

Pianeta editoria, si vede qualche luce

► In 5 anni gli otto big hanno perduto 2 miliardi di ricavi ► Cambia il modello di business: ora le vendite pesano finendo a 4 miliardi. Ma nel 2015 il crollo sta rallentando il 13% in più rispetto alla pubblicità. Digitale ancora su

RAPPORTO MEDIOBANCA

ROMA Si vedono i primi spiragli di luce. Dopo cinque anni di sofferenze per l'editoria italiana, certificata da diffusione dei quotidiani, ricavi pubblicitari e conti in calo, qualche segnale positivo c'è. Così, messi alle spalle quasi 2 miliardi persi dal settore a partire dal 2010 (sceso a quota 4 miliardi), la caduta dei ricavi ha cominciato a rallentare, dice il rapporto di R&S di Mediobanca. Nel primo semestre del 2015, precisa gli esperti di Mediobanca, il calo del fatturato aggregato (-4%) è infatti praticamente dimezzato rispetto al -7% al semestre precedente. Tutto questo nell'ambito di un business model decisamente mutato, nel quale i ricavi diffusionali pesano circa 13 punti percentuali in più di quelli pubblicitari (entrambi erano intorno al 35% nel 2010). Nel dettaglio, la pubblicità ha ridotto il suo peso dal 35,2 al 30,9% del fatturato, mentre è in netta crescita quello delle diffusioni (dal 35,9% al 43,6%). È questo il risultato dell'analisi che fotografa il 70% dei ricavi del settore editoriale italiano, con il 60% della diffusione cartacea dei quotidiani nazionali e oltre l'80% di quella digitale, da

I PUNTI DI FORZA DEL GRUPPO CALTAGIRONE PER L'UFFICIO STUDI R&S: SOLIDITÀ, ELEVATA LIQUIDITÀ E RITORNO ALL'UTILE NELL'ANNO

Mondadori a Rcs, da L'Espresso, al Sole 24 Ore, da Monrif a Caltagirone, per finire con l'Itedi-La Stampa e il gruppo Class. A parlare di ottimismo è il trend dei ricavi. Dal calo del 33,2% del giro d'affari 2010-2014, la contrazione nel 2014 si riduce a -6,9% ed è ulteriormente contenuta al 4% nel primo semestre 2015. Prosegue, invece, l'aumento, di nuovo in controtendenza, dei ricavi da attività digitali (più 10% nel 2014).

LA PAGELLA

Guardando i numeri nel dettaglio, emerge come nella pagella dei punti di forza e di debolezza degli ultimi cinque anni sono solo tre i gruppi editoriali a guadagnare soltanto note positive nell'analisi di Mediobanca. C'è il Gruppo Caltagirone segnalato come il gruppo più solido, con una liquidità che è oltre 5 volte il debito finanziario. Inoltre, insieme a Mondadori, La Stampa è il gruppo Espresso si prepara a chiudere positivamente il 2015.

Quanto alla Stampa, insieme a Mondadori è tornata in utile nel 2014, ma è anche la società che ha più contenuto il calo dei ricavi nel 2014. Al Gruppo L'Espresso, l'unico che in questi cinque anni ha sempre chiuso bilanci in utile (sia pure per entità relativamente modesta) va invece il primato per la redditività industriale.

Per il resto, è segnalato il sorpasso di Mondadori su Rcs come primo gruppo italiano per ricavi dopo il recente acquisto dei Libri Rizzoli che porterebbero il gruppo a 1,4 miliardi contro gli 1,1 miliardi dell'editore del Corriere (considerando i dati al 2014). Peccato che a Mondadori tocchi pe-

I maggiori quotidiani italiani

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
RCS MediaGroup	<ul style="list-style-type: none"> Primo operatore nell'editoria dei quotidiani nazionali Secondo maggior incremento dei ricavi digitali nel 2014/13 	<ul style="list-style-type: none"> Maggiore perdita cumulata nel 2010-14
Mondadori	<ul style="list-style-type: none"> Da ottobre nuovo leader dell'editoria italiana Torna in utile nel 2014 	<ul style="list-style-type: none"> Maggiore calo in Borsa nel 2014/10, ma in ripresa nel 2015
Editoriale L'Espresso	<ul style="list-style-type: none"> Primo per redditività industriale Primo semestre 2015: incrementa l'utile 	
Il Sole 24 ORE	<ul style="list-style-type: none"> Il Sole primo quotidiano digitale nazionale Primo semestre 2015: unico Gruppo ad incrementare i ricavi 	<ul style="list-style-type: none"> Peggior redditività industriale nel 2010 e 2014
Monrif	<ul style="list-style-type: none"> Calo più contenuto nei ricavi (anche diffusionali) nel 2014/10 Il Giorno ha segnato il più contenuto calo diffusionale nel 2014/10 	<ul style="list-style-type: none"> Maggiore fragilità finanziaria
Caltagirone Editore	<ul style="list-style-type: none"> Gruppo finanziariamente più solido Elevata liquidità (oltre 5 volte il debito) Primo semestre 2015: in utile 	
Editrice La Stampa	<ul style="list-style-type: none"> Prima per produttività per dipendente Tornata in utile nel 2014 	
Class Editori	<ul style="list-style-type: none"> Più elevato peso % dei ricavi digitali sul totale Unica società ad aver aumentato il valore di Borsa nel 2014/10 	<ul style="list-style-type: none"> Ultimo per produttività per dipendente

Elaborazione Il Messaggero su informazioni RS Mediobanca

centimetri

— rò anche il maggior calo di Borsa tra il 2010 e il 2014, seppure attenuato dalla ripresa nel 2015.

Quanto a Rcs è il primo nei quotidiani a diffusione nazionale con il 17,3% del mercato. Ma il gruppo che controlla il *Corriere della Sera* è anche quello che ha guadagnato la maggiore perdita cumulata negli anni tra il 2010 e il 2014 (oltre 1,1 miliardi di rosso segnato anche da copiose svalutazioni). Il Sole24Ore, da parte sua, ha messo agli atti il maggior incremento di ricavi digitali nel 2014 ed è riuscito a incrementare leggermente il fatturato nel primo semestre 2015. La nota fortemente negativa è che denuncia la peggiore redditività industriale nel periodo 2010-2014.

R. Amo.