

Il sistema dell'editoria quotidiana e periodica

L'editoria quotidiana e periodica rappresenta un comparto industriale di primaria rilevanza, articolato in una rete di imprese, testate e professionalità distribuite sull'intero territorio nazionale. La FIEG riunisce oggi 95 imprese, che pubblicano complessivamente 64 quotidiani, 385 periodici e 7 agenzie di stampa, oltre 100 siti di informazione. Il peso del comparto non è soltanto economico e culturale, ma anche occupazionale. L'intera filiera della stampa occupa 70 mila persone, di cui 10 mila direttamente, confermando la rilevanza del settore anche sotto il profilo dell'occupazione e dell'indotto generato dalle attività editoriali.

L'editoria quotidiana e periodica continua a rappresentare una componente essenziale del sistema italiano dell'informazione per il valore economico generato, ma soprattutto per la funzione che svolge nella produzione dell'informazione professionale, nella tutela del pluralismo e nella formazione dell'opinione pubblica. Il comparto opera, tuttavia, da anni in un contesto caratterizzato da una profonda trasformazione dei modelli di consumo e da una progressiva riduzione delle risorse economiche disponibili.

La dimensione del cambiamento emerge con particolare evidenza nel settore dei quotidiani. Nel 2025 la diffusione media giornaliera delle copie cartacee a pagamento si attesta a circa 1,2 milioni, con una riduzione del 9,3% rispetto all'anno precedente. Nel 2000 erano circa 6,6 milioni di copie, nel 2010 5,1 milioni e nel 2020 1,9 milioni: nell'arco di venticinque anni la diffusione cartacea si è quindi ridotta di oltre l'80% (Fonte Agcom). Complessivamente, nel 2025 sono state vendute sul territorio nazionale circa 430 milioni di copie di quotidiani (copie cartacee e digitali), corrispondenti a circa 1,6 milioni di copie medie giornaliere, con una flessione dell'8,1% rispetto al 2024 e del 30,6% rispetto al 2021.

Alla riduzione della diffusione corrisponde una contrazione altrettanto significativa delle risorse economiche. Considerando complessivamente quotidiani e periodici, i ricavi della stampa sono passati da 3,039 miliardi di euro nel 2021 a 2,485 miliardi nel 2025, con una perdita di circa 554 milioni di euro in quattro anni, pari al 18,2% del valore iniziale. Nel solo 2025 il valore complessivo dei ricavi della stampa si è ridotto di circa il 5,2% rispetto all'anno precedente. All'interno di questa dinamica, i quotidiani hanno registrato una contrazione particolarmente significativa, passando da 1,494 miliardi di euro nel 2021 a 1,059 miliardi nel 2025 (-29,1%), mentre i periodici sono passati da 1,545 a 1,426 miliardi di euro nello stesso periodo (-7,7%).

Ricavi della stampa quotidiana e periodica negli ultimi cinque anni

(mln euro)	2021	2022	2023	2024	2025
Quotidiani	1494	1425	1315	1150	1059
Periodici	1545	1575	1506	1472,5	1426
TOTALE	3039	3000	2821	2622	2485

Fonte: AGCOM, Relazioni annuali

La contrazione riguarda dunque l'intero sistema della stampa, seppure con intensità differenti tra i diversi segmenti. Una dinamica analoga interessa anche il mercato pubblicitario. Secondo i dati dell'Osservatorio Stampa FCP, nel 2025 il fatturato pubblicitario dell'intero mezzo stampa registra una diminuzione del **5,1%** rispetto all'anno precedente. I quotidiani segnano una flessione del **3,8%**, mentre per i periodici la contrazione raggiunge l'**8,3%**, con una riduzione del 12,1% per i settimanali e del 4,4% per i mensili.

Andamento della raccolta pubblicitaria della stampa nel 2025

Segmento	Variazione 2025/2024
Quotidiani	-3,8%
Periodici	-8,3%
di cui Settimanali	-12,1%
di cui Mensili	-4,4%
TOTALE	-5,1%

Fonte: Osservatorio Stampa FCP, gennaio-dicembre 2025

La riduzione delle copie e dei ricavi non significa tuttavia che sia venuta meno la funzione della stampa come strumento di informazione. Nel 2025 circa 10,3 milioni di persone, pari al 19,3% della popolazione italiana dai 13 anni in su, leggono almeno una copia di quotidiano, su carta o in digitale, nel giorno medio. (Fonte: Audicom).

A questi dati occorre aggiungere un'altra dimensione, ormai imprescindibile: quella digitale. Alle imprese editrici di quotidiani e periodici fanno infatti riferimento anche i principali siti italiani di informazione. La loro audience complessiva può essere stimata in oltre 24 milioni di utenti nel giorno medio, una parte assai consistente (circa il 63%) dei 37,7 milioni di utenti complessivamente presenti online.

Non è dunque l'informazione ad avere perso rilevanza. È cambiato il luogo nel quale il suo valore viene intercettato e monetizzato. È questo il principale cambiamento strutturale determinato dalla transizione digitale. Gli editori hanno progressivamente ampliato la loro presenza oltre il prodotto cartaceo, sviluppando siti, applicazioni, offerte in abbonamento e nuove modalità di distribuzione e fruizione dei contenuti. Parallelamente, una parte crescente degli investimenti pubblicitari si è trasferita verso l'ambiente online e, al suo interno, verso le grandi piattaforme tecnologiche.

Il confronto tra le due dinamiche è particolarmente significativo. Tra il 2020 e il 2025 le risorse complessive dell'editoria quotidiana e periodica sono diminuite da circa 3 miliardi a 2,58 miliardi di euro, con una contrazione del 14%. Nello stesso periodo il valore della pubblicità online è raddoppiato passando da 4,07 a 8,42 miliardi di euro; dei 8,420 miliardi raggiunti nel 2025, circa 7,37 miliardi sono riconducibili alle piattaforme online, oltre l'87% del totale. (Fonte: Agcom)

Editoria e pubblicità online: due traiettorie divergenti

(mld euro)	2020	2025	Variazione
Editoria quotidiana e periodica	3,00	2,58	-14,0%
Pubblicità online	4,07	8,42	+106%
di cui piattaforme online, 2024		7,37	

Fonte: AGCOM

La trasformazione in corso non può essere interpretata semplicemente come il passaggio da un supporto fisico a uno digitale. Riguarda più profondamente le condizioni economiche attraverso le quali l'informazione professionale viene prodotta, distribuita, raggiunge il pubblico e viene remunerata. Il tema assume una rilevanza ancora maggiore con lo sviluppo dei motori di ricerca evoluti e dell'intelligenza artificiale generativa. Il Rapporto 2025 dell'Osservatorio Tecnico "Carlo Lombardi" individua nella diminuzione dei ricavi pubblicitari e nella crescente concorrenza dei contenuti gratuiti distribuiti attraverso piattaforme e social media due dei fattori principali della crisi dell'editoria e sottolinea come le nuove tecnologie di ricerca e di intelligenza artificiale consentano agli utenti di ottenere informazioni sintetizzate senza necessariamente accedere direttamente ai siti editoriali, con potenziali conseguenze sul traffico e sulla capacità delle testate di generare ricavi.

La questione non è contrapporre l'editoria tradizionale al digitale. È assicurare che l'economia digitale continui a rendere possibile e sostenibile la produzione dell'informazione professionale da cui essa stessa trae valore.