

Gli editori alla sfida della ripresa «Carta e digitale più integrati»

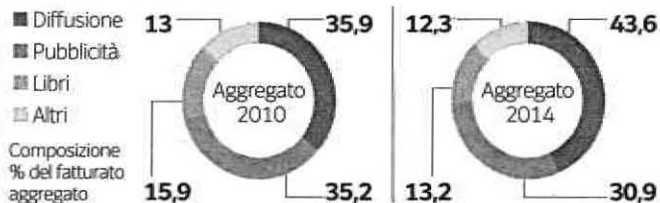
R&S Mediobanca: fatturato in calo a 4 miliardi. «Segnali positivi nel 2015»

Dal 2010 a tutto il 2014 la diffusione cartacea totale dei quotidiani in Italia è diminuita di oltre 400 mila copie, passando da 3,6 a 3,2 milioni al giorno. Per contro è in costante aumento quella digitale: nel solo biennio 2013-2014 è aumentata di 180 mila copie. Negli stessi cinque anni i ricavi aggregati degli otto maggiori gruppi editoriali italiani (Rcs, Mondadori, Espresso, Sole 24 Ore, Monrif, Caltagirone, La Stampa, Class) sono diminuiti di 2 miliardi, cioè di un terzo, passando dai 5,9 del 2010 ai 4 miliardi del 2014 con perdite cumulate per 1,8 miliardi.

Calano dunque vendite e pubblicità, mentre l'unico incremento riguarda il fatturato da attività digitali. I segnali sono dunque chiari nel nostro Paese, come del resto a livello mondiale: le edizioni digitali e la loro integrazione con la carta rappresentano il futuro dell'editoria. Questo in sintesi il giudizio che proviene dal rap-

Ricavi, la pubblicità «pesa» meno

I maggiori otto gruppi editoriali italiani



Fonte: R&S - Mediobanca

d'Arco

porto sui principali gruppi editoriali realizzato da R&S-Mediobanca. Che apre anche a qualche possibile spiraglio nel 2015: nel primo semestre di quest'anno la flessione delle vendite è proseguita ma in misura meno accentuata (4% contro il 7% di 12 mesi prima) e anche la redditività è in miglioramento.

Il peggio è dunque alle spalle ma in cinque anni è cambiato tutto nell'editoria ed è stato radicalmente messo in discussione il modello di business: dal 2010 al 2014 per i big il calo

più pesante è stato quello del fatturato pubblicitario, sceso del 41,2%, mentre i ricavi diffusionali sono diminuiti del 18,7%.

Il trend è comunque internazionale, sebbene il mondo anche sotto questo profilo si divide in due. Fra il 2010 e il 2014 il calo della diffusione dei quotidiani in Europa è stato del 21,3%, minore in Francia e Germania (con flessioni rispettivamente del 13% e 14,6%) e più accentuato (anche rispetto all'Italia) in Spagna, dove raggiunge il 37,5%. E nel Nord America la

flessione è stata pari all'8,7%. A livello globale però c'è stato un aumento del 16,5%, dovuto in massima parte all'Asia, che vede un incremento pari a un terzo.

Tornando all'Italia, se Rcs Mediagroup si appresta a perdere il primato del fatturato dopo la cessione dei libri alla Mondadori (che però non è editore di quotidiani) il «Corriere della Sera» conserva la leadership sia nelle copie cartacee (a fine 2014 pari a 335 mila) sia nella somma di cartacee e digitali con 422 mila copie totali. Le copie digitali rispetto a quelle cartacee sono pari al 100% per «il Sole 24 Ore», al 26% per il «Corriere», al 20% per «la Repubblica» e al 9,9% per «La Stampa». Nel biennio 2013-2014 i ricavi da attività digitali aumentano del 12,2% per «il Sole 24 Ore», del 9,5% per Rcs Mediagroup, e del 6% per L'Espresso.

Sergio Bocconi

© RIPRODUZIONE RISERVATA