



LA STAMPA IN ITALIA 2006-2008

A stack of folded newspapers, with the top one slightly open, showing the text and images on the pages.

Roma, 16 aprile 2009

Andamenti trimestrali

dei ricavi complessivi di alcuni gruppi editoriali quotati 2007-2008



Andamenti trimestrali

dei ricavi diffusionali di alcuni gruppi editoriali quotati 2007-2008



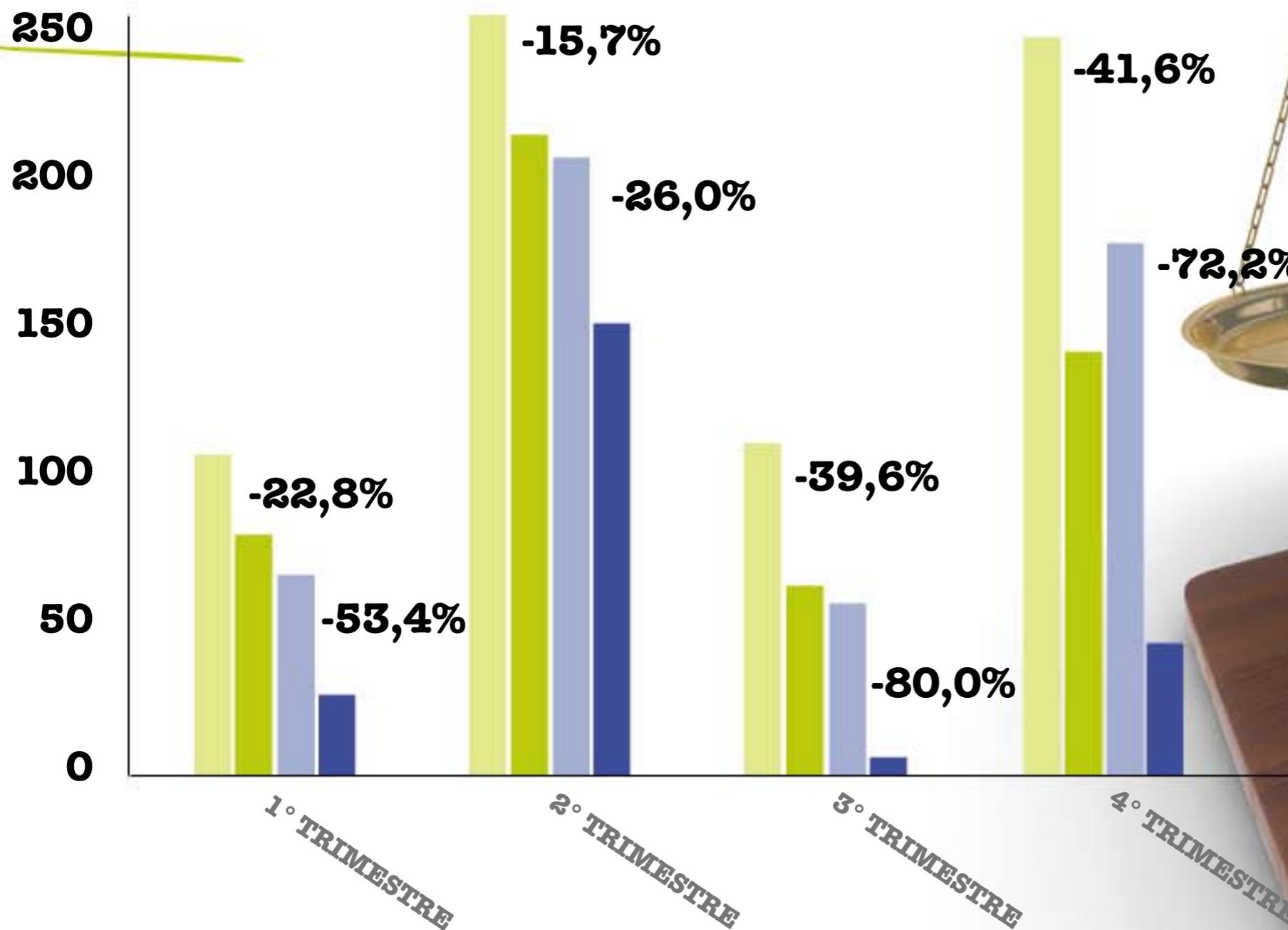
Andamenti trimestrali

ricavi pubblicitari di alcuni gruppi editoriali
quotati 2007-2008



2008 vs 2007
-3,8%

Andamenti trimestrali dell'**EBITDA** e dell'**EBIT** di alcuni gruppi editoriali quotati 2007-2008

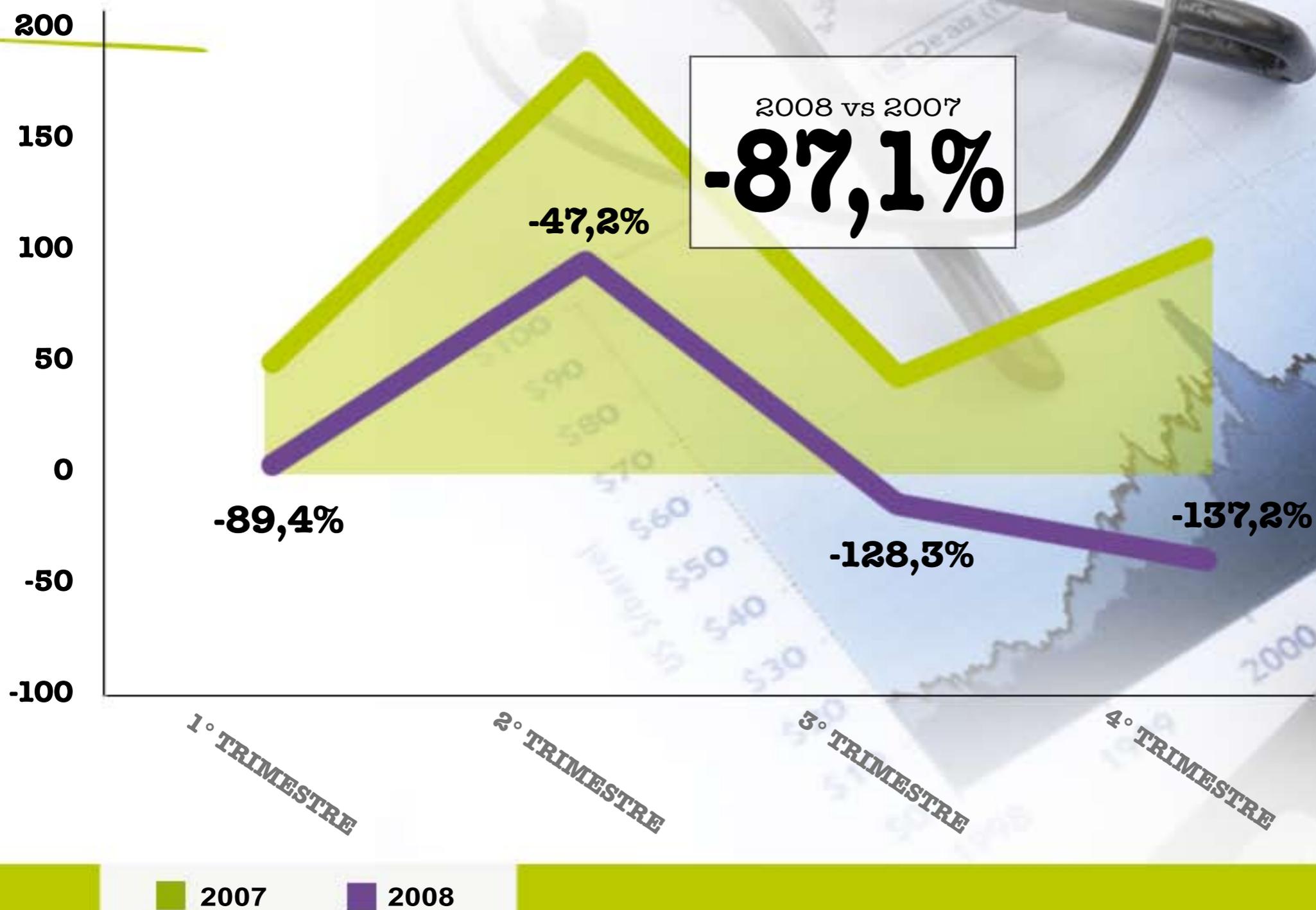


EBITDA
2008 vs 2007
-48,0%

EBIT
2008 vs 2007
-51,9%

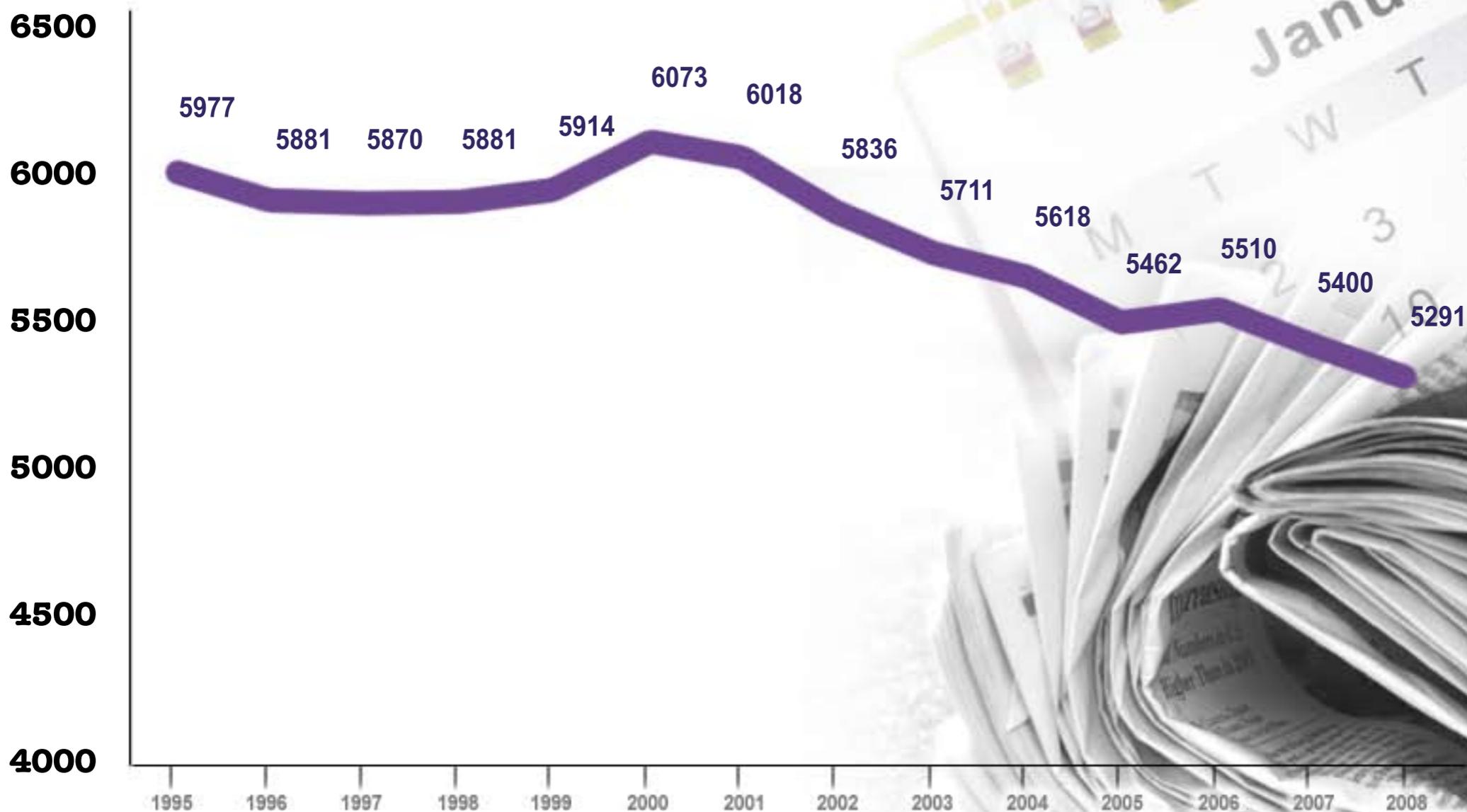
Andamenti trimestrali

dell'utile netto di alcuni gruppi editoriali quotati 2007-2008



Quotidiani

vendite medie giornaliere 1995-2008 (000)



Imprese editrici di quotidiani

(ricavi e costi operativi 2006-2008)

	2006 ₍₀₀₀₎	2007 ₍₀₀₀₎	% 07/06	2008 ₍₀₀₀₎	% 08/07
A Ricavi editoriali	3.556.655	3.507.632	-1,4	3.332.250	-5,0
B Costi operativi di cui:	3.273.251	3.246.065	-0,8	3.231.108	-0,5
materie prime	575.760	559.215	-2,9	542.438	-3,0
lavoro	947.769	953.917	0,6	960.594	0,7
servizi(1)	1.573.822	1.559.276	-0,9	1.556.157	-0,2
altri	175.899	173.656	-1,3	171.919	-1,0
C Margine operativo (Mol= A-B)	283.405	261.567	-7,7	101.142	-61,3
D Rapporto Mol/fatturato (D = C/A)	7,9%	7,4%	-	3,0%	-
E Risultato della gestione editoriale (2)	115.450	91.537	-20,7	n.	-
F Utili d'esercizio(3)	349.929	232.461	-33,6	n.	-

Note:

1) È inclusa la stampa presso terzi

2) Al lordo di proventi/oneri finanziari

3) Dopo imposte e tasse

Imprese editrici di quotidiani

utili e perdite 2005-2008

Perdite				Utili		
ANNI	N.IMPRESSE	VALORI (EURO)	VAR %	N.AZIENDE	VALORI (EURO)	VAR %
2005	20	23.475.955	-	40	294.350.387	-
2006	22	20.074.325	-14,5	38	370.002.895	25,7
2007	23	51.678.240	157,4	34	284.139.105	-23,2
2008 (*)	n.d.	103.356.000	100,0	n.d.	198.897.000	-30,0

(* stima)

Ricavi da prodotti collaterali dei quotidiani

incidenza sui ricavi editoriali

A

B

C (A+B)

D

	Ricavi da collaterali diversi dai libri (000)		Ricavi da collaterali libri (000)		Ricavi da collaterali (000)		TOTALE ricavi editoriali (000)	% A/D	%B/D	%C/D	
	var %		var %		var %						
2005		171.640	-	275.715	-	447.355	-	3.462.402	4,9	8,0	12,9
2006	29,4	222.158		233.191	-15,4	455.349	1,8	3.556.655	6,2	6,5	12,8
2007	-14,7	189.438		159.717	-31,5	349.155	-23,3	3.507.632	5,4	4,5	9,9
2008 (*)	-29,1	134.268		64.858	-59,4	199.127	-42,9	3.332.250	4,0	1,9	6,0

(* stima)

Quotidiani

% abbonamenti su totale vendite nei principali paesi (2008)

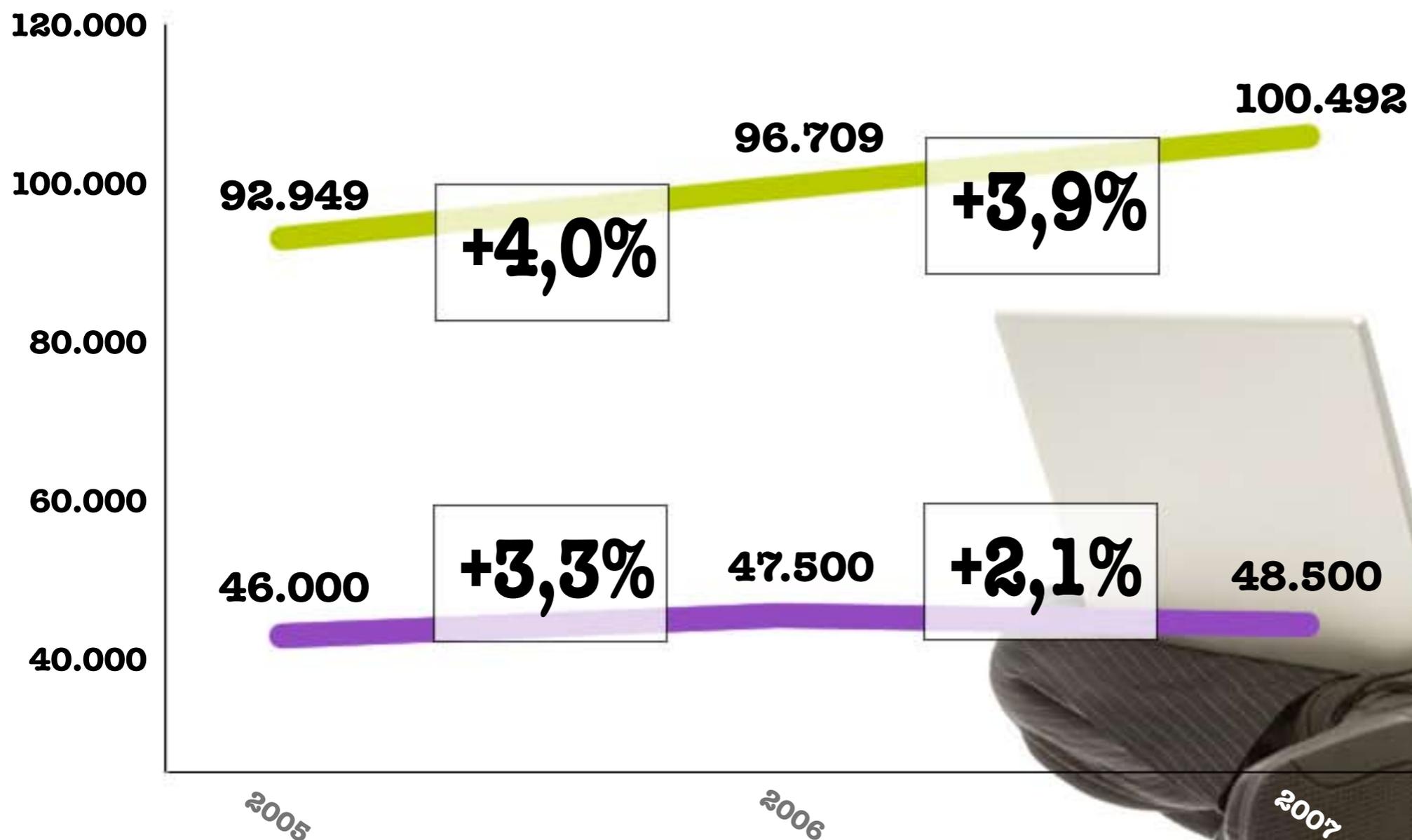
PAESI	VENDITE IN ABBONAMENTO	VENDITE IN EDICOLA
Austria	67	12
Belgio	49	51
Brasile	52	48
Corea	94	6
Danimar	84	16
Estonia (2006)	60	40
Finlandia	88	12
Francia	31	69
Germania	65	35
Giappone	95	5
Grecia	3	97
Irlanda	9	91
Italia	9	91

PAESI	VENDITE IN ABBONAMENTO	VENDITE IN EDICOLA
Lettonia	58	42
Lussemburgo	70	10 (20)*
Norvegia	78	22
Olanda	90	8 (2)*
Polonia	19	79 (3)*
Repubblica Ceca	32	68
Slovacchia (2006)	35	65
Spagna	23	72 (5)*
Svezia	76	19 (5)*
Svizzera	90	10
Stati Uniti	75	17 (8)*
Turchia	23	77
Ungheria	65	33 (2)*

(*) altro

Quotidiani

costo lavoro per addetto 2005-2007



(*) Elaborazione Fieg (**) 2015 Società Mediobanca



Periodici

evoluzione dei ricavi editoriali 2005-2008

	A		B		C			
	Publicità (euro/000)	var %	Vendite (edicola +abbonam.) (euro/000)	var %	TOTALE C=A+B (euro/000)	var %	%A/C	%B/C
2005	1.004.611	-	3.117.207	-	4.121.818	-	24,4	75,6
2006	1.056.695	5,2	3.077.303	-1,3	4.133.998	0,3	25,6	74,4
2007	1.083.188	2,5	3.015.757	-2,0	4.098.945	-0,8	26,4	73,6
2008 (*)	1.029.029	-5,0	2.883.063	-4,4	3.912.092	-4,6	26,3	73,7

(* stima)

Periodici

rese 2005 - 2007

A

B

C

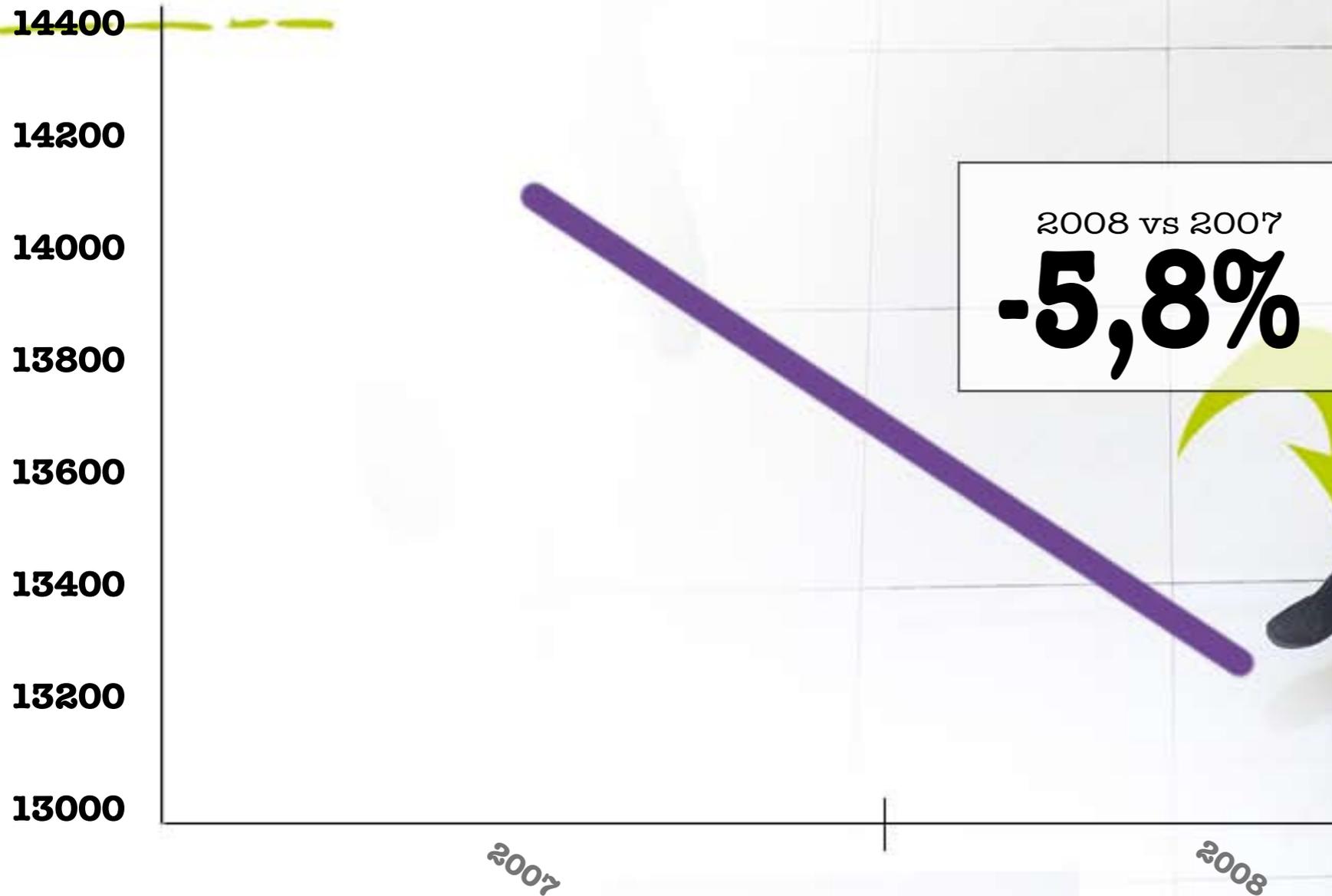
	Copie annue distribuite (000)	Copie annue vendute (000)	Rese (000)	%C/A	%C/B
--	----------------------------------	------------------------------	---------------	------	------

2005	1.655.830	960.898	694.932	42,0	72,3
2006	1.699.047	968.988	730.059	43,0	75,3
2007	1.593.658	905.690	687.968	43,2	76,0



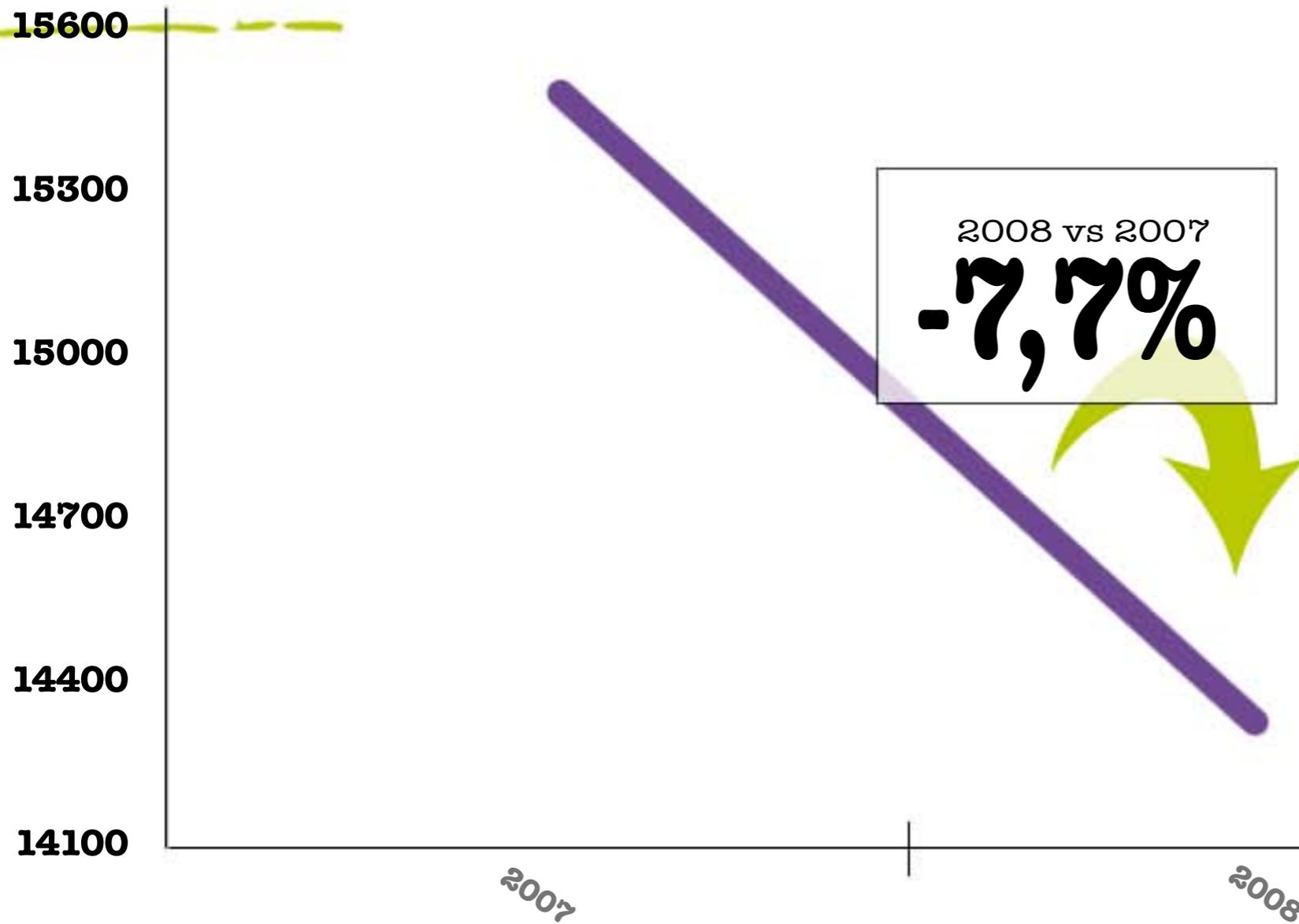
Diffusione

dei settimanali 2007-2008 (000)



Diffusione

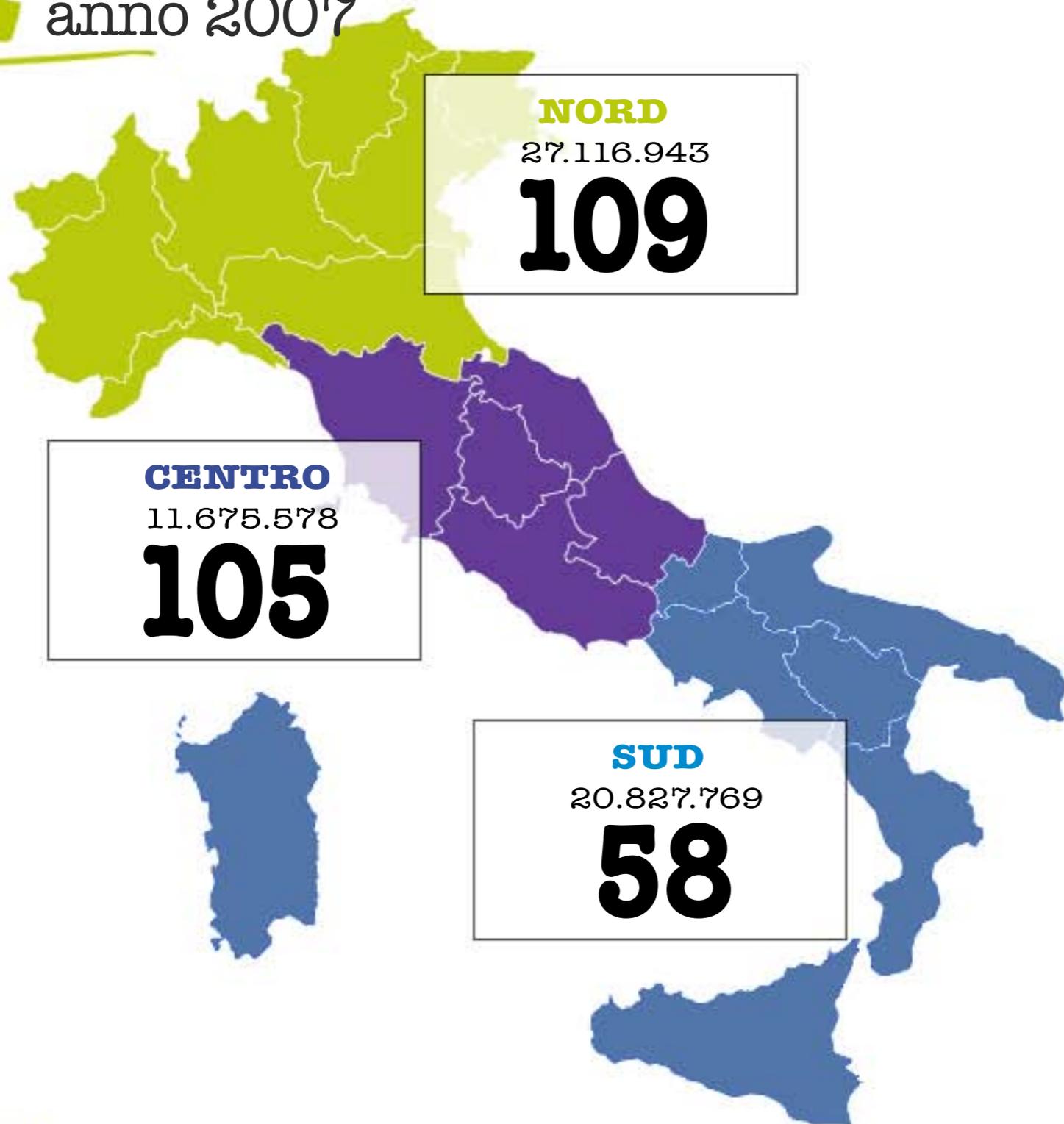
dei mensili 2007-2008 (000)



Fonte: elaborazione su dati ADS. Medie mobili 12 mesi: novembre 2006 - ottobre 2007; novembre 2007 - ottobre 2008. Campione omogeneo di 127 testate mensili

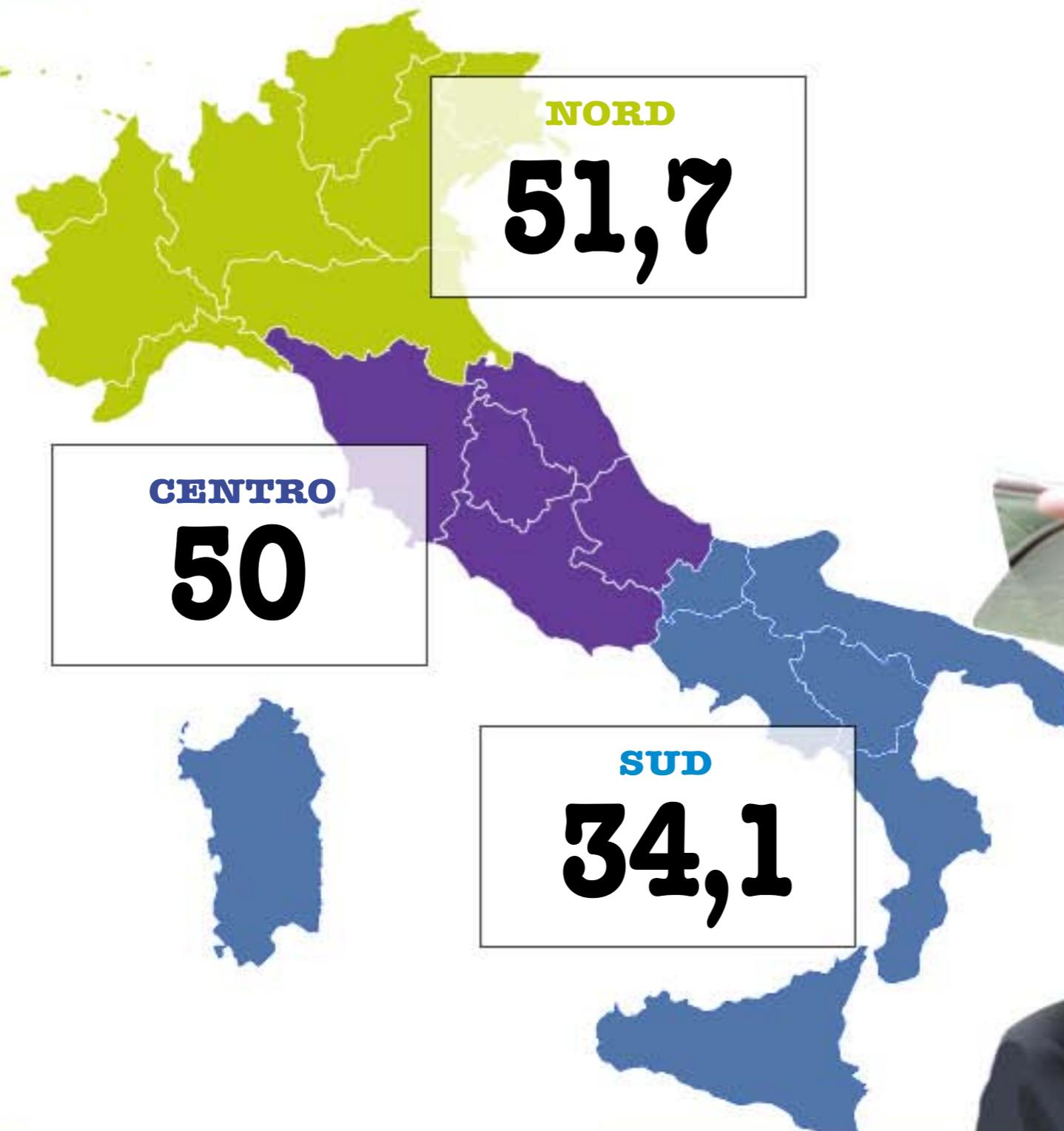
Vendite dei quotidiani

per aree geografiche copie 1000 abitanti
anno 2007



Lettori di Quotidiani

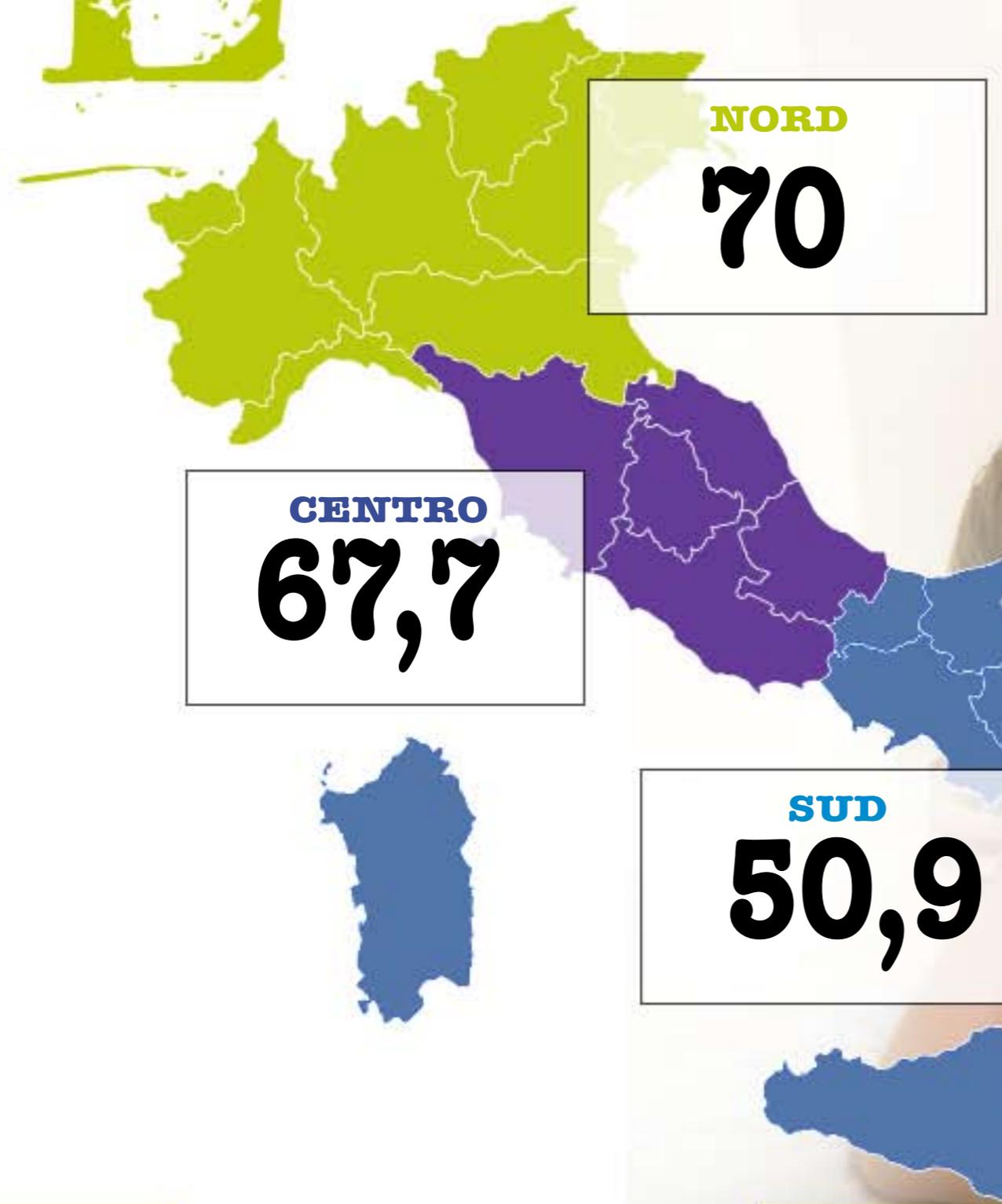
per aree geografiche anno 2008



Lettori dei Periodici

per aree geografiche anno 2008

L



NORD
70

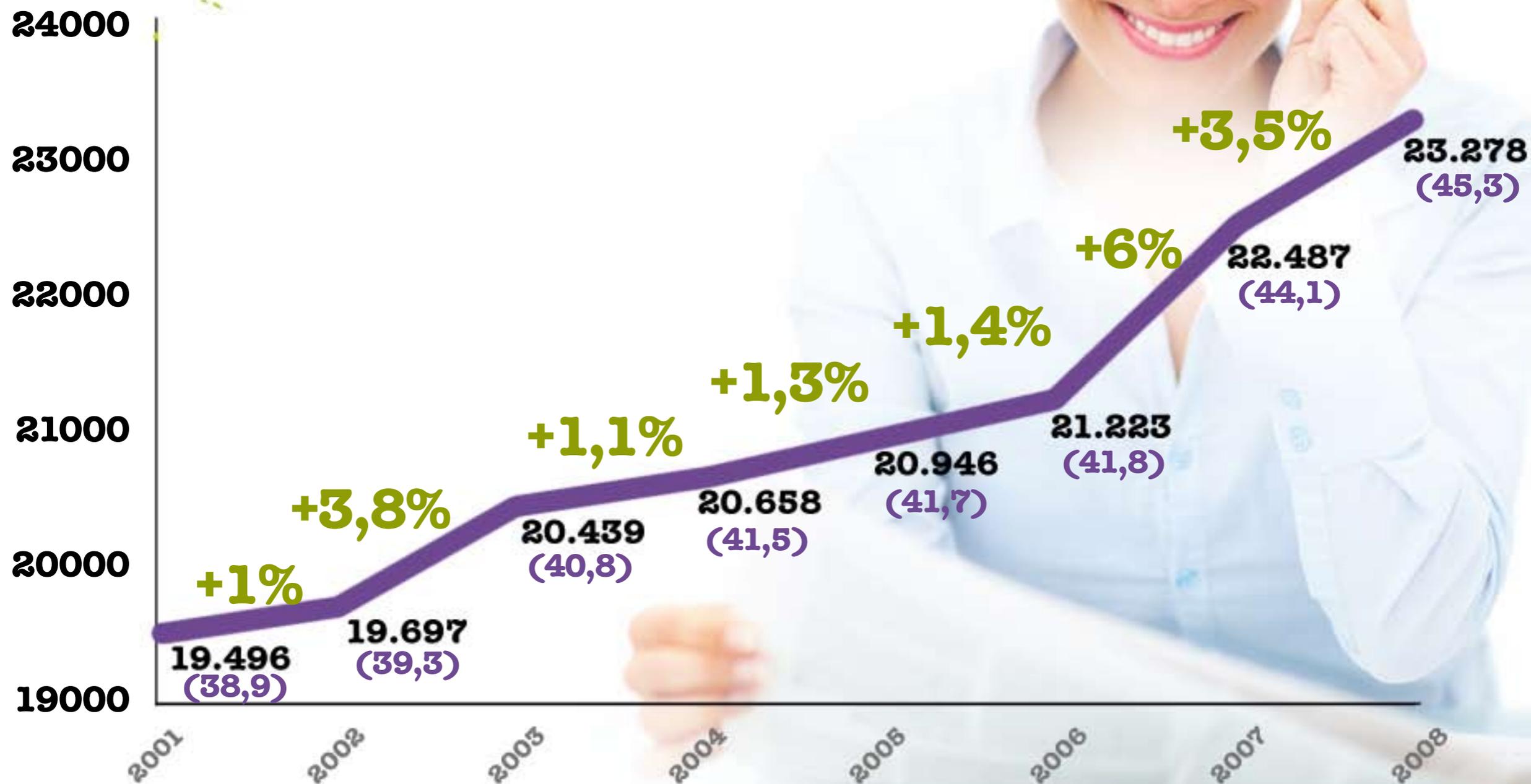
CENTRO
67,7

SUD
50,9



Letture dei Quotidiani

Evoluzione 2001 - 2008



■ ANDAMENTO (%) PENETRAZIONE

Lettura dei Settimanali

Evoluzione 2005 - 2008



Lettura dei Mensili

Evoluzione 2005 - 2008



Quote di mercato pubblicitario

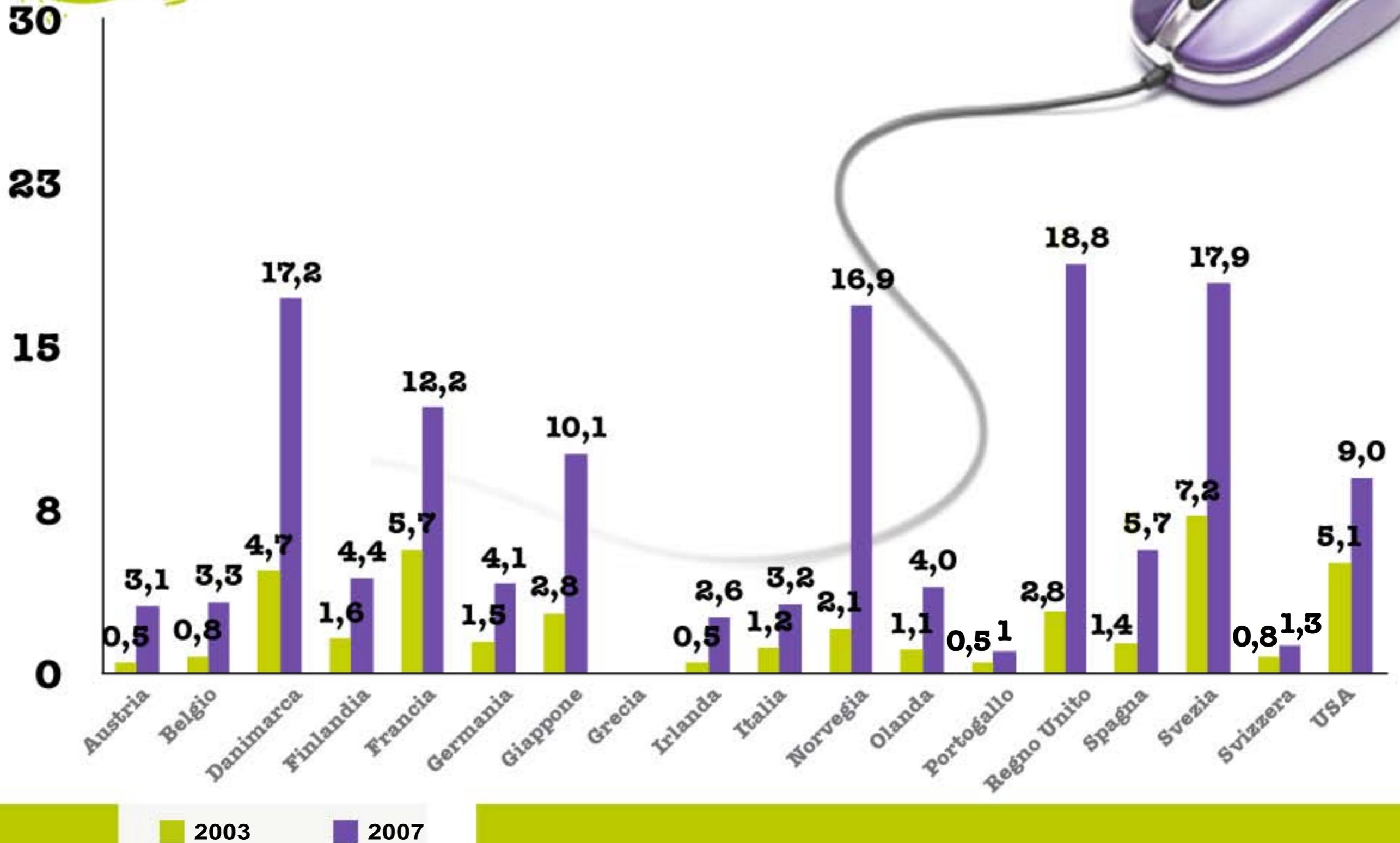
per **MEZZI** confronto **INTERNAZIONALE** 2003-2007

	QUOTIDIANI		PERIODICI		TV		RADIO		CINEMA		ESTERNA		INTERNET	
	2003	2007	2003	2007	2003	2007	2003	2007	2003	2007	2003	2007	2003	2007
Austria	37,2	39,7	22,2	18,5	24,2	24,1	8,0	6,8	0,6	0,7	7,2	7,1	0,5	3,1
Belgio	21,9	29,3	12,6	8,5	43,8	38,2	10,6	12,2	1,2	0,9	9,2	7,6	0,8	3,3
Danimarca	45,5	48,6	6,0	5,7	18,6	17,9	2,1	2,2	0,5	0,4	3,3	3,1	4,7	17,2
Finlandia	55,2	53,5	16,5	15,8	19,1	19,5	4,4	3,7	0,2	0,2	2,9	3,0	1,6	4,4
Francia	16,9	14,8	24,3	20,1	32,0	32,9	8,4	7,6	0,7	0,8	11,9	10,6	5,7	12,2
Germania	40,8	39,2	24,8	22,8	23,9	24,2	3,6	4,1	1,0	0,7	4,4	4,9	1,5	4,1
Giappone	25,0	21,3	9,6	8,2	46,4	41,8	4,3	3,7			11,9	11,9	2,8	10,1
Grecia	12,7	16,0	32,9	36,5	34,1	30,8	4,1	4,5	0,7	0,6	15,5	11,6		
Irlanda	62,8	60,3	2,9	2,2	16,8	18,7	7,5	7,3	0,8	0,6	8,7	7,7	0,5	2,6
Italia(*)	22,1	20,2	15,2	15,0	54,8	52,7	4,3	5,4	0,8	0,8	2,6	2,6	1,2	3,2
Norvegia	45,2	42,0	11,5	8,5	32,0	23,5	4,5	4,6	0,9	0,8	3,7	3,8	2,1	16,9
Olanda	43,2	39,5	23,2	21,8	21,6	22,8	7,1	7,2	0,2	0,1	3,5	4,6	1,1	4,0
Portogallo	8,2	7,3	17,1	16,2	54,7	56,6	6,4	5,6	0,8	0,6	12,7	12,7	0,5	1,0
Regno Unito	39,7	31,1	14,9	11,9	30,4	26,6	4,3	3,7	1,5	1,3	6,4	6,7	2,8	18,8
Spagna	27,4	24,6	11,0	9,2	42,4	44,3	9,3	8,6	0,9	0,5	7,7	7,2	1,4	5,7
Svezia	49,1	41,5	13,0	11,2	22,2	21,2	2,8	3,0	0,4	0,4	5,2	4,9	7,2	17,9
Svizzera	45,8	36,2	12,2	21,4	14,8	25,2	3,5	3,5	1,1	1,3	15,7	11,0	0,8	1,3
USA	30,4	27,9	14,0	14,3	33,9	32,8	12,9	11,8	0,2	0,3	3,3	3,9	5,1	9,0

(*) Dati Nielsen Media Research

Fonte: WAN - World Press Trends 2008

Quote di mercato pubblicitario di **INTERNET** (variazioni 2003-2007)

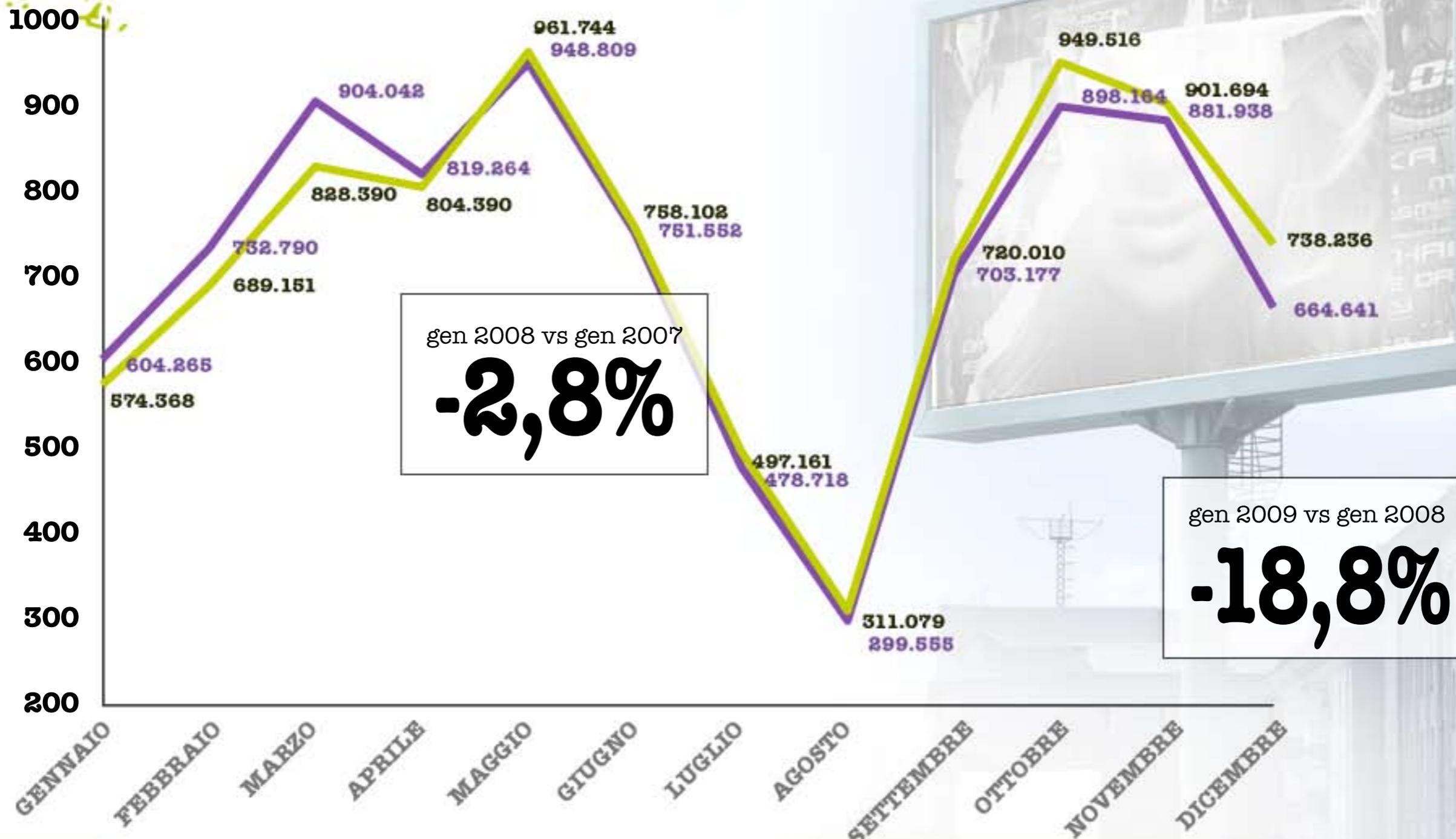


Mercato pubblicitario nel complesso

Evoluzione mensile del mercato **PUBBLICITARIO**

(2007 - 2008 - gennaio 2009)

(000/euro)



gen 2008 vs gen 2007
-2,8%

gen 2009 vs gen 2008
-18,8%

Mercato pubblicitario

Evoluzione mensile del mercato dei **QUOTIDIANI**
(2007 - 2008 - gennaio 2009)

(000/euro)

200

180

160

140

120

100

80

60

GENNAIO

FEBBRAIO

MARZO

APRILE

MAGGIO

GIUGNO

LUGLIO

AGOSTO

SETTEMBRE

OTTOBRE

NOVEMBRE

DICEMBRE

2007 QUOTIDIANI

2008 QUOTIDIANI

gen 2008 vs gen 2007
-7,0%

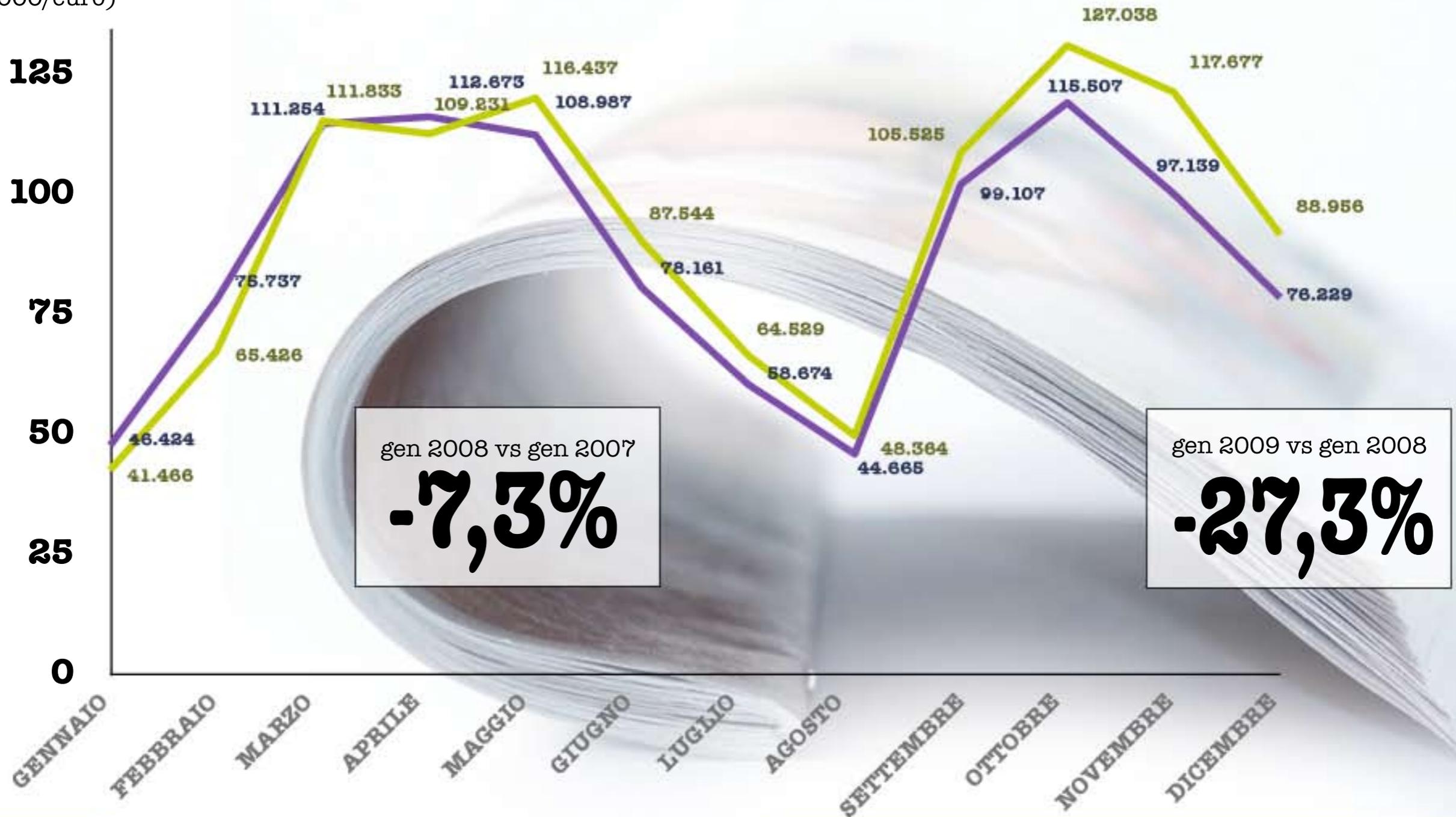
gen 2009 vs gen 2008
-24,7%



Mercato pubblicitario

Evoluzione mensile del mercato sui **PERIODICI**
(2007 - 2008 - gennaio 2009)

(000/euro)



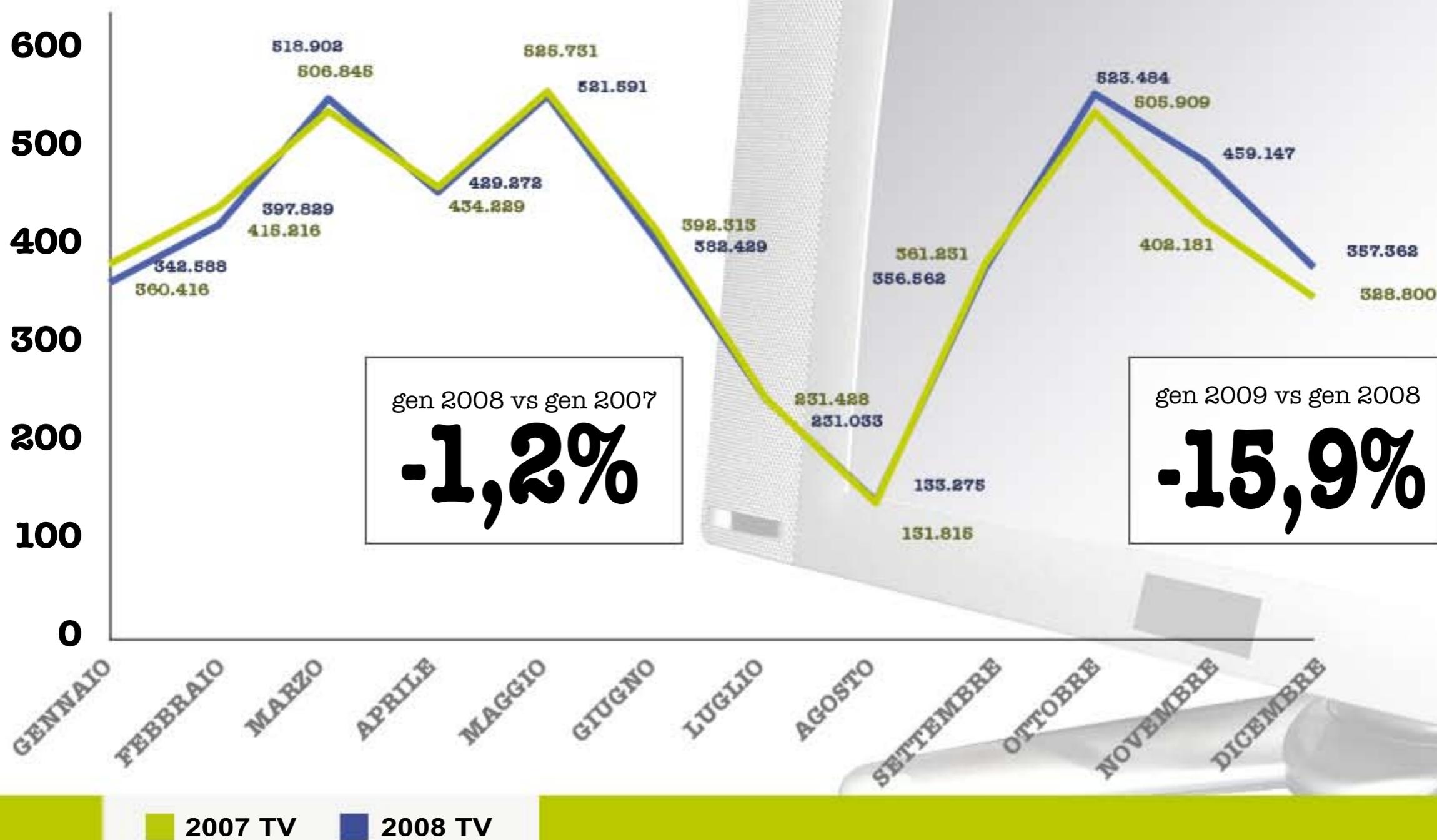
gen 2008 vs gen 2007
-7,3%

gen 2009 vs gen 2008
-27,3%

Mercato pubblicitario

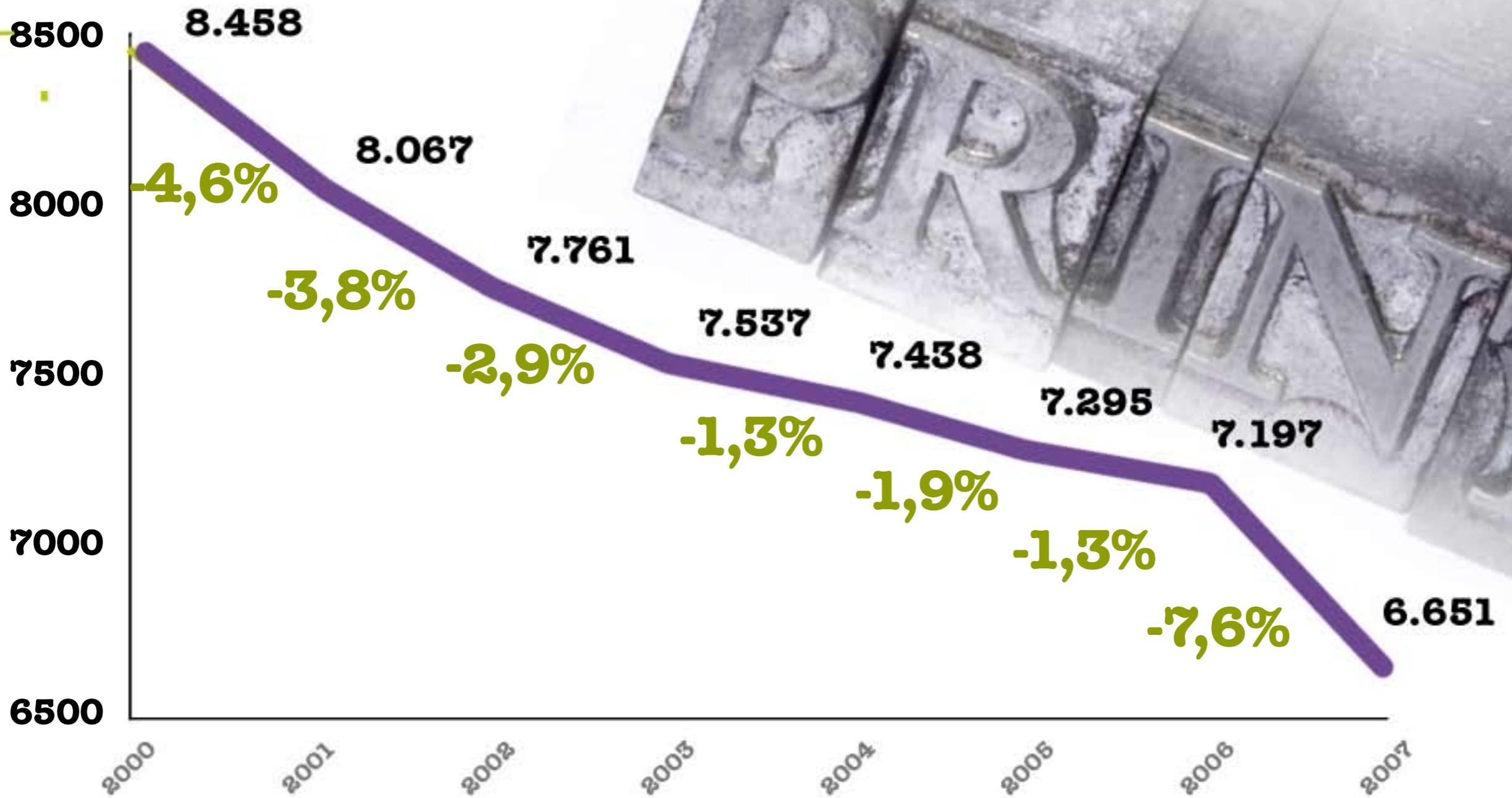
Evoluzione mensile del mercato in **TV**
(2007 - 2008 - gennaio 2009)

(000/euro)



Popolazione Poligrafica

2000 - 2007

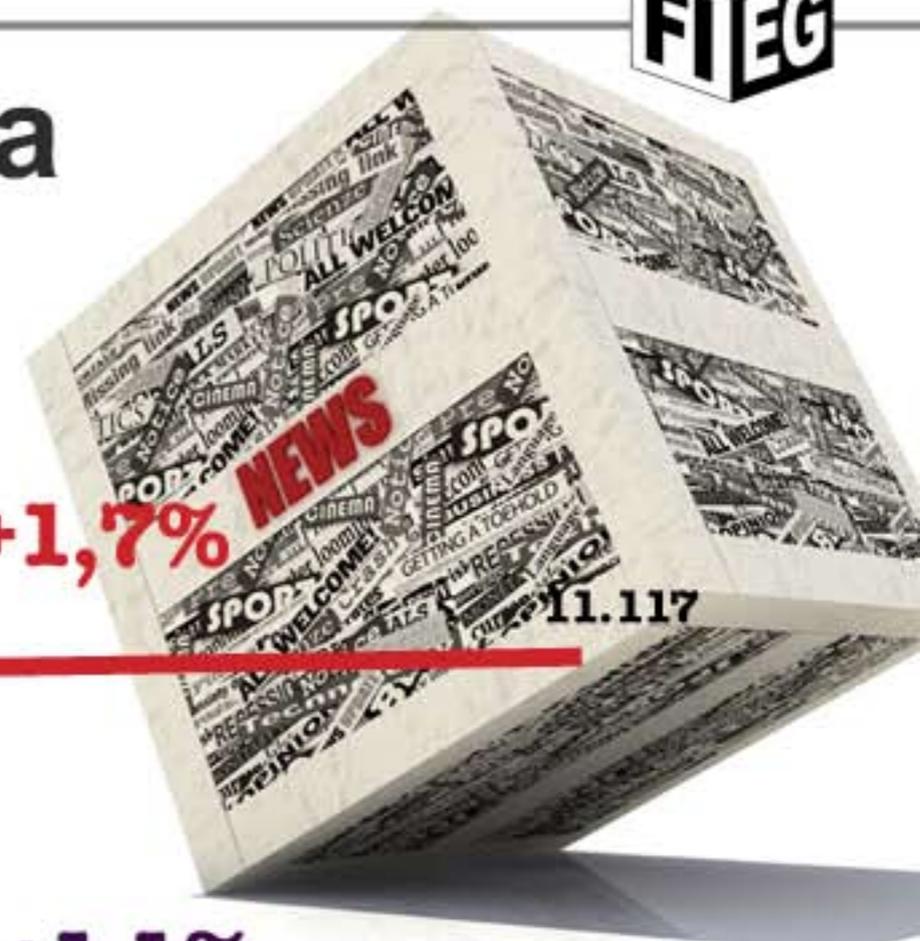


■ ANDAMENTO POPOLAZIONE

Dati: Fondo Casella

Popolazione Giornalistica

2005 - 2007





LA STAMPA IN ITALIA 2006-2008

A stack of folded newspapers, showing the edges of the pages and the way they are folded, positioned at the bottom of the cover.

Roma, 16 aprile 2009

presentazione realizzata da

MEDIA LAB
digital communication - digital emotion

www.medialab.net