991. Seconda puntata della storia di "Repubblica"", in *Problemi dell'informazione*, 1, 1999, pp. 43-53.
- PETERS C., CARLSON M., "Conceptualizing Change in Journalism Studies: Why Change at All?", in *Journalism*, 20, 5, 2019, pp. 637-641.
- SPARKS C., "The Press", in Stokes J.C., Reading A. (a cura di), *The Media in Britain: Current Debates and Developments*, Basingstoke, Macmillan, 1999, pp. 41-60.
- TIFFEN R., "From Punctuated Equilibrium to Threatened Species: The Evolution of Australian Newspaper Circulation and Ownership", in *Australian Journalism Review*, 37, 1, 2015, pp. 63-80.
- VAGLIO A., "La stampa locale in Italia: un'indagine empirica", in *L'industria*, 4, 2006, pp. 687-716.
- VERLAQUE C., "Pour une géographie de la communication", in *Revue Géographique de l'Est*, 25, 1, 1985, pp. 13-32.



*For a Geography of the Daily Press: a GIS Analysis of  
Hard Copies Circulation of the Newspapers Corriere della Sera,  
La Repubblica and La Stampa in Italy (2004-2019)*

In recent years a new line of research defined as journalism studies is emerging within the academic debates, hitherto little approached by geographical research. Following the *stimuli* coming from French social geography, the paper deals with the analysis of the circulation on the national territory of hard copies of some of the major Italian generalist newspapers using a spatial approach. The certified data provided by ADS have been collected and systematized in a geodataset using a GIS software, in order to produce illustrative cartography and elaborate basic geostatistics calculations on the circulation of newspapers from 2004 to 2019; statistics on a provincial scale were compared and correlated with some territorial socio-economic indicators. The analysis highlights the differences in terms of circulating copies between the various provinces of the peninsula, as well as the new areas of prevalence and distribution arisen in recent years; in addition, the existence of a positive spatial correlation between the circulation of copies and factors such as GDP per capita and the presence of local editions is suggested. In conclusion, the quantitative approach allows to trace a framework of the current geographies of the press and demonstrated application as heuristic tool for the monitoring of the present and future trend of the phenomenon.

*Pour une géographie de la presse quotidienne: analyse SIG  
des données relatives à la diffusion des journaux papier  
Corriere della Sera, La Repubblica et La Stampa en Italie  
(2004-2019)*

Récemment, le débat académique international a vu l'émergence d'un nouveau champ de recherche appelé *journalism studies*, encore peu approché par la recherche géographique. Reprenant les *stimuli* issus de la géographie sociale française, l'essai se consacre à l'examen dans une perspective spatiale de la circulation sur le territoire national d'exemplaires de certains des grands journaux généralistes italiens. Les données certifiées fournies par ADS ont été collectées et systématisées dans une géodataset dans un environnement SIG pour produire une cartographie illustrative et élaborer des calculs géostatistiques de base sur la circulation des journaux de 2004 à 2019; les statistiques agrégées à l'échelle provinciale ont été corrélées à certains indicateurs socio-économiques territoriaux. L'analyse a permis de mettre en évidence les différences en termes de diffusion d'exemplaires entre les différentes provinces de la péninsule, ainsi que les nouvelles zones de prévalence apparues ces dernières années; en outre, l'existence d'une corrélation spatiale positive entre la circulation des exemplaires et des facteurs tels que le PIB par habitant et la présence d'éditions et d'encarts locaux est suggérée. En conclusion, l'approche quantitative adoptée a permis de tracer un panorama des géographies actuelles de la presse qui, correctement étudiées, pourraient constituer un outil de veille heuristique de l'évolution du phénomène.

