

In utile gli editori online a più alta audience. Fra i costi pochi dipendenti e molte collaborazioni

News, ecco i siti che fanno soldi

I ricavi di Fanpage a +93%, Citynews +76%, Bloglo +9%

DI ANDREA SECCHI

Attirano ogni giorno fra i 400 mila e i 600 mila utenti, aumentano i fatturati e riescono ottenere utili. Soprattutto sono snelli, lavorando con una miriade di collaboratori che consentono loro di coprire gran parte degli interessi di chi si informa in rete. È il ritratto dei tre siti di editori online puri che puntualmente emergono dalle analisi dei dati Audiweb se si eccettuano i nomi più noti dell'informazione tradizionale. Bloglo, Citynews e Fanpage sono in maniera diversa fenomeni dell'informazione in rete, difficilmente però confrontabili con i brand online delle testate tradizionali sotto molti punti di vista, organizzativi o editoriali.

Da una parte, per esempio, c'è il network di siti locali di Citynews, che eccettuato un coordinamento generale per aree si muovono appunto come siti di informazione locale autonomi, dall'altra ci sono i 50 magazine verticali di Bloglo, il cui compito è coprire la maggior parte degli interessi di chi si affaccia alla rete: più hai più utenti ottieni. Poi c'è il caso Fanpage che, a discapito del nome eredità del passato, ha cercato di emergere con un'informazione spesso originale e che potesse garantire richiami anche da altre testate: si veda il caso del videoreporter che ha filmato l'elipporto di Terzigno da dove è partito l'elicottero del funerale Casamonica e che per questo è stato minacciato, oppure della finta bomba che uno dei suoi reporter è riuscito a portare dentro il cantiere di Expo ad aprile.

Proprio i conti di Fanpage sono caso nel 2014. La società che edita il sito, Ciao People, ha fatturato lo scorso anno 4,086 milioni di euro, quasi raddoppiando i 2,1 milioni di un anno prima (+92,6%). Tenuto conto che la media degli utenti unici giornalieri nei 12 mesi è stata di 395,6 mila, questo significa che Fanpage è riuscita a far fruttare 10 euro i suoi affezionati nel giorno medio, un numero ovviamente solo indicativo che serve per fare un confronto, perché il rapporto con gli utenti mensili, molto superiori, sarebbe ben più basso.

Altro sito ad avere registrato un balzo dei ricavi notevole è Citynews, passato dagli 1,9 milioni del 2013 ai 3,4 milioni dello scorso anno. Si tratta di una crescita organica, perché il gruppo ha acquisito due ulteriori siti locali nel 2014, ma che non producevano fatturato (oggi è a quota 41). Sul finire dello scorso anno Citynews ha creato una concessionaria interna staccandosi dalla .Fox e

Così i conti per il 2014 dei tre brand

Sito	Utenti giornalieri 2014*	Fatturato 2014	Fatturato 2013	Variazione fatturato	Risultato netto '14	Risultato netto '13	Costo personale	Costo servizi
Citynews	572.580	3.398.274	1.929.643	76,1%	47.998	-679.844	331.524	2.724.327
Bloglo.it	548.209	3.241.536	2.962.447	9,4%	76.856	-4.586	519.746	2.527.995
Fanpage	395.625	4.086.018	2.121.102	92,6%	108.406	20.496	579.172	2.763.926

* media degli utenti giornalieri. Fonte: rielaborazione ItaliaOggi su dati Audiweb e di bilancio delle società

creato una rete di agenti per la raccolta locale da cui quest'anno dovrebbe arrivare il 50% del fatturato. Gli utenti giornalieri sono stati in media 572,6 mila nel 2014, e così il rapporto fatturato/utenti è di 6 euro.

Anche Bloglo.it è in crescita: +9,4% di ricavi a 3,24 milioni e anche qui il rapporto fatturato utenti è di 6 euro, avendo avuto in media 548 mila utenti unici giornalieri.

Tutti e tre i siti presi in esame sono in utile: Fanpage con 108 mila euro contro i 20,5 mila di un anno prima, Bloglo.it con 76,8 mila euro contro il

rosso di 4,6 mila precedente e Citynews con 48 mila euro contro un rosso di 679,8 del 2013, anno in cui il progetto nato nel 2011 era ancora in fase di start-up.

Dai conti, come detto, emerge come questi siti abbiano strutture molto snelle in fatto di personale: il lavoro giornalistico o quello social è fatto soprattutto da collaboratori: il costo maggiore per il personale dipendente è quello di Fanpage, 579 mila euro, che copre una trentina di assunti, per il resto i 2,76 milioni di costi per servizi sono per la maggior

parte da ricondurre proprio ai contratti di collaborazione. In realtà, la società negli ultimi mesi ha però convertito diverse collaborazioni in contratti a tempo indeterminato cosicché queste due voci dovrebbero tendere almeno in parte a riequilibrarsi nei prossimi bilanci. Così sta accadendo a Citynews, secondo quanto dichiarato dalla società. Attualmente il costo per i dipendenti è quello minore fra i tre: 331,5 mila euro, contro i 2,7 milioni spesi per le collaborazioni editoriali e per gli agenti pubblicitari (ci sono an-

che altre voci ma queste sono la parte maggiore). Infine, lo stesso schema si ripete con Bloglo: 519,7 mila euro di costi per il personale e 2,5 milioni di costi per servizi.

La novità di quest'anno per Bloglo è che la società ha internalizzato la concessionaria Populis Engage, tecnicamente con un'acquisizione. Populis, che sino a fine 2014 raccoglieva anche per il Fattoquotidiano.it, di fatto non esiste più, mentre l'operazione consentirà a Bloglo di aumentare fatturato e margini per il 2015.

© Riproduzione riservata