

Al via la piattaforma web a pagamento e on demand, a regime in autunno. Ma senza Santoro

# Il Fatto farà una tv alla Netflix

## Cresce l'utile 2016. Raccolta a +20%. Sito verso il pareggio

DI MARCO A. CAPISANI

La web tv on demand del *Fatto Quotidiano* verrà lanciata a breve, per andare a regime il prossimo autunno con un palinsesto completo. Sarà una piattaforma in streaming a pagamento «alla Netflix», come ha spiegato ieri a Milano l'a.d. dell'Editoriale Il Fatto **Cinzia Monteverdi**. Ma del progetto non farà parte **Michele Santoro** con la sua casa di produzione Zerostudio's così come invece si prospettava inizialmente, essendo peraltro socio della stessa editrice del quotidiano diretto su carta da **Marco Travaglio** e su internet da **Peter Gomez** (vedere *ItaliaOggi* del 2/12/2016). Santoro «ha preso altre strade», ha commentato Monteverdi.

Tra una settimana gli studi della tv saranno completati, la sede romana è già stata cambiata in modo da poter ospitare la struttura e la redazione coordinata da **David Perluigi** si prepara a man-

dare in onda sia documentari sia lungometraggi e format d'intrattenimento, molti creati internamente ma non tutti. La nuova «casa» televisiva del *Fatto Quotidiano* rientra sempre nel piano di sviluppo aziendale che vuole ampliare l'offerta di contenuti sulle diverse piattaforme per diversificare le fonti di ricavi, tra cui c'è già la collana di libri *Paper First* che «sta andando bene, rispetta gli obiettivi e uno dei suoi prossimi titoli sarà firmato da **Vasco Rossi**», ha proseguito Monteverdi in occasione della presentazione di un altro nuovo prodotto editoriale, il mensile *FQ Millennium*, diretto da Gomez e coordinato da **Mario Portanova**. Magazine che, da un punto di vista economico, permette di raggiungere sia nuovi inserzionisti come

quelli della moda sia i marchi che finora hanno pianificato soprattutto online, tra cui Banca Intesa. Tra le fonti di ricavi diverse dal quotidiano, infine, c'è il *Fatto Social club*, programma di membership-adesione dei lettori che comprende non solo l'offerta informativa ma anche servizi riservati ad hoc.

A proposito di fatturato complessivo, il 2016 dell'Editoriale è stato archiviato con ricavi sopra i 26 milioni di euro, in crescita di un milione rispetto all'esercizio precedente, e con

un utile netto pari a 500 mila euro, raggiunto per l'ottavo anno e raddoppiato rispetto al 2015. Sul fronte pubblicitario (con la concessionaria Publishare fino a fine anno per la carta e con HiMedia su internet), la raccolta è cresciuta l'anno scorso del 20%, pari a circa 3,6 milioni di euro di cui 3 milioni investiti sull'online e 600 mila euro sulla carta stampata. L'obiettivo 2017, a giudizio dell'a.d., è toccare quota 3,5 milioni online e 700 mila sulla carta (totale 4,2 mln). I primi tre mesi dell'anno segnano un incremento pubblicitario complessivo del 10%, trainato da [www.ilfatquotidiano.it](http://www.ilfatquotidiano.it) con inserzioni a +25%, dopo aver registrato un +40% a fine 2016. Per il sito, infine, a fronte di un costo complessivo intorno ai 5 milioni, il pareggio è atteso l'anno prossimo.

Ci sarebbe dovuta essere anche la quotazione in borsa ad attrarre capitali freschi ma «siamo orgogliosi di non essere andati in Bor-

sa», ha ribadito Monteverdi. «Abbiamo preferito e ancora preferiamo attingere a risorse interne». C'è stato un interessamento a entrare nel capitale da parte di **Matteo Arpe**, banchiere e oggi editore tra l'altro di *Lettera43*, *Pagina99* e *Rivista Studio* (come anticipato da *ItaliaOggi* del 26/9/2015)? «In passato gli abbiamo chiesto solo una perizia sul giornale», ha precisato Monteverdi.

Oggi, comunque, l'Editoriale Il Fatto si concentra sulle nuove iniziative perché, nel caso del mensile per esempio, è vero che «gli italiani tornano a una lettura più lenta, d'antan, come quella dei magazine», è intervenuto **Antonio Padellaro**, ex direttore e oggi presidente della società, ma se poi *FQ Millennium* «non funzionerà, cesserà anche di esistere», ha chiarito Gomez. Al momento del periodico sono in programmazione uscite fino al periodo estivo, per fare a settembre un primo punto riassuntivo sul suo andamento.



Cinzia Monteverdi