



**COMUNICATO-STAMPA DEL PRESIDENTE DELLA FIEG
“2011: CRITICITÀ ANCORA PRESENTI NELL’EDITORIA GIORNALISTICA”**

Roma, 27 luglio 2011 - Lo scorso mese di aprile, in occasione della presentazione dello studio della Fieg sull’evoluzione della stampa in Italia, l’insieme dei risultati dei bilanci delle aziende editrici di giornali evidenziavano come nel 2010, dopo un biennio di grande sofferenza, il settore avesse parzialmente riassorbito diseconomie interne ed esterne, grazie ad incisivi processi di ristrutturazione e di riorganizzazione del ciclo produttivo. Ne era testimonianza il margine operativo lordo del complesso delle imprese considerate che, dopo il preoccupante calo del 2009, era tornato positivo.

Prudentemente, veniva anche osservato che, in presenza di volumi di vendita che stentano ad espandersi sia sul terreno della diffusione che su quello degli spazi pubblicitari, gli effetti delle politiche aziendali orientate al contenimento dei costi non possono protrarsi oltre certi limiti. Questa situazione è stata aggravata dalla circostanza che i pochi interventi di sostegno esterno si sono andati gradualmente esaurendo. Basti citare il venir meno delle agevolazioni tariffarie postali, supporto essenziale per lo sviluppo del canale di vendita rappresentato dagli abbonamenti, vista l’inefficienza dei servizi postali di recapito. Il livello degli abbonamenti sta rapidamente scendendo al disotto dell’8 per cento del venduto, mentre i nostri principali partners europei diffondono, attraverso questo canale, più del 50% delle copie destinate al mercato.

Per avere indicazioni reali e tempestive sull’evoluzione del mercato nel corso del 2011 il Centro Studi della Fieg ha analizzato i dati dei resoconti trimestrali delle otto società editrici quotate in borsa, campione rappresentativo dell’universo settoriale, ricavandone delle grandezze utili per orientarsi sull’andamento del mercato della stampa in questa prima parte dell’anno.

L’analisi dei conti dei primi tre mesi dell’anno conferma che gli interventi di aggiustamento dei processi produttivi sono continuati con risultati positivi sul piano della gestione economico-finanziaria. Tuttavia copie diffuse e pubblicità sono ancora declinanti, in sintonia con un’evoluzione della domanda interna troppo debole per dare slancio ad una ripresa dei ritmi produttivi.

Ne è derivato un ulteriore arretramento dei ricavi delle imprese quotate (-0,3%) che, per non compromettere gli equilibri aziendali, è stato necessariamente compensato con una riduzione dei costi di produzione leggermente superiore (-0,6%). Rispetto al primo trimestre 2010, il Mol è così migliorato (+ 14,9%) e il risultato negativo degli utili netti complessivi è stato ridotto di circa 10 milioni di euro. Dati che confermano che



all'interno delle imprese permangono difficoltà e che i processi diretti ad alleggerire le componenti di costo non possono essere interrotti.

Sul fronte dei ricavi, la nota positiva che emerge dal confronto dei dati dei primi trimestri 2010-2011 è rappresentata dalla ripresa dei ricavi pubblicitari delle otto società editrici quotate (+1,5%), in un contesto di mercato ancora in declino (-3,2%); la nota negativa proviene dall'andamento dei ricavi da vendita in leggera flessione (-0,6%). Su quest'ultima voce ha fatto sentire i suoi effetti l'ulteriore diminuzione delle vendite di prodotti collaterali abbinati ai giornali (-9,3%), il cui declino è ormai in atto da circa un triennio e che non sembra destinato ad arrestarsi.

Le strategie operative delle imprese editrici sono sempre più orientate verso una dimensione di multimedialità. E' un dato che si ricava dalla constatazione che le attività online delle imprese analizzate sono cresciute nel primo trimestre del 2011 del 32,4%. Peraltro, in rapporto al fatturato, si tratta di un'incidenza ancora molto contenuta (2,5%), ma più che raddoppiata rispetto al 2008 (1,4%).

Quanto ai costi, quello del lavoro ha fatto registrare anche nel primo trimestre del 2011 la flessione più ampia (-1,9%). Si tratta, del resto, del principale centro di costo per le imprese editrici.

I dati del primo trimestre di quest'anno contribuiscono dunque a delineare un quadro settoriale caratterizzato da fattori di criticità molto acuti. L'appuntamento con i resoconti semestrali delle società editrici quotate fornirà ulteriori elementi di valutazione sul loro stato di salute che può essere assunto a riferimento per quello dell'intero settore dell'editoria giornalistica.

Carlo Malinconico
Presidente
Federazione Italiana Editori Giornali