

⇒ Confronto fra le monografie pubblicate da R&S sui maggiori Gruppi editoriali italiani (cui fanno capo i principali quotidiani nazionali d'informazione) nel quinquennio 2010-2014 e nel primo semestre 2015

L'evoluzione recente dei maggiori Gruppi editoriali italiani non ci racconta grandi novità rispetto ad un panorama complessivamente depresso causato da un diffuso processo di disaffezione verso la carta stampata quotidiana iniziato in maniera più sostenuta dal 2008. Secondo i dati ASIG-Associazione Stampatori Italiana Giornali a tutto il 2014 la diffusione cartacea complessiva è diminuita di oltre 400mila copie al giorno, da 3,6 a 3,2 milioni di copie, pari al -12% rispetto al 2013, fenomeno fattosi particolarmente intenso dal 2008 (-40%); -29,8% nell'ultimo quinquennio. E' conseguentemente in calo il numero degli stabilimenti di stampa (66 nel 2014, di cui 12 in Lombardia e 8 nel Lazio, sei in meno rispetto allo scorso anno). In discesa pure la pubblicità sui quotidiani (-9,7% nel 2014 sul 2013, rispetto al -2,5% del mercato pubblicitario nel suo complesso). Di contro è in costante aumento la diffusione digitale: +180 mila copie nel 2014-13.<sup>1</sup>

Nel quinquennio 2010-14 i ricavi aggregati degli otto maggiori Gruppi editoriali italiani<sup>2</sup> hanno segnato una flessione del 33,2%, ovvero dai 5,9 mld del 2010 ai 4,0 mld del 2014 (Tab.1)<sup>3</sup>, -6,9% rispetto ai 4,3 mld del 2013. In un quinquennio si sono persi quasi 2 miliardi di ricavi, pari ad un terzo del fatturato 2010. In dettaglio le riduzioni hanno riguardato più la raccolta pubblicitaria (-41,2%) che la diffusione (-18,7%). Di conseguenza il peso sul totale dei ricavi diffusionali è aumentato rispetto a quello dei ricavi pubblicitari (i primi aumentano dal 35,9% nel 2010 al 43,6% nel 2014, i secondi scendono dal 35,2% al 30,9%): si tratta di un significativo cambiamento del modello di business nell'editoria che si riflette anche nei dati raccolti a livello mondiale.<sup>4</sup> Il regresso più consistente nel 2014-10 ha colpito RCS (-43,3%), su cui ha pesato anche la cessione del Gruppo francese Flammarion (editoria libraria) nel settembre 2012 (oltre 200 milioni di euro il suo giro d'affari)<sup>5</sup>; gli altri Gruppi hanno tutti perduto quote di fatturato che oscillano tra il 35,5% della Il Sole 24 ORE (al netto della cessione del settore software il calo sarebbe del 28% circa) ed il 19,8% della Monrif che ha segnato il calo più contenuto. Relativamente al solo ultimo anno i ricavi sono ancora in diminuzione per tutte le società, più accentuata per Il Sole 24 ORE (-19,2% che al netto della cessione software sarebbe del -4,3%) e per L'Espresso

<sup>1</sup> ASIG-Associazione Stampatori Italiana Giornali, Rapporto 2015 sull'industria dei quotidiani in Italia.

<sup>2</sup> Ai sei gruppi censiti nell'Annuario R&S è stata aggiunta la Class Editori (editrice di Milano Finanza, fondata nel 1986 da Paolo Panerai, detiene il 49% della Italia Oggi Editori-Erinne s.r.l., editrice di ItaliaOggi; il 50% fa capo a Coitalia Fiscale e Giuridica Coop), quotata in Borsa, e l'Editrice La Stampa, ridenominata Itedi-Italiana Editrice dall'1-1-2015 in seguito alla fusione con la Società Edizioni e Pubblicazioni (editrice de Il Secolo XIX di Genova) e controllata per il 77% dal Gruppo FCA e per il 23% dalla famiglia Perrone. La Stampa è il quarto quotidiano nazionale nel 2014 per copie diffuse (202 mila), Il Secolo XIX è il dodicesimo (53 mila). L'aggregato esaminato non comprende la De Agostini in quanto non direttamente comparabile, dato il suo focus sulle edizioni a fascicoli (collezionabili) e sulle vendite per corrispondenza (marketing diretto). Si stima che nel loro insieme gli otto Gruppi considerati rappresentino a fine 2014 quasi il 70% dei ricavi complessivi del settore editoriale italiano e, con i loro quotidiani, coprono il 60% della diffusione cartacea nazionale e oltre l'80% di quella digitale.

<sup>3</sup> Per memoria, si ricorda la flessione del 26,1% dell'intero settore della stampa-editoria italiana (Fonte: Ufficio Studi Mediobanca, *Dati cumulativi di 2055 società italiane*, ed. 2015).

<sup>4</sup> Fonte: WAN-IFRA (World Association of Newspapers and New Publishers)-World Press Trends 2015: Facts and Figures. "A profound shift in the newspaper business model, evolving for years, is finally here: global newspaper circulation revenues have surpassed newspaper advertising revenues, meaning that audiences have become publishers' biggest source of revenue. In 2014, newspapers generated an estimated 179 billion dollars in circulation and advertising revenues: 92 billion came from print and digital circulation, while 87 billion came from advertising. In most newspaper markets print advertising's share of overall revenue is declining, and this decline is forecast to continue. On the other hand, the positive aspect of this trend is that audiences worldwide continue to read and value news products."

<sup>5</sup> Se si esclude la Flammarion, il fatturato RCS sarebbe calato del 36% circa. Il Gruppo RCS rilevò dall'omonima famiglia la società editrice Flammarion nel novembre 2000 con un esborso di 160 milioni di euro; a distanza di una dozzina di anni, nel settembre 2012, il Gruppo Flammarion è stato ceduto (alla Madrigall S.A. controllante della società editoriale francese Gallimard) al prezzo di 181,5 milioni di euro con una plusvalenza di 85 milioni.

(-9,7%), stabile La Stampa, Class Editori e Monrif. L'unico incremento riguarda i ricavi da attività digitale, significativi soprattutto per la metà dei gruppi selezionati: Class Editori (la cui area di informazione digitale conta per il 37% sul totale, in linea con l'anno precedente), Il Sole 24 ORE (i cui ricavi digitali sono pari al 30,5% del totale ricavi nel 2014, erano il 27,7% nel 2013)<sup>6</sup>, RCS (12,6% i ricavi digitali sul fatturato 2014, 11,2% nel 2013) e L'Espresso (8,2% nel 2014 e 7% nel 2013). I ricavi da attività digitale aumentano nel 2014-13 del 12,2% per Il Sole 24 ORE, del 9,5% per RCS, del 6% per L'Espresso e del 5,5% per Class e a livello aggregato complessivamente del 10% circa. Che le edizioni digitali rappresentino il futuro dell'editoria è confermato dal fatto che a livello mondiale i ricavi da diffusione digitale sono in progressiva crescita: nel 2014 sono aumentati del 45% rispetto all'anno precedente.<sup>7</sup>

Il fatturato del 2014 di Mondadori si è attestato a 1.177 milioni, su livelli ormai prossimi a quelli di RCS (1.279 milioni) che resta con piccolo margine il maggiore Gruppo editoriale italiano. Il panorama è però appena cambiato: ad inizio ottobre 2015 la RCS ha sottoscritto un contratto con la Arnoldo Mondadori Editore per la cessione dell'intera partecipazione detenuta nella RCS Libri (marchi principali "Bompiani", "Sonzogno", "Rizzoli", "Fabbri", "Marsilio", ad eccezione della Adelphi Edizioni) per 127,5 milioni di euro. In seguito a questa operazione al primo posto nel quadro dell'editoria italiana sale Mondadori: in base ai dati 2014, inclusa l'area libri appena rilevata da RCS (il cui giro d'affari è pari a 222,6 milioni), il fatturato Mondadori (che già detiene i marchi "Piemme", "Sperling&Kupfer", "Einaudi", "Electa") salirebbe a 1,4 mld davanti a RCS con 1,1 mld. La RCS ha inoltre ceduto il 58% della Adelphi Edizioni all'altro socio Roberto Calasso, prima collaboratore poi direttore editoriale e proprietario della stessa casa editrice. Con la conclusione di queste operazioni (ancora in attesa del verdetto dell'Antitrust che vigila su possibili concentrazioni di mercato) la RCS esce dal settore libri per concentrarsi in quello dell'editoria dei quotidiani nazionali confermandosi come il primo operatore in quest'ultimo settore (con una quota del 17,3% nella diffusione cartacea delle testate nazionali Il Corriere della Sera e La Gazzetta dello Sport).<sup>8</sup> Il nuovo panorama dell'editoria libraria italiana vedrebbe Mondadori leader di mercato con il 38% (era il 26%), seguita dal Gruppo Messaggerie Italiane<sup>9</sup> (10%), Gruppo Giunti Editore (6%) e Gruppo Librerie Feltrinelli (5%).<sup>10</sup> Mondadori è focalizzato sui periodici (non edita quotidiani), settore ove si colloca al primo posto in Italia con una quota di mercato a copie del 31% nel 2014 (34% nel 2010).<sup>11</sup>

La diffusione di quotidiani e periodici rappresenta il 43,6% dei 4,0 mld fatturati nel 2014 dall'aggregato dei maggiori operatori; il resto dei ricavi è per lo più realizzato con la vendita di spazi pubblicitari (30,9%) e di libri (13,2%). La composizione dei ricavi è variegata tra i Gruppi editoriali: la raccolta pubblicitaria è più rilevante per Class, L'Espresso e Caltagirone (oltre il 55% del totale), la diffusione conta di più in La Stampa e Mondadori (53%). Peculiari sono Mondadori che genera un quarto delle vendite dai libri<sup>12</sup> (seguita da RCS che nel 2014 ha fatturato il 17% dalla vendita di libri) e Monrif che comprende attività alberghiere per circa 20 milioni di fatturato.

<sup>6</sup> Fonte: Comunicato Stampa del 19-3-2015.

<sup>7</sup> Fonte: WAN-IFRA (World Association of Newspapers and New Publishers)-World Press Trends 2015: Facts and Figures. "In 2014, paid digital circulation revenues increased 45 per cent. Although newspapers' digital revenues continue to grow, print is still their main source of revenue: globally, over 93 per cent of all newspaper revenue comes from print, and print will continue to be a major source of revenue for many years to come".

<sup>8</sup> Considerando anche le testate locali, il primo operatore per diffusione sarebbe il Gruppo Editoriale L'Espresso con una quota del 20,3% (9,6% considerando l'unico quotidiano nazionale del Gruppo, La Repubblica).

<sup>9</sup> Il Gruppo Messaggerie Italiane (che, fra gli altri, consolida il GeMS-Gruppo editoriale Mauri Spagnol, così denominato in omaggio a Luciano Mauri e Mario Spagnol, fondatori del Gruppo Longanesi, controllato al 73,77% dalla Messaggerie Italiane, al 23% dalla famiglia Spagnol e al 3,23% da Andrea Micheli) ha tra i marchi principali "Longanesi", "Corbaccio", "Garzanti", "Bollati Boringhieri", "Vallardi" e "Salani".

<sup>10</sup> In base al fatturato 2014, l'ordine è il seguente: Mondadori (1,4 mld includendo la parte ex-RCS, di cui i ricavi dell'editoria libraria si attestano su un giro d'affari di oltre mezzo mld), Gruppo Effe 2005 Gruppo Feltrinelli (399 milioni), Gruppo Messaggerie Italiane (375 milioni), Gruppo Giunti Editore (188 milioni) e Gruppo Zanichelli Editore (142 milioni). Forti brand commerciali come Sellerio e Adelphi corrispondono a case editrici di minori dimensioni (11 milioni nel 2014 per Sellerio Editore s.r.l. e 10 milioni per Adelphi Edizioni).

<sup>11</sup> Nel settembre 2015 la Mondadori ha ceduto il controllo della Monradio (emittente di "R101") alla Mediaset e la RCS l'intera quota detenuta nel Gruppo Finelco (44,45%-emittente di "R105", "Radio Montecarlo" e "Virgin Radio") alla famiglia Hazan, uscendo entrambe dal settore radiofonico.

<sup>12</sup> La quota di vendita dai libri salirà ad oltre il 35% dopo l'acquisizione di RCS Libri.

Nel quinquennio Mondadori segnala un calo dei ricavi pubblicitari (-95,2%) dovuto, però, ad una integrazione nell'ambito del Gruppo Fininvest della raccolta pubblicitaria. Tutti gli editori hanno segnato flessioni comprese fra il 30% e il 40% circa, ad eccezione di Class che segna un -20%. Quanto ai ricavi diffusionali, Class e RCS hanno segnato i maggiori cali (rispettivamente -48,3% e -28,6%) e solo tre Gruppi hanno limitato la riduzione: Monrif (con le testate Il Giorno, La Nazione e Il Resto del Carlino) ha tenuto meglio (solo -6,2%), così come meno accentuate appaiono le cadute di Mondadori (-9% relativa solo ai periodici) e Caltagirone (-11,3%, con Il Messaggero e le testate locali).

La presenza sui mercati esteri riguarda solo due gruppi: RCS (31% dei ricavi nel 2014, sono le attività spagnole di Unidad Editorial)<sup>13</sup> e Mondadori (24%, realizzato in Francia).

Le minori vendite hanno trascinato l'occupazione che si è ridimensionata nel quinquennio del 26,6% coinvolgendo circa 4.800 dipendenti (Tab.2). La contrazione degli organici è stata cospicua per RCS, toccando un terzo delle consistenze del 2010 (-35,1%), equivalenti a circa 2.100 unità, di cui oltre 600 fuoriuscite in Francia con la cessione del Gruppo Flammarion<sup>14</sup>, e per Il Sole 24 ORE che riduce gli organici di oltre 900 unità (-44,1%) di cui 436 relativi al ramo software ceduto nel maggio 2014 e Class (-33,8%, 159 unità). Le riduzioni della forza lavoro in tutti gli altri Gruppi si attestano fra il -13% della Mondadori e il -22% della Monrif. La caduta della forza lavoro ha coinvolto in misura più intensa gli operai (-34,5%) e i *white collars* (-32,8%) che non i giornalisti (-12,2%). Il peso di questi ultimi è aumentato dal 30,8% del totale occupati del 2010 al 36,9% del 2014, la base operaia è diminuita dall'8,5% al 7,6%, quella impiegatizia dal 60,7% al 55,5%. I ridimensionamenti di giornalisti sono stati più importanti per Il Sole 24 ORE (-19,7%), più ridotti per Class (-4,7%) e Mondadori (-6,4%). Quanto alla composizione dei dipendenti, nel 2014 La Stampa e Caltagirone segnano la maggiore incidenza di giornalisti (rispettivamente 60,1% e 51,7%), mentre Mondadori registra la maggiore quota impiegatizia (72,4%), giustificata anche dalla maggiore diversificazione delle attività; La Stampa segnala la minore quota impiegatizia (30,9%). Secondo i dati elaborati da ASIG-Associazione Stampatori Italiana Giornali,<sup>1</sup> nel periodo 2010-14 le ore lavorate dai dipendenti dell'industria italiana dei quotidiani sono scese del 25%.

La produttività dei Gruppi editoriali ha risentito pesantemente del declino commerciale. Nel 2010 ogni dipendente in media esprimeva una produttività (valore aggiunto netto pro capite) pari a 96mila euro, valore caduto a 82mila euro nel 2014 (-14,6%) (Tab.3). *Downsizing*, ricambio e provvedimenti contrattuali (cassa integrazione e solidarietà) non hanno inciso in pari misura sul costo del lavoro, pressoché invariato nel quinquennio (82mila euro medi del 2010, 84mila del 2014). Ne ha risentito il Clup (costo del lavoro per unità di prodotto), cresciuto dall'85,4% al 102,4%. Tale valore significa che il costo del lavoro supera la produttività e la ricchezza creata non basta a pagare neppure gli stipendi di giornalisti, poligrafici e impiegati. La Stampa e L'Espresso si confermano primi per produttività con, rispettivamente 132 mila e 116 mila per dipendente nel 2014; tutti gli altri Gruppi sono pari o sotto la media (82 mila) con il valore più basso riportato da Class (38mila euro). Class segnala il costo del lavoro unitario più basso nel 2014, pari a 60mila euro per dipendente, circa la metà de La Stampa che registra il valore più elevato a 118mila euro. Il Clup peggiore è segnato da Class che si attesta al 157,9%, davanti a Il Sole 24 ORE (140,3%), il migliore da L'Espresso (81,9%). Cinque Gruppi su otto riportano valori pari o superiori al 100%; L'Espresso, Mondadori e La Stampa si collocano sotto tale soglia, ma il costo del lavoro assorbe anche per essi quote rilevanti del valore aggiunto (81,9%, 85,4% e 89,4%). La perdita di competitività dei maggiori editori tra il 2010 e il 2014 è pari a 17 punti (differenziale tra la caduta di produttività del 14,6% e il modesto incremento del costo del lavoro unitario del 2,4%). Class segna il maggiore deterioramento di competitività (-37,4 punti), La Stampa nettamente il minore (-1,5 punti).

Il calo dei ricavi – diffusionali e soprattutto pubblicitari – intervenuto a partire dal 2008 e non ancora arrestatosi, ha imposto alle aziende interventi di contenimento dei costi (Tab.4), ridottisi a livello aggregato

<sup>13</sup> In Spagna, con il Gruppo Unidad Editorial, RCS è uno degli attori principali del settore dei media, pubblicando il secondo quotidiano nazionale generalista, El Mundo (dopo El Pais), Expansion primo quotidiano nell'informazione economica e la testata Marca per lo sport.

<sup>14</sup> Se si esclude la Flammarion, la forza lavoro RCS sarebbe calata del 23%.

complessivamente del 29,6% nell'ultimo quinquennio (anche se inferiore al -33,2% del calo del fatturato). I ricavi hanno continuato a soffrire la crisi del settore, sia pure in misura meno accentuata rispetto al recente passato; l'auspicio è che, dopo gli interventi sul taglio dei costi negli ultimi anni, lo sviluppo di nuovi servizi e prodotti soprattutto nell'area digitale possa portare ad incrementi anche alla voce dei ricavi. Tra le categorie di costo, il calo del costo della carta è stato del 28,1%, per effetto della riduzione delle tirature e della foliazione media, quello degli altri costi, che includono i costi di distribuzione, del 31,5%. In misura minore, ma comunque significativa, è diminuito il costo del lavoro (-25%) che rappresenta poco più di un quarto dei costi complessivi delle imprese esaminate. Tutti i Gruppi esaminati hanno effettuato un drastico taglio dei costi, seppur inferiore al calo dei ricavi nel quinquennio; Il Sole e La Stampa si distinguono per un abbattimento dei costi in linea con la riduzione del fatturato: -35,4% per Il Sole e -22,1% per La Stampa.

Circa la redditività (Tab.5), nel 2014 il quadro d'insieme è in generale peggioramento nel quinquennio, sia in termini di MON che di risultato corrente, ma complessivamente in miglioramento rispetto al 2013. Nel 2010-14 fanno eccezione L'Espresso, La Stampa e Mondadori che mantengono la redditività industriale positiva del 2010 (La Stampa l'aumenta di 0,2 p.p.); valori negativi sono segnati da tutti i restanti Gruppi, con picchi per Il Sole 24 ORE (-9,6%) e Class (-9,1%) nel 2014. Rispetto al 2013, il complessivo miglioramento per tutti i Gruppi conserva segnali di speranza per il prossimo futuro. Tendenze simili per ROE e ROI, anch'essi complessivamente peggiorati nel quinquennio, ma migliorati nel 2014 rispetto all'anno precedente.

La struttura finanziaria è complessivamente solida, ma in deterioramento e molto differenziata tra società. Il capitale netto aggregato si è ridotto nell'ultimo quinquennio del 42,2% (-1.420 milioni) a causa delle perdite accumulate, pari a 1.838 milioni<sup>15</sup>. Due Gruppi fanno eccezione: La Stampa, grazie ai versamenti in conto capitale dell'azionista Fiat per 105 milioni (35 milioni nel 2012 e 70 milioni nel 2013), e L'Espresso per il cumulo degli utili nel quinquennio (+145 milioni). Nel giugno-luglio 2013 RCS ha completato un aumento di capitale in opzione di 410 milioni (401 al netto dei costi sostenuti) e nel giugno 2014 ha proceduto alla conversione di azioni di risparmio in azioni ordinarie incassando un conguaglio pari a 46 milioni, ma nel quinquennio il suo capitale netto è comunque diminuito (-74%, pari a -794 milioni) essenzialmente per effetto dei 1.154 milioni di perdite cumulate. Anche Class ha effettuato un aumento di capitale nel 2014 (per 40 milioni di euro), il che ha permesso che il calo dei mezzi propri nell'ultimo quinquennio si fermasse ad un -7,5% (il più basso rispetto agli altri operatori, fermo restando i già citati aumenti de La Stampa e L'Espresso).

Anche i debiti finanziari aggregati hanno subito una flessione nel periodo (-42,1%, pari a -888 milioni). Tra il 2010 e 2014 tutti i Gruppi hanno ridotto la propria esposizione finanziaria, ad eccezione de Il Sole 24 ORE, la cui massa debitoria è passata da 11 a 32 milioni, e di Class (da 57 a 81 milioni). Nell'insieme il peso del debito finanziario aggregato sul capitale proprio è rimasto stabile (62,8% nel 2010 e 62,9% nel 2014). Monrif segna la maggiore fragilità con i debiti finanziari pari a oltre cinque volte il capitale netto (erano 2,2 volte nel 2010), Caltagirone riporta il rapporto più contenuto (avendo il capitale netto superiore di 20 volte ai debiti finanziari). Alcuni Gruppi mostrano discrete scorte di liquidità che arrivano al 102,7% dei mezzi propri per Monrif (che nel 2014 ha ceduto il complesso immobiliare di Firenze sede del quotidiano La Nazione incassando 36,3 milioni di euro)<sup>16</sup>, al 31,2% per Il Sole 24 ORE e al 26,5% per Caltagirone (quest'ultimo ha liquidità pari a 155 milioni, oltre cinque volte il debito finanziario).

Le società editoriali si caratterizzano per una rilevante presenza di attivi immateriali, costituiti per lo più dal valore delle testate editoriali e, talora, da avviamenti. Tali poste arrivano in Mondadori al 208,1% del capitale netto, al 186,4% in RCS e al 147,9% ne La Stampa. Di conseguenza, quattro degli otto Gruppi registrano nel 2014 un capitale netto tangibile negativo; Caltagirone, Class, L'Espresso e Il Sole 24 ORE mostrano un patrimonio tangibile positivo. La Caltagirone emerge di gran lunga per solidità finanziaria (917,8% il rapporto

---

<sup>15</sup> Così suddivise (in milioni di euro e in % del fatturato 2014): -1.154 e -90,2% per RCS, -260 e -22,1% per Mondadori, -197 e -121,1% per Caltagirone, -180 e -58% per Il Sole 24 ORE, -92 e -86,1% per La Stampa, -63 e -82,2% per Class, -37 e -18,8% per Monrif e +145 e +22,5% per L'Espresso. L'Espresso è l'unico Gruppo a registrare nel quinquennio profitti cumulati e non perdite.

<sup>16</sup> Tale cessione ha comportato una plusvalenza lorda di 20,1 milioni a conto economico, senza la quale si sarebbe presumibilmente azzerato il capitale netto.

fra capitale netto tangibile e debiti finanziari). Circa la valutazione degli attivi immateriali (in seguito ad *impairment* test per valutare la congruità dei valori a bilancio rispetto alla capacità reddituale prospettica) si segnalano nel quinquennio svalutazioni operate da RCS (632 milioni nel 2011-12 relativi all'avviamento del Gruppo Unidad Editorial, oltre a 90 milioni nel 2012 per l'area quotidiani Spagna), da Mondadori sulle attività francesi (240 milioni di euro nel biennio 2012-13), da Caltagirone Editore (94 milioni per l'avviamento e 36 milioni di euro nel 2012-14 per le testate Quotidiano di Puglia, Gazzettino e Corriere Adriatico) e da L'Espresso (18,4 milioni nel 2014 per le testate editoriali). Tali svalutazioni hanno significativamente pesato sulle perdite a conto economico (in particolare per RCS il 63% delle perdite cumulate è causato proprio da tali svalutazioni).

Lo sforzo prodotto dagli editori in termini di **pubblicità e promozione** non appare necessariamente correlato con gli andamenti economico-patrimoniali. Il Sole 24 ORE, RCS e Mondadori hanno investito maggiormente in spese di pubblicità (rispettivamente 5,2%, 5,1% e 4,9% del fatturato nel 2014), mentre l'incidenza più bassa è segnata da Caltagirone (1,8%). Per l'aggregato la quota è salita marginalmente nel quinquennio, dal 3,5% al 3,7% (Tab. 6).

Sette degli otto Gruppi sono quotati in **Borsa** (unico non quotato è La Stampa). A fine 2014 il maggiore per capitalizzazione è RCS, seguito da L'Espresso (Tab.7). La capitalizzazione aggregata ha segnato una flessione del 45,9% nell'ultimo quinquennio (la capitalizzazione in Borsa delle società industriali è diminuita del 3,4%). Mondadori ha subito il maggiore crollo con il -63,8%, Monrif ha limitato la caduta al -31,7%. Class si distingue per essere l'unica società ad aver aumentato il proprio valore di Borsa nel quinquennio (+89,4%).<sup>17</sup> A fine ottobre 2015 il quadro in Borsa si modifica: l'Espresso sale al primo posto per capitalizzazione, RCS scende in seconda posizione. Da fine 2014 a fine ottobre 2015 l'aggregato perde solo l'1,1% del valore di Borsa, con punte positive per Mondadori (+26,8%) e due sole recessioni, RCS (-21,7%) e Class (-13,5%).

Come evidente dai dati bilancio, la **dinamica diffusionale** dei quotidiani editi dai Gruppi editoriali esaminati è stata negativa. I dati ADS sulla diffusione nazionale segnalano un panorama complessivo abbastanza omogeneo, con cali generalizzati sulle diffusioni cartacee e altrettanto generalizzati aumenti per le edizioni digitali.<sup>18</sup> Relativamente alle società analizzate, il numero delle copie è diminuito complessivamente del 29% nell'ultimo quinquennio (Tab.8), con picchi del 55,1% per ItaliaOggi (la cui società editoriale è una collegata di Class Editori), del 41,1% per Milano Finanza. Hanno tenuto di più Il Giorno -17,2% e Il Gazzettino -18,8%. Tra le edizioni cartacee il primato nel 2014 resta saldamente del Corriere (335mila copie), davanti a La Repubblica (306mila, cifra che però raddoppia a 648mila copie con le testate locali); seguono il Quotidiano Nazionale (Monrif, 260mila copie), La Stampa (202mila) e Il Sole 24 ORE (183mila). Il Gruppo Caltagirone somma a 278mila copie, di cui 135mila de Il Messaggero, quinto quotidiano nazionale.

La classifica in base alle copie digitali nel 2014 (Tab.9) vede ancora primeggiare Il Sole 24 ORE, primo quotidiano digitale nazionale con 184mila copie vendute (ormai in linea con quelle cartacee e più del doppio rispetto alle 86mila copie del 2013, con i ricavi digitali in aumento del 12,2% nel 2014 sul 2013), 100 mila di più de Il Corriere, secondo; seguono La Repubblica e Italia Oggi. I dati ADS raccontano a livello nazionale di un evidente travaso di lettori dalla carta al digitale, ma si tratta di un andamento tutt'altro che impetuoso e soprattutto a saldo negativo sia dal punto di vista delle copie complessivamente diffuse (-400mila copie cartacee, +180mila copie digitali nel confronto fra il 2013 e il 2014), sia dal punto di vista dei ricavi.

Secondo l'ASIG-Associazione Stampatori Italiana Giornali<sup>1</sup> "il calo delle copie diffuse non si è trasferito in maniera proporzionale sulle percentuali di *readership* del giornale quotidiano, grazie anche alla presenza sempre più capillare dei quotidiani sul web e sui social network. Il mercato di riferimento per l'industria dei quotidiani sembra dunque ben lungi dall'essere in calo: i "marchi" sono forti e autorevoli e i siti dei quotidiani

---

<sup>17</sup> Si tratta di un aumento realizzato nel 2014, così motivato dalla società stessa: "Il sensibile apprezzamento del titolo e della capitalizzazione di borsa del gruppo, successivo all'aumento di capitale avvenuto nel 2014, ha significativamente aumentato (di circa il doppio) la valutazione che il mercato attribuisce alla Casa Editrice rispetto a circa un anno fa." Si consideri che il valore di Borsa calcolato sul flottante della Class Editori risulta pari a meno di 30 milioni nel 2014.

<sup>18</sup> Unica eccezione l'Avvenire che ha visto crescere il numero di copie nel 2014 rispetto al 2013 (+1%).

sono il punto di riferimento per l'informazione giornalistica sul web. La sfida è quella di trasformare questa forza e autorevolezza in ricavi e utili".

A titolo di confronto, mentre la diffusione dei quotidiani continua a calare nell'ultimo quinquennio in Europa (-21,3% e -4,5% rispetto al 2013), Nord America (-8,7% e -1,3% rispetto al 2013) e Oceania (-22,3% e -5,3% rispetto al 2013), a livello globale l'aumento è del 16,5% nell'ultimo quinquennio e del +6,4% nel 2014 rispetto all'anno precedente; tale incremento è in massima parte dovuto all'India e all'Asia in generale (nel continente asiatico: +32,7% nel 2014-10 e +9,8% nel 2014-13). Nel 2014 tre dei primi cinque quotidiani per diffusione nel mondo sono giapponesi (insieme a US Today, terzo, e all'indiano Dainik Bhaskar, quarto); anche il quotidiano finanziario più diffuso al mondo è giapponese (The Nikkei, nono). Per vedere un quotidiano europeo fra i primi 50 più diffusi nel mondo (con una diffusione media giornaliera di almeno un milione di copie ciascuno) si deve scorrere fino al 15esimo posto dove si colloca il tedesco BILD (Gruppo Axel Springer); 18esimo è l'inglese The Sun (News Group Newspapers) e 30esimo un altro inglese, il Daily Mail (Gruppo DMGT). Nei Top 50 dei quotidiani più diffusi al mondo compaiono quindi solo tre del vecchio continente (uno tedesco e due inglesi) e anche solo tre degli Stati Uniti (USA Today, terzo, The Wall Street Journal, 13esimo, e The New York Times, 16esimo); 19 sono indiani, 12 cinesi, 11 giapponesi e 2 coreani. L'Italia si colloca agli ultimi posti fra i Paesi europei nelle classifiche relative alla lettura dei giornali: i lettori di quotidiani in Italia, rapportati alla popolazione adulta, sono pari al 36,6%, contro il 41,6% negli Stati Uniti, il 46,5% nel Regno Unito, il 47,9% in Francia, il 67,4% in Germania e l'irraggiungibile 83,2% del Giappone, primo assoluto; in coda la Spagna (29,8%). I Paesi del Nord Europa e il Giappone si confermano in testa alle classifiche di diffusione, con oltre 500 copie vendute ogni mille abitanti. WAN-IFRA stima che nel 2014 i quotidiani stampati abbiano raggiunto 2,7 miliardi di persone nel mondo, quasi la metà della popolazione adulta mondiale, oltre a 0,8 miliardi di lettori di quotidiani digitali, pari al 42% degli utilizzatori di internet nel mondo.<sup>19</sup>

Troppo spesso, per eccesso di semplificazione, si sostiene che la morte dei giornali e della carta stampata sia prossima. La sfida da vincere nel prossimo futuro è quella della convergenza e integrazione della forma cartacea con quella digitale, assegnando a ciascun mezzo il suo ruolo e significato. Lo spiega bene la metafora utilizzata da David Johnson<sup>20</sup> che afferma: "sia carta che digitale presentano numerosi vantaggi e non c'è necessità che lavorino uno contro l'altro, tanto quanto non è necessario che una gomma e una matita operino contro il tasto *canc* del computer".

### **Primo semestre 2015 (Tab.10)**

E' proseguita nel primo semestre 2015 la flessione delle vendite seppur in misura meno accentuata, con il fatturato aggregato in calo complessivamente del 4% (era il 7% nel periodo precedente). Il Sole 24 ORE è l'unico ad aumentare i ricavi (+3%). La redditività industriale permane negativa per tutte le società ad eccezione de L'Espresso, di Mondadori e di Monrif; RCS segnala un MON negativo per 34 milioni nel 2015, ma comunque in miglioramento rispetto ai -65 milioni del primo semestre 2014. Positivo e in aumento il risultato netto de L'Espresso nel 2015, influenzato anche dalla plusvalenza lorda di 9 milioni sulla cessione di All Music (editore del canale DeeJay TV) alla Discovery Italia, e di Caltagirone passato da negativo a positivo.

### **Il confronto con i maggiori Paesi europei (Francia, Germania, Gran Bretagna, Spagna)**

Il fenomeno del calo nella diffusione dei quotidiani è, come già accennato, comune a tutta l'Europa. Nel quinquennio 2010-14 l'Europa nel suo complesso segna un -21,3%, variamente distribuito: Francia -13%, Germania -14,6%, Regno Unito -21,9% e Spagna -37,5%. La diminuzione nazionale (-29,8%) colloca l'Italia al quarto posto, seguita dalla sola Spagna, fra i maggiori Paesi europei. I tre quotidiani d'informazione più diffusi in Europa sono il tedesco BILD (2.220 mila copie al giorno nel 2014) e gli inglesi The Sun (1.892 mila copie) e Daily Mail (1.649 mila copie), distanti tutti gli altri.<sup>21</sup> Nell'ambito dei quotidiani economico-finanziari, va segnalata la recente cessione della The Financial Times Ltd. dal Gruppo britannico Pearson al Gruppo

<sup>19</sup> Fonte: WAN-IFRA (World Association of Newspapers and New Publishers)-World Press Trends 2015.

<sup>20</sup> David Johnson: professore di giornalismo alla American University School of Communication.

<sup>21</sup> Fonte: WAN-FRA World Press Trends 2015, OJD, IVW, bilanci societari.

giapponese Nikkei Inc. avvenuta nel luglio 2015 per 844 milioni di sterline: il Gruppo Pearson esce quindi dal settore quotidiani per focalizzarsi su quello dei libri scolastici e universitari, mentre il Gruppo Nikkei (il principale operatore editoriale asiatico indipendente) diventa leader nella stampa economica detenendo già il The Nikkei, primo quotidiano economico-finanziario per diffusione nel mondo. Da segnalare inoltre un'altra recentissima modifica nello scenario della stampa europea che ha come protagonista il magazine britannico The Economist, la cui casa editrice – The Economist Newspaper Ltd. – fino all'ottobre 2015 è stata detenuta per il 50% dalla The Financial Times Ltd. che la valutava al costo ed eleggeva sei dei 13 membri del CdA (il restante 50% faceva capo a vari azionisti tra cui le famiglie Cadbury, Rotschild e Schroder). Nell'ottobre 2015 Exor ha rilevato dalla The Financial Times Ltd. il 27,8% delle azioni ordinarie ed il 100% delle azioni speciali di categoria B della The Economist Newspaper Ltd. pervenendo al controllo del 43,4% del capitale sociale e configurandosi come il principale azionista singolo della società.

Quotidiani nazionali d'informazione: le testate	000 di copie/giorno	Società editrice	Gruppo
<b>REGNO UNITO:</b>			
1. The Sun	1.892	News Group Newspaper Ltd.	News Corp. (Murdoch)
2. Daily Mail	1.649	Gruppo DMGT-Daily Mail and General Trust Plc. (divisione dm media)	Il Gruppo, quotato, ha come azionista di maggioranza la Fam. Rothermere
<b>FRANCIA:</b>			
1. Le Figaro	313	Société du Figaro s.a.s.	D.I.M.G. (Fam. Dassault)
2. Le Monde	272	Société Editrice du Monde S.A.	Il controllo fa capo a Pierre Bergé (co-fondatore della Yves Saint Laurent), Xavier Niel e Matthieu Pigasse
<b>GERMANIA:</b>			
BILD	2.220	Gruppo Axel Springer (divisione BILD Group)	Il Gruppo, quotato, ha come azionista di maggioranza la Fam. Springer
<b>SPAGNA:</b>			
1. El País	267	Ediciones El País S.L.	Gruppo Prisa
2. El Mundo	181	Unidad Editorial S.A.	Gruppo RCS MediaGroup

Quotidiani nazionali d'informazione: le testate	000 di copie/giorno	Società editrice	Gruppo
<b>REGNO UNITO:</b>			
FT-Financial Times	216*	The Financial Times Ltd.	Gruppo Pearson **
<b>FRANCIA:</b>			
Les Echos	126	Les Echos S.A.	Gruppo LVMH
<b>GERMANIA:</b>			
Handelsblatt	118	DvH Medien GmbH	Il controllo fa capo a Dieter von Holtzbrinck
<b>SPAGNA:</b>			
Expansion	41	Unidad Editorial S.A.	Gruppo RCS MediaGroup

\* Nel 2014 il totale mondiale della diffusione del FT è stato pari a 720 mila copie, di cui 504 mila in digitale (+21% rispetto al 2013) e 216 mila cartacee. Nel 2014 i lettori digitali del FT rappresentano il 70% circa della diffusione totale.

\*\* Nel luglio 2015 il controllo della società è passato dal Gruppo Pearson al Gruppo Nikkei Inc., uno dei maggiori Gruppi editoriali giapponesi e proprietario del primo quotidiano economico-finanziario per diffusione nel mondo, The Nikkei.

La Tabella 11 riporta una sintesi dei principali dati economico-patrimoniali al 2014 delle società editrici dei maggiori quotidiani d'informazione ed economici più diffusi nei maggiori Paesi europei. Il quadro di sintesi di tali dati evidenzia una situazione di difficoltà, seppur inferiore a quella registrata in Italia, anche nelle maggiori case editrici di quotidiani europei. La flessione dei ricavi diffusionali nell'ultimo anno coinvolge tutti i Gruppi considerati; il fatturato complessivo è in crescita solo per i Gruppi DMGT e Axel Springer, entrambi diversificati, i cui ricavi sono trainati soprattutto da altre attività (servizi informativi, soluzioni di risk management, servizi di marketing ecc.) e la DvH Medien. Gli stessi primi due Gruppi si distinguono per essere operativamente i più redditizi nel 2014, con un MON rispettivamente del 16,4% e dell'11,2%; seguono News Group Newspapers (7,2%), DvH Medien (3,5%) e Ediciones El País (0,1%), mentre gli altri Gruppi segnalano una redditività industriale negativa. Da segnalare alcune particolarità emergenti dalle voci non ricorrenti dei conti economici nel 2014:

- News Group Newspapers segnala un MON del 7,2% sul fatturato e una perdita netta del -10,7%, causata in gran parte da oneri straordinari per circa 100 milioni di euro relativi a spese legali a vario titolo.
- Il Gruppo Axel Springer segnala un MON dell'11,2% sul fatturato e un utile netto del 26,3%, dovuto in gran parte a 649 milioni di euro di plusvalenza sulla cessione di quotidiani regionali e riviste diffuse in Germania e in Repubblica Ceca.
- Sui conti del The Financial Times pesano in modo significativo i positivi risultati del The Economist Newspaper, sintetizzabili in circa 26 milioni di euro di dividendi ricevuti dal The Financial Times che ne deteneva il 50%; senza di essi si sarebbe verificata una perdita netta del -3,2% sul fatturato.
- Si registrano svalutazioni di attività per la tedesca DvH Medien che chiude l'anno con una perdita netta di -6,5% del fatturato partendo da un MON positivo del 3,5%.

Nel 2014 le società editrici dei quotidiani britannici sono le prime per produttività (valore aggiunto netto pro capite), superiore a 100mila euro per tutte, con News Group Newspapers e il Gruppo DMGT a segnalare anche i migliori Clup (costo del lavoro per unità di prodotto), mentre The Financial Times ha un costo del lavoro più elevato della produttività (Clup pari al 107,8%). A metà classifica si collocano le case editrici tedesche con una produttività intorno ai 92-94mila euro e un Clup comunque inferiore al 100% (74,5% per il Gruppo Axel Springer e 90,2% per DvH Medien). Peggiora la situazione degli editori francesi la cui produttività e ricchezza creata non basta a coprire il costo del lavoro (come accade per quattro delle otto italiane). La spagnola editrice di El País segna una produttività esattamente pari al costo del lavoro.

La struttura finanziaria è complessivamente solida seppur differenziata per tutte le case editrici europee selezionate; l'unica a segnalare un ammontare di debiti finanziari superiore ai mezzi propri è il Gruppo DMGT (i primi sono pari al 161,8% del capitale netto). News Group Newspapers si distingue per assenza di debiti finanziari e anche la Société du Figaro ha una minima esposizione verso terzi (3,8% rapportati al capitale netto). Sempre News Group Newspapers si distingue per la più elevata scorta di liquidità che arriva al 65,9% dei mezzi propri, seguita da DvH Medien (37,1%) e The Financial Times (26,1%); molto più basse le scorte di disponibilità liquide degli altri operatori.

Aggregando i maggiori operatori europei per nazionalità (otto italiani, tre inglesi e francesi, due tedeschi) si può costruire un quadro di sintesi nel panorama editoriale europeo connesso ai quotidiani più diffusi. Emergono i seguenti principali aspetti:

- L'aggregato Italia segnala il maggiore calo dei ricavi nel 2014 rispetto all'anno precedente (-6,9%), seguito dalla Francia (-2,9%); in incremento il fatturato di Gran Bretagna (+4%) e soprattutto Germania (+7,5%) in buona parte per la presenza di Gruppi diversificati (DMGT e Axel Springer).
- A livello di redditività operativa aggregata brillano Gran Bretagna (MON pari al 12,5% sul fatturato) e Germania (10,3%), con l'Italia in pareggio (+0,1%). Peggio di tutti fa la Francia (-2,4%).
- Anche in base al costo del lavoro per unità di prodotto davanti a tutti si collocano Gran Bretagna (72,5% il Clup) e Germania (82,8%), in posizione intermedia l'Italia (102,4%) e in coda la Francia (111,4%), penalizzata rispetto all'Italia da un costo del lavoro più elevato (98 mila contro gli 84 mila dell'Italia).

- Per solidità finanziaria le posizioni sono più ravvicinate con in testa la Francia (30,7% il rapporto fra debiti finanziari e mezzi propri), seguita da Gran Bretagna (38,7%), Germania (44,3%) e Italia (62,9%); più liquido l'aggregato Gran Bretagna (45,7% rapporto fra liquidità e capitale netto), seguito da quello Italia (17,5%) e Germania (17%); meno liquidi i francesi (3,4%).

Tabella 1 - Fatturato (2010-2014)

	2010				2013				2014				Var % 2014-2013				Var % 2014-2010			
	Diffusione (quotidiani e periodici)		Altri		Diffusione (quotidiani e periodici)		Altri		Diffusione (quotidiani e periodici)		Altri		Diffusione (quotidiani e periodici)		Altri		Diffusione (quotidiani e periodici)		Altri	
	milioni di euro e in % del totale	di cui estero	milioni di euro e in % del totale	di cui estero	milioni di euro e in % del totale	di cui estero	milioni di euro e in % del totale	di cui estero	milioni di euro e in % del totale	di cui estero	milioni di euro e in % del totale	di cui estero	milioni di euro e in % del totale	di cui estero	milioni di euro e in % del totale	di cui estero	milioni di euro e in % del totale	di cui estero	milioni di euro e in % del totale	di cui estero
Gruppo RCS MediaGroup	615	961	472	367	439	491	349	1.279	-7,0	3,2	-4,9	-2,7	-1,7	-28,6	-35,4	-60,3	-43,3	-58,1		
Gruppo Mondadori	27,3	42,6	35,9	27,9	34,3	38,4	27,3	100,0	-7,4	-92,3	18,1	-7,8	-26,1	-9,0	-95,2	-15,7	-24,5	-27,0		
Gruppo Editoriale L'Espresso	692	385	680	454	630	11	536	1.177	-5,7	-9,2	-59,3	-9,7	-	-20,4	-30,7	-52,2	-27,3	-		
Gruppo Il Sole 24 ORE	44,4	24,7	53,3	35,6	53,5	0,9	45,6	100,0	-4,7	-10,9	-49,1	-19,2	-	-21,5	-37,7	-53,4	-35,5	-		
Gruppo Monrif	334	885	282	27	266	366	11	643	-1,1	-4,5	2,3	-1,5	-	-6,2	-39,4	-4,3	-19,8	-		
Gruppo Caltagirone Editore	37,7	-	39,6	3,8	41,4	56,9	1,7	100,0	-6,6	-7,1	0,0	-6,9	-	-11,3	-41,7	-50,0	-31,5	-		
Editrice La Stampa	181	14	149	128	142	114	55	311	-1,7	-4,4	40,0	-0,9	-	-13,6	-34,8	40,0	-21,9	-		
Gruppo Class Editori	37,6	-	38,7	28,2	45,7	36,7	17,7	100,0	-3,2	-4,3	0	-1,3	-	-48,3	-19,6	0,0	-33,6	-		
<b>Totale</b>	<b>2.123</b>	<b>3.946</b>	<b>1.840</b>	<b>1.405</b>	<b>1.726</b>	<b>1.224</b>	<b>1.006</b>	<b>3.956</b>	<b>-6,2</b>	<b>-12,9</b>	<b>0,0</b>	<b>-6,9</b>	<b>-13,4</b>	<b>-18,7</b>	<b>-41,2</b>	<b>-41,3</b>	<b>-33,2</b>	<b>-49,2</b>		
<b>Settore stampa editoria italiana (*)</b>	<b>35,9</b>	<b>22,7</b>	<b>43,3</b>	<b>33,1</b>	<b>43,6</b>	<b>30,9</b>	<b>25,5</b>	<b>100,0</b>						<b>-5,0</b>				<b>-26,1</b>		

(\*) Fonte: Dati Cumulativi di 2055 società italiane (2015).

Fonte: R&S-Mediobanca

Tabella 2 - Dipendenti (2010-2014)

	2010					2013					2014					Var % 2014-2013					Var % 2014-2010				
	Operai		Impiegati e dirigenti		Giornalisti	Operai		Impiegati e dirigenti		Giornalisti	Operai		Impiegati e dirigenti		Giornalisti	Operai		Impiegati e dirigenti		Giornalisti	Operai		Impiegati e dirigenti		Giornalisti
	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	numero medio e in % del totale	di cui all'estero	
Gruppo RCS MediaGroup	462	2.939	287	1.767	6.196	2.939	261	2.281	1.481	4.023	1.625	-9,1	-9,1	-5,4	-7,8	-5,0	-43,5	-42,5	-16,2	-35,1	-44,7				
Gruppo Mondadori (1)	7,5	47,4	6,6	57,5	35,9	100,0	6,5	56,7	36,8	100,0	37,2	-12,9	-9,4	-11,1	-9,9	-1,7	-19,2	-14,7	-6,4	-13,0	2,0				
Gruppo Editoriale L'Espresso	151	909	140	2.568	862	3.570	943	122	2.327	766	3.215	-12,6	-6,6	-1,6	-5,1	-	-32,0	-23,2	-8,4	-18,2	-				
Gruppo Il Sole 24 ORE	4,1	24,6	3,9	72,0	24,1	100,0	3,8	72,4	23,8	100,0	26,0	-14,3	-43,9	-9,8	-35,0	-15,4	-37,3	-51,6	-19,7	-44,1	-15,4				
Gruppo Monrif	347	2.894	270	1.129	1.093	2.492	236	1.054	1.076	2.366	-	-12,1	-7,7	-1,1	-5,7	-	-42,0	-22,5	-11,2	-22,1	-				
Gruppo Caltagirone Editore	12,0	100,0	10,8	45,3	43,9	100,0	10,0	44,5	45,5	100,0	-	-3,1	-12,3	-2,8	-6,3	-	-17,8	-28,7	-11,5	-19,0	-				
Editrice La Stampa	134	13	98	1.325	389	1.812	13	84	743	351	1.178	-16,2	-12,4	-8,8	-10,7	-	-11,4	-18,5	-14,9	-15,7	-				
Gruppo Class Editori	6,4	0,6	5,4	73,1	21,5	100,0	0,7	7,1	63,1	29,8	100,0	0,0	-7,1	2,2	-3,1	-	0,0	-47,1	-4,7	-33,8	-				
<b>Totale</b>	<b>1.545</b>	<b>11.032</b>	<b>8.645</b>	<b>5.193</b>	<b>14.973</b>	<b>2.667</b>	<b>1.012</b>	<b>7.412</b>	<b>4.922</b>	<b>13.346</b>	<b>2.563</b>	<b>-10,8</b>	<b>-14,3</b>	<b>-5,2</b>	<b>-10,9</b>	<b>-3,9</b>	<b>-34,5</b>	<b>-32,8</b>	<b>-12,2</b>	<b>-26,6</b>	<b>-33,6</b>				
<b>Settore stampa editoria italiana (*)</b>	<b>8,5</b>	<b>30,8</b>	<b>7,6</b>	<b>57,7</b>	<b>34,7</b>	<b>100,0</b>	<b>7,6</b>	<b>55,5</b>	<b>36,9</b>	<b>100,0</b>	<b>2.563</b>						<b>-5,6</b>				<b>-15,8</b>				

(1) Numero a fine anno dei dipendenti all'estero.

(\*) Fonte: Dati Cumulativi di 2055 società italiane (2015).

Fonte: R&S-Mediobanca

**Tabella 3 - Produttività e costo del lavoro per dipendente (2010-2014)**

	2010			2014			Var % 2014-2010		
	Produttività per dipendente (a)	Costo del lavoro per dipendente (b)	Clup	Produttività per dipendente (a)	Costo del lavoro per dipendente (b)	Clup	Produttività per dipendente (a)	Costo del lavoro per dipendente (b)	Perdita di competitività (a)-(b)
	migliaia di euro	b/a in %	(1)	migliaia di euro	b/a in %	(1)	(a)	(b)	(a)-(b)
Gruppo Editoriale L'Espresso	137	94	68,6	116	95	81,9	-15,3	1,1	-16,4
Gruppo Mondadori	106	73	68,9	82	70	85,4	-22,6	-4,1	-18,5
Editrice La Stampa	127	112	88,2	132	118	89,4	3,9	5,4	-1,5
Gruppo RCS MediaGroup	89	73	82,0	76	76	100,0	-14,6	4,1	-18,7
Gruppo Monrif	85	77	90,6	73	79	108,2	-14,1	2,6	-16,7
Gruppo Caltagirone Editore	101	87	86,1	76	86	113,2	-24,8	-1,1	-23,7
Gruppo Il Sole 24 ORE	68	83	122,1	62	87	140,3	-8,8	4,8	-13,6
Gruppo Class Editori	53	55	103,8	38	60	157,9	-28,3	9,1	-37,4
<b>Media</b>	<b>96</b>	<b>82</b>	<b>85,4</b>	<b>82</b>	<b>84</b>	<b>102,4</b>	<b>-14,6</b>	<b>2,4</b>	<b>-17,0</b>
<b>Settore stampa editoria italiana (*)</b>							<b>-16,8</b>	<b>-7,2</b>	<b>-9,6</b>

(1) Calcolato escludendo gli oneri per incentivi all'esodo.

(\*) Fonte: Dati Cumulativi di 2055 società italiane (2015).

Fonte: R&S-Mediobanca

**Tabella 4 - I costi (2010-2014)**

	2010				2014				Var % 2014-2010			
	Costo della carta	Costo del lavoro	Altri costi (*)	Totale costi	Costo della carta	Costo del lavoro	Altri costi (*)	Totale costi	Costo della carta	Costo del lavoro	Altri costi (*)	Totale costi
	milioni di euro				milioni di euro							
Gruppo RCS MediaGroup	167	453	1.534	2.154	90	326	883	1.299	-46,1	-28,0	-42,4	-39,7
Gruppo Il Sole 24 ORE	16	190	322	528	12	102	227	341	-25,0	-46,3	-29,5	-35,4
Gruppo Class Editori	1	26	90	117	0	19	65	84	-71,4	-26,9	-27,8	-28,2
Gruppo Editoriale L'Espresso	63	289	426	778	49	233	320	602	-22,2	-19,4	-24,9	-22,6
Gruppo Caltagirone Editore	21	96	107	224	15	78	81	174	-28,6	-18,8	-24,3	-22,3
Editrice La Stampa	17	45	69	131	11	36	55	102	-35,3	-20,0	-20,3	-22,1
Gruppo Mondadori	48	271	1.121	1.440	60	230	854	1.144	25,0	-15,1	-23,8	-20,6
Gruppo Monrif	33	108	103	244	26	84	98	208	-21,2	-22,2	-4,9	-14,8
<b>Totale</b>	<b>366</b>	<b>1.478</b>	<b>3.772</b>	<b>5.616</b>	<b>263</b>	<b>1.108</b>	<b>2.583</b>	<b>3.954</b>	<b>-28,1</b>	<b>-25,0</b>	<b>-31,5</b>	<b>-29,6</b>
<i>in % sul totale</i>	<i>6,5</i>	<i>26,3</i>	<i>67,2</i>	<i>100,0</i>	<i>6,7</i>	<i>28,0</i>	<i>65,3</i>	<i>100,0</i>				

(\*) Si tratta dei costi operativi, sono esclusi ammortamenti, oneri finanziari e altri costi straordinari. Il costo della carta di Class Editori è quello della sola capogruppo.

Fonte: R&S-Mediobanca

**Tabella 5 - Indicatori economico-patrimoniali (2010-2014)**

	2010								2013								2014							
	Risultato		ROI	ROE	Attivi immateriali	Debiti finanziari	Liquidità	CN tangibile in % dei DF	Risultato		ROI	ROE	Attivi immateriali	Debiti finanziari	Liquidità	CN tangibile in % dei DF	Risultato		ROI	ROE	Attivi immateriali	Debiti finanziari	Liquidità	CN tangibile in % dei DF
	MON	corrente							MON	corrente							MON	corrente						
Gruppo Editoriale L'Espresso	12,1	10,2	12,8	10,2	121,2	60,8	24,8	neg.	4,2	2,7	4,1	0,7	117,2	44,4	29,3	neg.	6,4	3,9	6,1	1,5	84,6	19,3	13,9	79,9
Editrice La Stampa	4,5	4,0	50,4	4,7	89,1	64,4	6,3	17,0	-6,1	-8,4	neg.	neg.	165,9	17,3	4,4	neg.	4,7	3,7	21,7	3,3	147,9	23,2	6,9	neg.
Gruppo Mondadori	7,6	6,0	11,5	7,8	155,2	78,4	14,6	neg.	-2,9	-4,9	neg.	neg.	238,7	172,2	25,4	neg.	2,8	0,8	5,5	0,2	208,1	109,1	4,5	neg.
Gruppo RCS MediaGroup	4,5	3,2	5,0	0,7	148,9	97,0	3,1	neg.	-9,9	-12,9	neg.	neg.	147,3	138,2	3,1	neg.	-1,6	-4,9	neg.	neg.	186,4	180,2	5,1	neg.
Gruppo Monrif	1,8	-0,9	1,7	neg.	41,7	223,7	18,2	26,1	-4,9	-8,2	neg.	neg.	89,8	482,2	40,8	2,1	-4,6	-8,3	neg.	neg.	100,1	509,7	102,7	neg.
Gruppo Caltagirone Editore	5,8	6,4	2,2	0,8	59,0	6,9	33,7	598,5	-6,9	-4,2	neg.	neg.	55,0	7,9	29,8	572,6	-6,9	-4,1	neg.	neg.	54,1	5,0	26,5	917,8
Gruppo Class Editori	-1,1	-1,8	neg.	neg.	106,3	82,3	8,6	neg.	-23,3	-27,3	neg.	neg.	124,4	215,6	29,1	neg.	-9,1	-12,8	neg.	neg.	84,8	125,1	15,6	12,1
Gruppo Il Sole 24 ORE	-9,6	-9,4	neg.	neg.	63,3	4,3	29,8	843,3	-14,7	-15,2	neg.	neg.	128,8	46,8	7,0	neg.	-9,6	-10,4	neg.	neg.	70,2	29,2	31,2	102,1
<b>Totale</b>					<b>115,2</b>	<b>62,8</b>	<b>18,0</b>	<b>neg.</b>					<b>119,5</b>	<b>76,7</b>	<b>23,0</b>	<b>neg.</b>					<b>108,2</b>	<b>62,9</b>	<b>17,5</b>	<b>neg.</b>
<b>Settore stampa editoria italiana (*)</b>	<b>3,9</b>	<b>5,6</b>	<b>5,5</b>	<b>3,2</b>	<b>15,9</b>	<b>73,7</b>	<b>14,0</b>	<b>114,2</b>	<b>-4,9</b>	<b>-4,3</b>	<b>neg.</b>	<b>neg.</b>	<b>25,7</b>	<b>97,5</b>	<b>14,1</b>	<b>76,1</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>2,3</b>	<b>neg.</b>	<b>26,0</b>	<b>90,8</b>	<b>12,1</b>	<b>81,5</b>

(\*) Fonte: Dati Cumulativi di 2055 società italiane (2015).

Fonte: R&S-Mediobanca

**Tabella 6 - Spese di pubblicità e promozione**

	2010	2014	Var p.p. 2014-2010
	in % del fatturato		
Gruppo Il Sole 24 ORE	3,8	5,2	1,4
Gruppo RCS MediaGroup	5,9	5,1	-0,8
Gruppo Mondadori	4,2	4,9	0,7
Gruppo Editoriale L'Espresso	1,9	3,1	1,2
Editrice La Stampa	3,1	2,9	-0,2
Gruppo Monrif	2,9	2,8	-0,1
Gruppo Caltagirone Editore	2,5	1,8	-0,7
<b>Media</b>	<b>3,5</b>	<b>3,7</b>	<b>0,2</b>

(\*) Riferiti alla capogruppo. N.d. per il Gruppo Class Editori.

Fonte: R&S-Mediobanca.

**Tabella 7 - Capitalizzazione di Borsa (1)**

	2010	2013	2014	Var % 2014-10	2015 (fine ottobre)	Var % 2015-14
	milioni di euro	milioni di euro	milioni di euro		milioni di euro	
Editoriale L'Espresso	679	542	377	-44,5	385	2,1
RCS MediaGroup	770	611	479	-37,8	375	-21,7
Mondadori	630	322	228	-63,8	289	26,8
Caltagirone Editore	212	133	103	-51,4	123	19,4
Il Sole 24 ORE	174	79	75	-56,9	85	13,3
Class Editori	47	22	89	89,4	77	-13,5
Monrif	60	65	41	-31,7	42	2,4
<b>Totale (2)</b>	<b>2.572</b>	<b>1.774</b>	<b>1.392</b>	<b>-45,9</b>	<b>1.376</b>	<b>-1,1</b>

(1) Calcolata escludendo le azioni proprie in portafoglio.

(2) Il peso sul totale della capitalizzazione industriale in Borsa era 0,8% nel 2010 e 0,5% nel 2014.

Fonte: R&S-Mediobanca

**Tabella 8 - Diffusione quotidiani**

QUOTIDIANI NAZIONALI D'INFORMAZIONE: LE TESTATE	DIFFUSIONE MEDIA (000 DI COPIE/GIORNO)			SOCIETA' EDITRICE
	2010	2014	VAR. %	
La Repubblica	449	306	-31,8	Editoriale L'Espresso
Quotidiani locali (1)	442	342	-22,6	Editoriale L'Espresso
	<u>891</u>	<u>648</u>	-27,3	
Corriere della Sera	490	335	-31,6	RCS MediaGroup
Il Messaggero	193	135	-30,1	Caltagirone Editore
Il Gazzettino	80	65	-18,8	Caltagirone Editore
Il Mattino	74	50	-32,4	Caltagirone Editore
Nuovo quotidiano di Puglia	20	14	-30,0	Caltagirone Editore
Corriere Adriatico	18	14	-22,2	Caltagirone Editore
	<u>385</u>	<u>278</u>	-27,8	
QN-II Resto del Carlino	147	118	-19,7	Monrif
QN-La Nazione	117	94	-19,7	Monrif
QN-II Giorno	58	48	-17,2	Monrif
"Quotidiano nazionale"	<u>322</u>	<u>260</u>	-19,3	
La Stampa (2)	280	202	-27,9	Editrice La Stampa
Il Sole 24 ORE	267	183	-31,5	Il Sole 24 ORE
Milano Finanza	95	56	-41,1	Class Editori
ItaliaOggi	89	40	-55,1	Italia Oggi Editori-Erinne s.r.l. (3)
<b>Totale</b>	<b>2.819</b>	<b>2.002</b>	<b>-29,0</b>	

Oltre a 328 mila copie nel 2010 e 217 mila copie nel 2014 relative a La Gazzetta dello Sport (RCS), il più diffuso quotidiano nazionale sportivo (-33,8%).

(1) 18 testate locali edite in 10 diverse regioni italiane.

(2) Considerando anche il Secolo XIX rilevato con effetto 1-1-2015 e dodicesimo a livello nazionale per copie diffuse nel 2014 (53mila), le copie diffuse somma di La Stampa e Il Secolo XIX sarebbero 255 mila.

(3) 49% di Class Editori, 50% di Coitalia Fiscale e Giuridica Coop.

Fonte: Elaborazioni R&S su dati ADS - Accertamento Diffusione Stampa.

**Tabella 9 - Diffusione principali quotidiani nazionali (carta + digitale) nel 2014**

QUOTIDIANI NAZIONALI D'INFORMAZIONE: LE TESTATE	CARTA (000 DI COPIE/GIORNO)	DIGITALE (000 DI COPIE/GIORNO)	CARTA+DIGITALE (000 DI COPIE/GIORNO)	<i>digitale in % del cartaceo</i>
Il Sole 24 ORE	183	184	367	100,5
Corriere della Sera	335	87	422	26,0
La Repubblica	306	63	369	20,6
ItaliaOggi	40	22	62	55,0
La Stampa	202	20	222	9,9
Il Fatto Quotidiano	44	12	56	27,3
Milano Finanza	56	11	67	19,6
L'Unione Sarda	48	8	56	16,7
Il Messaggero	135	8	143	5,9
Il Gazzettino	65	6	71	9,2
Avvenire	109	5	114	4,6
Il Mattino	50	3	53	6,0
QN-Il Resto del Carlino	118	3	121	2,5
QN-La Nazione	94	2	96	2,1
QN-Il Giorno	48	1	49	2,1
<b>Totale</b>	<b>1.833</b>	<b>435</b>	<b>2.268</b>	<b>23,7</b>

Oltre a 234 mila copie nel 2014 relative a La Gazzetta dello Sport (RCS), il più diffuso quotidiano nazionale sportivo (217 mila cartaceo e 17 mila digitale).

Fonte: ADS - Accertamento Diffusione Stampa.

Tabella 10 - Dati del primo semestre 2015 (in milioni di euro)

	Dati I semestre				
	<u>2015</u>	<i>in % sul fatturato</i>	<u>2014</u>	<i>in % sul fatturato</i>	<i>Var % 2015-2014</i>
<b>Gruppo RCS MediaGroup</b>					
Fatturato	592		611		-3,1
MON	-34	-5,7	-65	-10,6	neg/neg
Risultato corrente	-50	-8,4	-91	-14,9	neg/neg
Risultato netto	-95	-16,0	-70	-11,5	neg/neg
<b>Gruppo Mondadori</b>					
Fatturato	517		543		-4,8
MON	9	1,7	9	1,7	0,0
Risultato corrente	-8	-1,5	-7	-1,3	neg/neg
Risultato netto	-11	-2,1	-10	-1,8	neg/neg
<b>Gruppo Editoriale L'Espresso</b>					
Fatturato	306		323		-5,3
MON	21	6,9	23	7,1	-8,7
Risultato corrente	20	6,5	14	4,3	42,9
Risultato netto	22	7,2	4	1,2	450,0
<b>Gruppo Il Sole 24 ORE</b>					
Fatturato	169		164		3,0
MON	-8	-4,7	-10	-6,1	neg/neg
Risultato corrente	-8	-4,7	-12	-7,3	neg/neg
Risultato netto	-8	-4,7	9	5,5	neg/pos
<b>Gruppo Monrif</b>					
Fatturato	88		100		-12,0
MON	1	1,1	-1	-1,0	pos/neg
Risultato corrente	-3	-3,4	-5	-5,0	neg/neg
Risultato netto	-3	-3,4	-5	-5,0	neg/neg
<b>Gruppo Caltagirone Editore</b>					
Fatturato	77		80		-3,8
MON	-5	-6,5	-8	-10,0	neg/neg
Risultato corrente	-1	-1,3	-3	-3,8	neg/neg
Risultato netto	1	1,3	-5	-6,3	pos/neg
<b>Gruppo Class Editori</b>					
Fatturato	36		39		-7,7
MON	-6	-16,7	-8	-20,5	neg/neg
Risultato corrente	-8	-22,2	-10	-25,6	neg/neg
Risultato netto	-8	-22,2	-8	-20,5	neg/neg
<b>Totale fatturato</b>	<b>1.785</b>		<b>1.860</b>		<b>-4,0</b>

Fonte: R&S-Mediobanca su dati di bilancio semestrali.

Tabella 11A- Dati 2014 maggiori operatori europei editori di quotidiani di informazione (\*)

	News Group Newspapers Ltd.	Gruppo DMGT	Société du Figaro s.a.s.	Société Editrice du Monde S.A.	Gruppo Axel Springer	Ediciones El País S.L.
Paese	UK	UK	FR	FR	DE	ES
Testata	The Sun	Daily Mail	Le Figaro	Le Monde	BILD	El País
<b>Fatturato netto (in € mln)</b>	629	2.325	300	174	3.038	168
<i>Var % rispetto al 2013</i>	-5,5	8,2	-2,6	-4,7	8,4	-4,9
di cui ricavi diffusionali (in € mln)	629	419	149	115	735	68
<i>Var % rispetto al 2013</i>	-5,5	-4,0	-1,0	n.d.	-3,1	-13,8
<b>Margini di conto economico (% sul fatturato)</b>						
Valore aggiunto	16,0	46,1	29,7	26,6	48,9	19,7
- Costo del lavoro	8,8	34,4	28,8	31,1	32,1	19,0
Margine operativo lordo	7,2	11,7	0,9	-4,5	16,8	0,7
Margine operativo netto	7,2	16,4	-0,5	-5,2	11,2	0,1
Risultato corrente	7,2	13,0	-0,5	-4,6	12,0	-0,4
Risultato netto	-10,7	14,5	0,4	-3,6	26,3	-2,2
<b>Dati per dipendente (in € '000) (*)</b>						
Fatturato	1.198	234	321	318	218	509
Valore aggiunto netto	192	119	91	82	94	97
Costo del lavoro	105	80	92	99	70	97
CLUP	54,7	67,2	101,1	120,7	74,5	100,0
N. di dipendenti (n.medio)	525	9.947	934	548	13.917	330
<b>Ratios economico-patrimoniali</b>						
ROE	neg.	n.c.	8,4	neg.	66,4	neg.
DF/capitale netto (%)	0,0	161,8	3,8	59,4	44,6	56,5
DF/capitale netto tangibile (%)	0,0	neg.	27,4	neg.	neg.	72,0
Liquidità/capitale netto (%)	65,9	7,3	1,3	6,1	16,3	14,2

(\*) Riferiti al 2013 per Société Editrice du Monde S.A.

Fonte: R&S-Mediobanca su dati di bilancio

Tabella 11B- Dati 2014 maggiori operatori europei editori di quotidiani economico-finanziari (\*)

	The Financial Times Ltd.	Les Echos S.A.	DvH Medien GmbH	Gruppo The Economist Newspaper Ltd. (1)
Paese	UK	FR	DE	UK
Testata	FT	Les Echos	Handelsblatt	The Economist
<b>Fatturato netto (in € m)</b>	370	90	409	421
<b>Var % rispetto al 2013</b>	-2,7	-0,3	1,3	-1,0
di cui ricavi diffusionali (in € mln)	n.d.	43	178	213
<b>Var % rispetto al 2013</b>	n.d.	2,3	-0,2	n.d.
<b>Margini di conto economico (% sul fatturato)</b>				
Valore aggiunto	47,3	29,2	41,7	53,5
- Costo del lavoro	42,1	31,0	33,9	32,2
Margine operativo lordo	5,2	-1,8	7,8	21,3
Margine operativo netto	-2,9	-3,4	3,5	20,4
Risultato corrente	5,2	-2,7	3,0	19,9
Risultato netto	4,3	-2,6	-6,5	14,0
<b>Dati per dipendente (in € '000) (*)</b>				
Fatturato	294	331	246	320
Valore aggiunto netto	115	91	92	168
Costo del lavoro	124	103	83	103
CLUP	107,8	113,2	90,2	61,3
N. di dipendenti (n.medio)	1.260	272	1.665	1.316
<b>Ratios economico-patrimoniali</b>				
ROE	4,6	neg.	neg.	neg.
DF/capitale netto (%)	8,1	9,7	35,7	neg.
DF/capitale netto tangibile (%)	8,9	10,2	neg.	neg.
Disponibilità liquide/capitale netto (%)	26,1	1,4	37,1	neg.

(\*) Riferiti al 2013 per DvH Medien GmbH.

(1) La The Economist Newspaper fino all'agosto 2015 era detenuta per il 50% dalla The Financial Times Ltd. (che la valutava al costo) e per il restante 50% faceva capo a vari azionisti (tra cui le famiglie Cadbury, Rothschild e Schroder); nell'ottobre 2015 Exor ha rilevato dalla The Financial Times Ltd. il 27,8% delle azioni ordinarie ed il 100% delle azioni speciali di categoria B pervenendo al controllo del 43,4% del capitale sociale e configurandosi come il principale azionista singolo della società.

Fonte: R&S-Mediobanca su dati di bilancio