



Editoria: rallenta la flessione del giro d'affari italiano

R&S Mediobanca: editoria italiana e francese in affanno, meglio quella tedesca e anglosassone

Milano, 19 dicembre 2017

Lo studio condotto da R&S Mediobanca analizza i principali nove Gruppi editoriali italiani cui fanno capo i maggiori quotidiani nazionali d'informazione, attraverso i conti nel periodo 2012-2016, inclusi i primi nove mesi 2017. Lo studio comprende il confronto con i maggiori editori di quotidiani in Europa e un'analisi del settore editoriale a livello mondiale.

L'indagine completa è disponibile per il download sul sito www.mbres.it

L'industria dei quotidiani nel mondo

Diminuisce il giro d'affari mondiale dell'industria dell'informazione: nel 2016 si attesta a \$153 mld, in calo dell'8,4% sul 2012. La riduzione, però, riguarda esclusivamente i ricavi da pubblicità cartacea (-26,9% nel 2012-16), mentre aumentano quelli da diffusione cartacea (+3,4%), da diffusione digitale (un notevole +254,4%) e da pubblicità digitale (+32%).

Nonostante la crescita del digitale, nel 2016 il **91,6% del giro d'affari mondiale proviene ancora dalla carta stampata**, segno di come a livello globale la gran parte degli investimenti pubblicitari e delle vendite si concentri ancora sui canali tradizionali.

Nel mondo dell'editoria mondiale - le cui tre piazze principali sono USA, Giappone e Germania - **sta cambiando il modello**, che passa da un paradigma centrato sulla pubblicità a uno focalizzato sulla vendita. Infatti, continua l'inversione di tendenza iniziata nel 2014, quando i **proventi da diffusione hanno superato quelli pubblicitari**: nel 2016 il 56% del giro d'affari mondiale dell'industria dei quotidiani proviene dai ricavi diffusionali.

In questo contesto la **pubblicità digitale** garantisce all'industria dell'editoria margini di guadagno esigui: su ogni euro speso in pubblicità digitale, ben 61 centesimi vanno alle cosiddette "advertising tech companies"¹, soprattutto alle BigWeb companies: Google, con €75mld nel 2016, si accaparra la maggiore quota di ricavi da pubblicità digitale (principalmente attraverso Google Search e YouTube), seguita da Facebook, con €26mld; al terzo e quarto posto le cinesi Baidu (€9mld) e Tencent (€4mld).

Diffusione e prezzi dei quotidiani in Italia e negli altri Paesi

Nel 2016 in Italia la **diffusione cartacea** complessiva è **diminuita** di circa 300mila unità, passando da 2,9 a 2,6 milioni di copie medie al giorno (-33,3% rispetto al 2012).

In Europa le cose non vanno molto meglio: la diffusione cartacea registra un **-20,5%** sullo stesso periodo. A livello globale il calo risulta invece più contenuto in **Nord America** (-11,6%) e in **America Latina** (-12,1%), mentre l'**Oceania** è il continente che registra la diminuzione maggiore (-30,7%). In **Asia** invece la **diffusione aumenta**, grazie soprattutto all'apporto dell'India, e segna ben **+40,1%** nel quinquennio in esame. Quest'ultimo dato incide fortemente sulla **dinamica diffusionale mondiale**, portandola in segno positivo a **+21%**.

¹ Ricerca condotta dal Future Media Lab di Bruxelles in cooperazione con la European Magazine Media Association

Nel 2016 la **diffusione dei quotidiani italiani (2,6 milioni di copie)** corrisponde a poco più di quanto fatto registrare dai soli primi due tedeschi (Bild e Frankfurter Allgemeine, la cui diffusione aggregata è di poco inferiore a due milioni e mezzo di copie) e inferiore a quella dei primi due britannici (la somma della diffusione di The Sun e Daily Mail arriva a 3,3 milioni di copie). In questo quadro si inserisce la **top 10 dei quotidiani d'informazione più diffusi in Italia** nel 2016 per copie medie al giorno (dati ADS): al primo posto il **Corriere della Sera** (268mila), a cui segue **La Repubblica** (232mila), **La Stampa** (161mila), **Il Sole 24 ORE** (131mila), **Il Messaggero** (113mila), **Avvenire** (108mila), **QN-Il Resto del Carlino** (105mila), **QN-La Nazione** (80mila), **Il Giornale** (72mila) e **Il Gazzettino** (56mila).

Capitolo a parte è quello relativo ai prezzi: **i quotidiani europei sono mediamente più cari di quelli italiani**: ad esempio la singola copia del francese Le Monde costa €2,40, quella del tedesco Handelsblatt €2,80.

Bild, The Sun e Daily Mail costano meno della metà degli altri quotidiani di informazione, ma hanno una **diffusione di circa cinque volte superiore**.

Qual è lo scenario dei principali gruppi editoriali italiani?

I **ricavi aggregati dei nove principali Gruppi editoriali italiani continuano a diminuire**, attestandosi nel 2016 a €3,7mld (-25,7% sul 2012). Tuttavia il confronto 2016-2015 indica un rallentamento della flessione del giro d'affari. **La top 3 per fatturato nel 2016** è composta da **Mondadori** (€1,26mld), **RCS MediaGroup** (€968mln) e **L'Espresso** (€586mln).

Anche **l'occupazione si riduce**: le 3.422 unità perse nel periodo 2012-16 portano la forza lavoro del comparto a 13.038 dipendenti nel 2016 (-20,8% sul 2012). Nel corso del quinquennio, solo Cairo Editore ha aumentato gli organici (+6,4%).

Passando ai conti, i maggiori Gruppi editoriali italiani hanno cumulato nel periodo 2012-16 **perdite nette** per €2mld; solo Cairo Editore e L'Espresso hanno sempre chiuso in utile. Anche la **redditività industriale** è stata negativa nel quinquennio, pur con una forte dispersione fra i singoli Gruppi: la **classifica per ebit margin 2016** vede al primo posto Cairo Editore (14,3%), al secondo Mondadori (5,2%) e al terzo L'Espresso (4,7%); in coda Il Sole 24 ORE (-15,4%) e Class Editori (-21,8%).

Nel 2016 la **struttura finanziaria** resta mediamente solida, ma molto eterogenea, con i mezzi propri che rappresentano in media 1,4 volte i debiti finanziari. I più solidi nel 2016 sono Cairo Editore (senza debiti finanziari) e Caltagirone Editore, mentre i più fragili sono Il Sole 24 ORE e RCS MediaGroup. Sul fronte **investimenti** si registra un forte ridimensionamento: gli €24mld del 2016 segnano un calo del 69% sul 2012.

Il confronto con l'Europa

Escludendo l'Italia, i **Gruppi editoriali europei** con il maggior fatturato per il 2016 sono il tedesco Axel Springer (€3,29mld) che edita i quotidiani Bild e Die Welt, e due società del mercato UK: l'Associated Newspapers Ltd. (€759mln) a cui fa capo il Daily Mail e il News Group Newspapers Ltd. (€521mln) che edita il The Sun.

Come vanno i big player dei principali Paesi europei? Il confronto tra Italia, Francia, Germania e UK vede il nostro Paese e la Francia capofila per contrazione del **giro d'affari** nel 2016-15, con Germania e UK che segnano invece un leggero aumento, e fanalino di coda per quanto riguarda la **solidità finanziaria**; **Italia** ultima per **tasso di investimento** nel 2016. La migliore **redditività industriale** è registrata dalla Germania con un ebit margin del 7,4% nel 2016, mentre Italia (-1,3%) e Francia (-3%) sono in negativo.

Nel periodo 2015-16 sono scesi mediamente dell'1,8% i **ricavi** delle società editoriali europee prese in esame a cui fanno capo i quotidiani d'informazione, mentre sono in controtendenza i ricavi delle società che editano testate economiche (+2,7% medio).