

Il gruppo editoriale chiude il 2016 con un risultato netto di 0,8 mln. Ricavi a -7%

Poligrafici, ritorno all'utile

QN anche col Tempo. Offerti al Sole i servizi di stampa

DI ANDREA SECCHI

Ritorno all'utile per il gruppo Poligrafici Editoriale, che ha chiuso il 2016 con un risultato netto consolidato pari a 829 mila euro contro una perdita di 2,5 milioni di euro del 2015. L'editrice di *Resto del Carlino*, *Giorno*, *Nazione* e del *Quotidiano Nazionale* ha annunciato i dati come «un solido punto di ripartenza» a conclusione di un triennio in cui si è attuata una riorganizzazione societaria e industriale. Ed effettivamente nei conti si nota soprattutto l'intervento sui costi (razionalizzazione delle attività, intervento sui costi operativi e affitto a terzi del settore della stampa commerciale) che ha garantito margini positivi nonostante un mercato editoriale, fra diffusioni e pubblicità, ancora in difficoltà.

Il margine operativo lordo è quasi triplicato dai 5,6 milioni del 2013 ai 15 milioni del 2016 (+16,7% soltanto

rispetto al 2015) e oggi rappresenta il 10% dei ricavi. Come detto, i costi operativi si sono ridotti dell'11% (-8,7 milioni) mentre quelli del lavoro del 5,8% (-3,9 milioni).

Per contro, i ricavi editoriali (82,7 mln) sono calati del 2,8% (in parte a causa di due giorni di agitazione sindacale, spiega il gruppo, mentre l'aumento di 10 centesimi dei quotidiani da agosto ha controbilanciato il calo). La raccolta pubblicitaria si è ridotta del 7,2% (-6,2% i soli quotidiani del gruppo) con un particolare impatto dalla commerciale nazionale. In totale i ricavi consolidati si

sono attestati a 150,4 milioni (-7,4%). Migliora di 10 milioni l'indebitamento finanziario netto pari a 41,7 milioni a fine dicembre.

Ma alcune novità dei prossimi mesi sono state annunciate dall'a.d. **Andrea Riffeser Monti** a margine del consiglio di amministrazione di ieri. Il QN da fine aprile sbarcherà a Roma grazie all'accor-

do con la famiglia Angelucci che prevede la diffusione del dorso nazionale anche con *Il Tempo*. Tra l'altro Riffeser ha sottolineato come «QN *Quotidiano Nazionale* a gennaio è stato il quotidiano più venduto in edicola, un primato che ha permesso di scalfire la staffetta degli altri leader, dimostrando la potenzialità di ampi margini per la crescita della raccolta pubblicitaria sui nostri mezzi». La raccolta nazionale da marzo è tornata a essere gestita dalla concessionaria del gruppo Monrif, la Speed, che è subentrata a Rcs.

Sul fronte finanziario, Riffeser ha annunciato che grazie al rispetto dei covenants dal 2013 a oggi ha raggiunto un pre-accordo per ottenere un finanziamento da un pool di banche per i prossimi 6 anni, risolvendo l'attuale convenzione e ottenendo una maggiore flessibilità gestionale all'interno del gruppo.

Riffeser lancia anche un gancio al Sole 24 Ore: «sono stati attivati colloqui con il Sole 24 Ore», ha detto l'editore, «con i quali abbiamo offerta la nostra disponibilità per definire una partnership sinergica a livello produttivo». I servizi offerti riguarderebbero la stampa del quotidiano economico ma in serata è arrivata una nota del gruppo controllato da Confindustria nel quale si smentisce «categoricamente» l'esistenza di qualunque colloquio e/o contatto.

Infine Riffeser, oltre che di nuovi investimenti sul digitale, ha anche parlato di due nuovi settimanali del QN: «Dopo il lancio di *QN Economia e Lavoro* siamo pronti a presentare al mercato due nuovi settimanali, che andranno a coprire settori molto seguiti dai lettori e altrettanto significativi per la raccolta pubblicitaria: auto/moto/tempo libero e donna/moda/accessori/casa».



Andrea Riffeser Monti