




LA STAMPA IN ITALIA 2007-2008

A stack of several folded newspapers is shown at the bottom of the page. The papers are neatly folded and stacked on top of each other, with some pages visible at the edges.

Roma, 16 aprile 2009

Andamenti trimestrali

dei ricavi complessivi di alcuni gruppi editoriali quotati 2007-2008



■ 2007 ■ 2008

Andamenti trimestrali

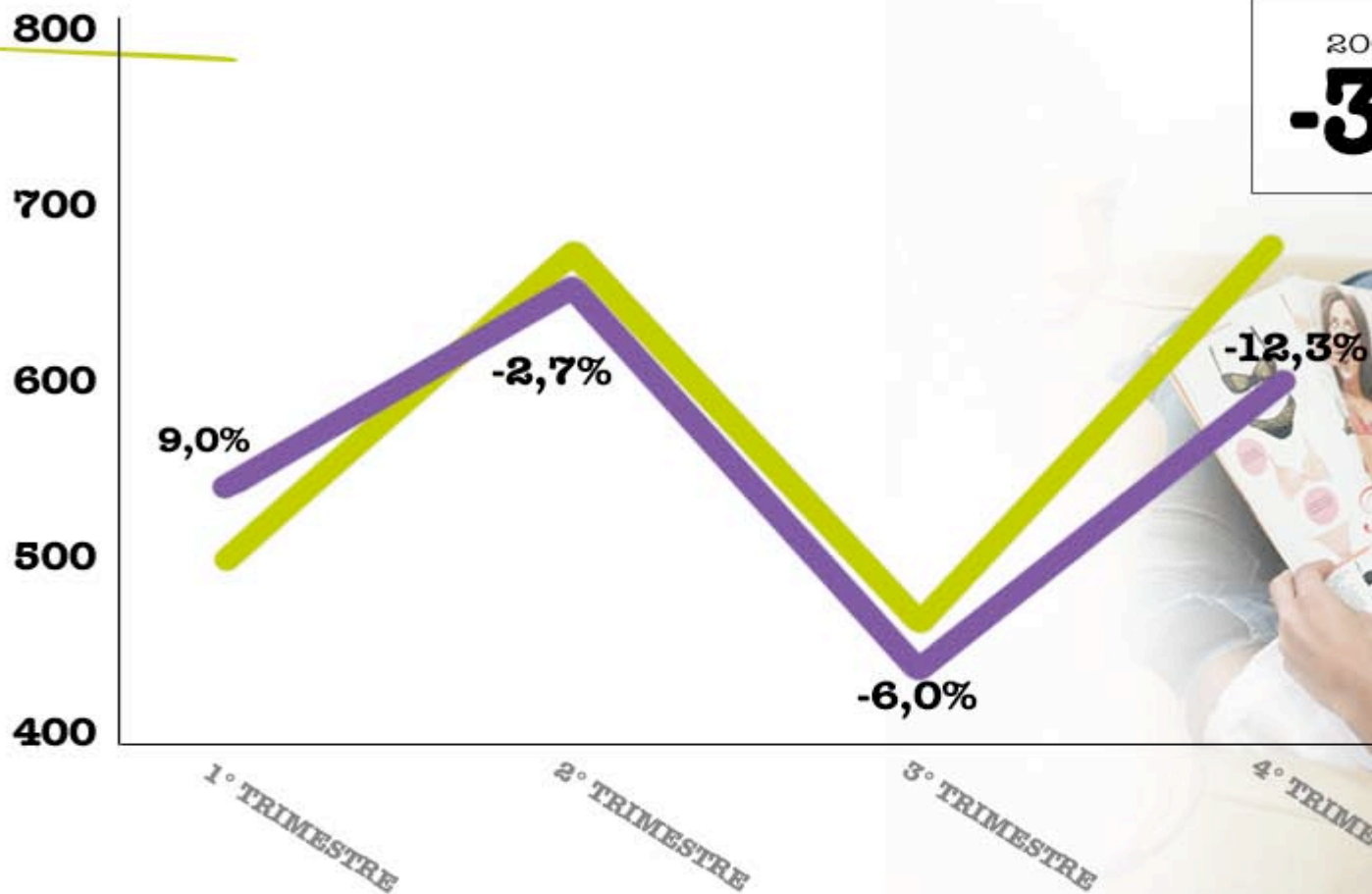
dei ricavi diffusionali di alcuni gruppi editoriali quotati 2007-2008



■ 2007 ■ 2008

Andamenti trimestrali

ricavi pubblicitari di alcuni gruppi editoriali
quotati 2007-2008

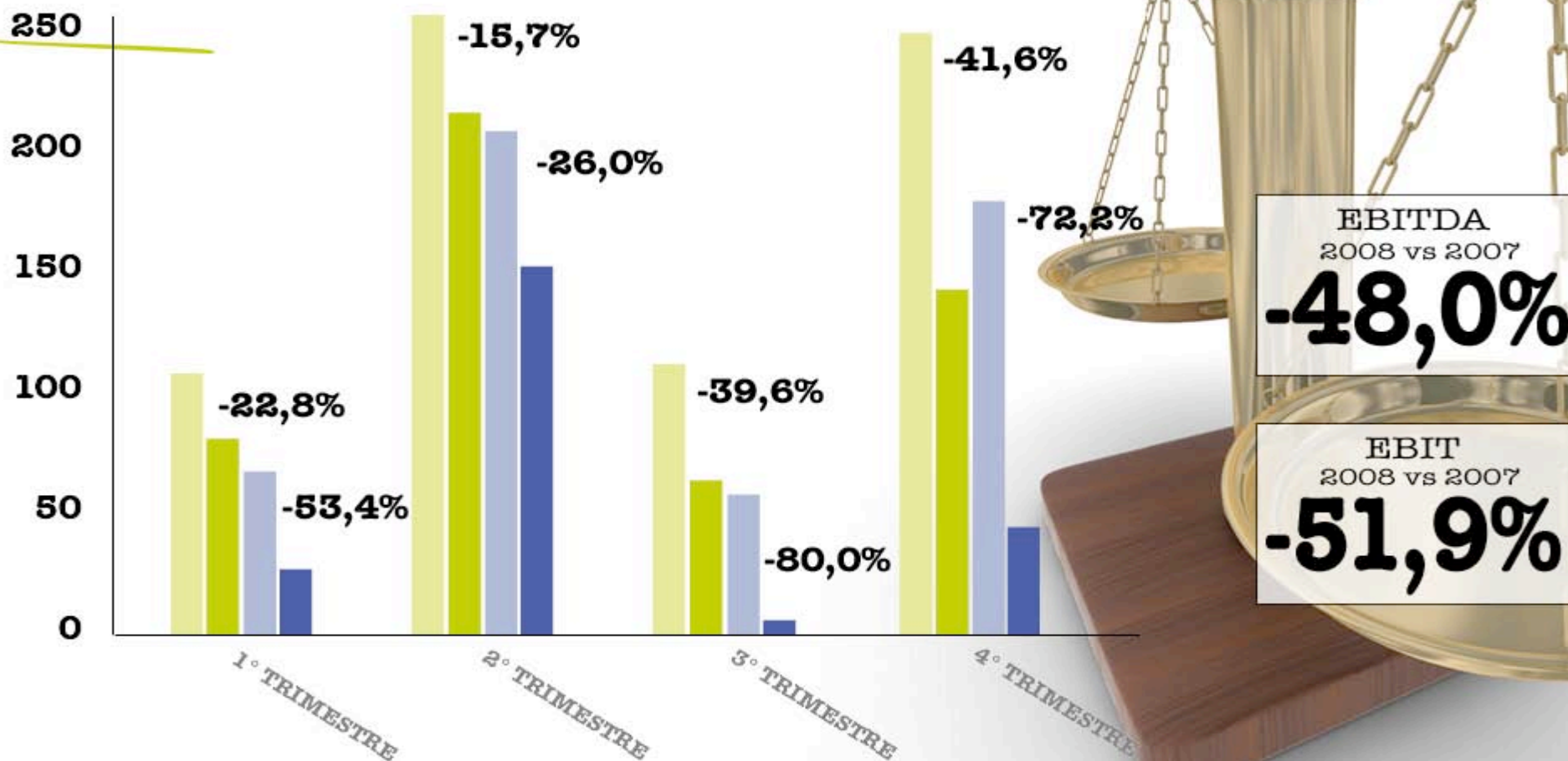


2008 vs 2007
-3,8%

■ 2007 ■ 2008

Andamenti trimestrali

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



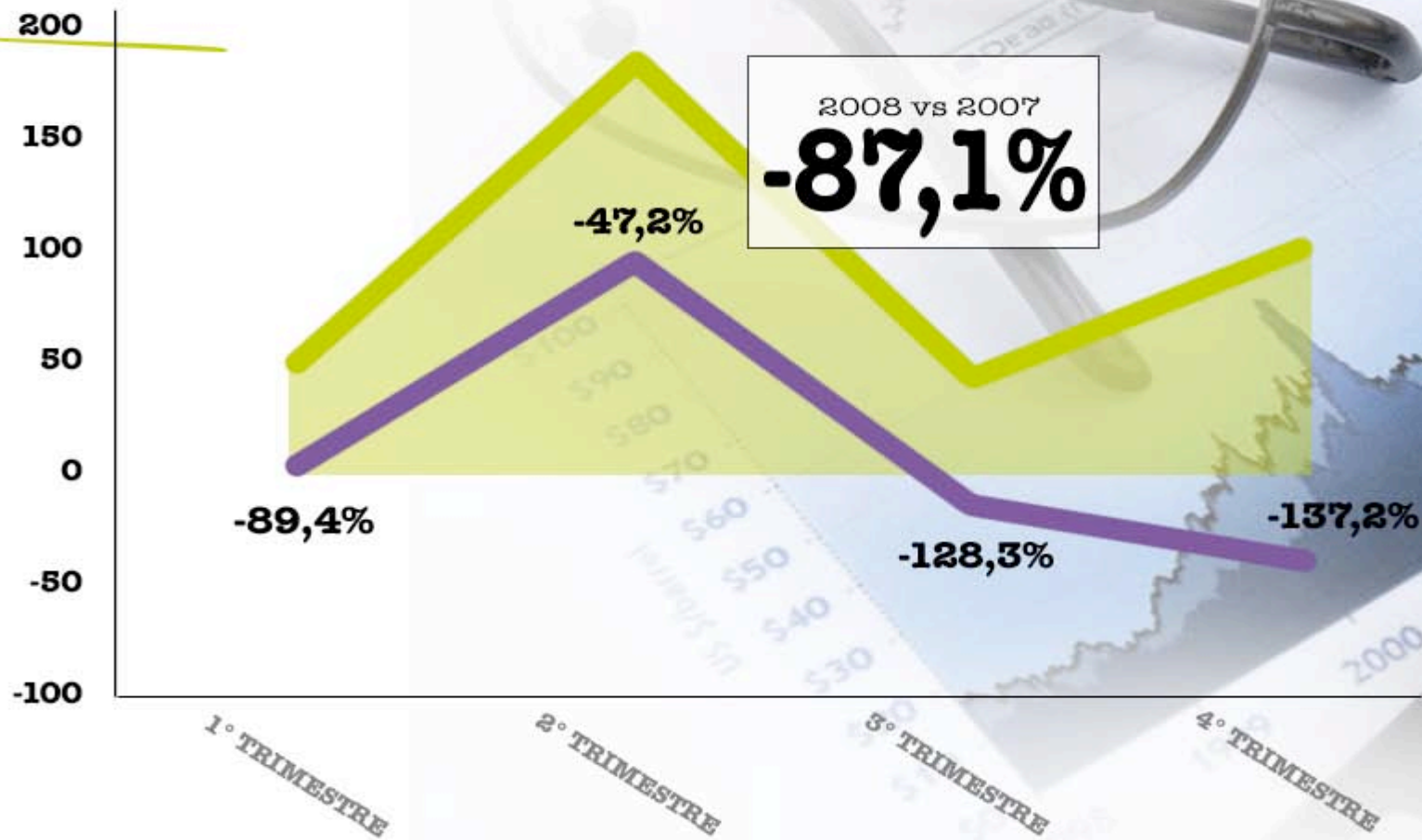
EBITDA
2008 vs 2007
-48,0%

EBIT
2008 vs 2007
-51,9%

2007 EBITDA 2008 EBITDA 2007 EBIT 2008 EBIT

Andamenti trimestrali

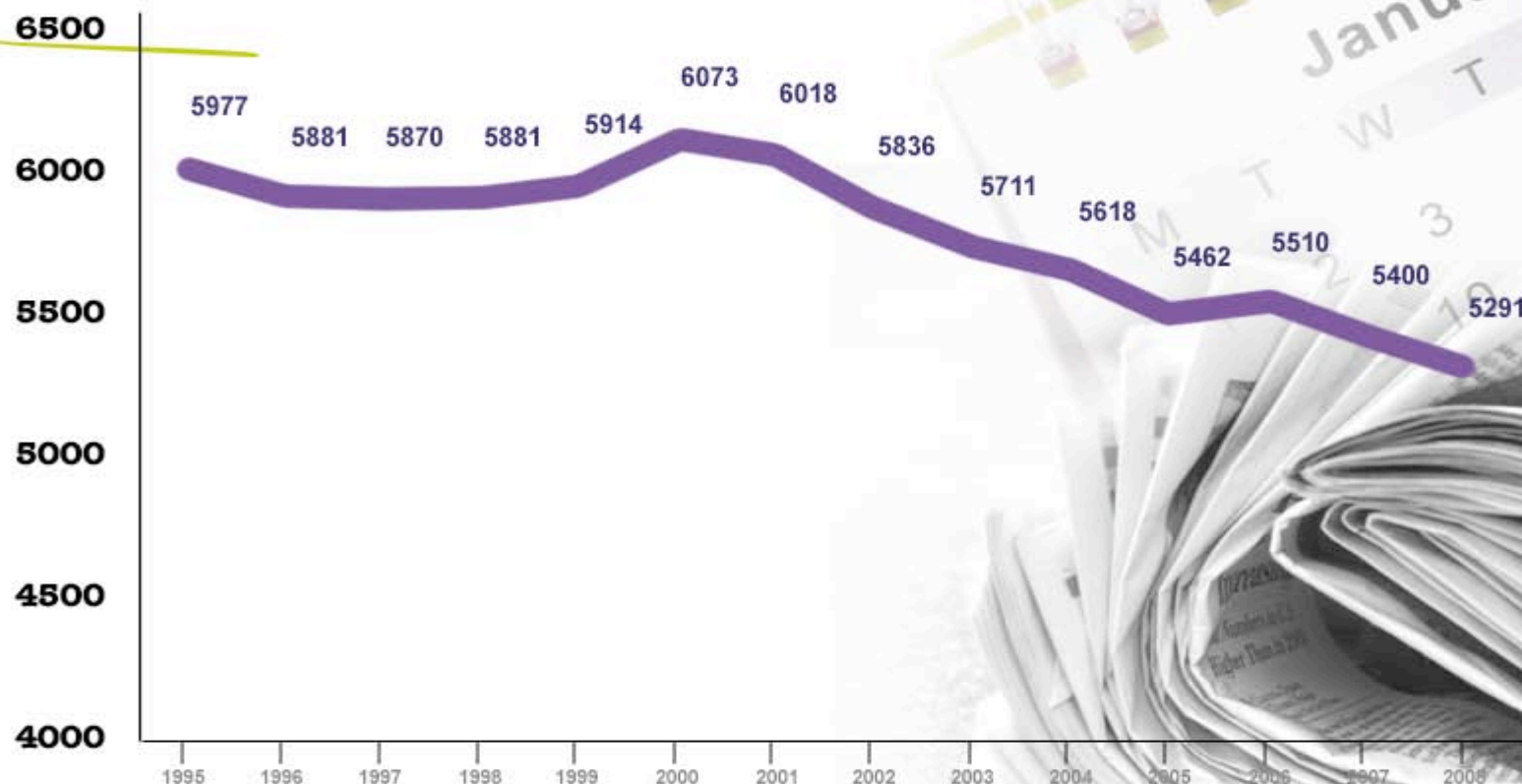
dell'utile netto di alcuni gruppi editoriali quotati 2007-2008



■ 2007 ■ 2008

Quotidiani

vendite medie giornaliere 1995-2008 (000)



■ 2007

■ 2008

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) Elaborazione Fieg su dati e previsioni forniti da imprese associate

2) Al lordo di proventi/oneri finanziari

3) Dopo imposte e tasse

Fonte: elaborazione Fieg su dati e previsioni forniti da imprese associate

Imprese editrici di quotidiani

utili e perdite 2005-2008

Perdite				Utili		
ANNI	N.IMPRESE	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)

Fonte: elaborazione Fieg su dati e previsioni forniti da imprese associate

Ricavi da prodotti collaterali dei quotidiani

incidenza sui ricavi editoriali

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

(* stima)



Fonte: elaborazione Fieg su dati forniti da 44 quotidiani

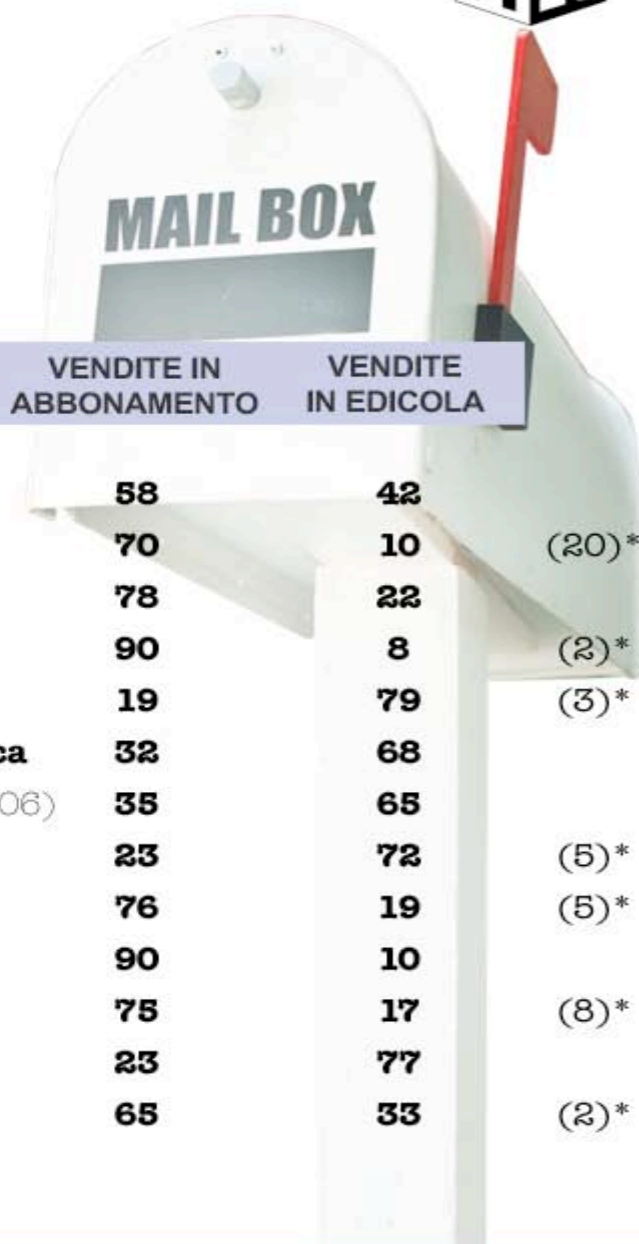
Quotidiani

% 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

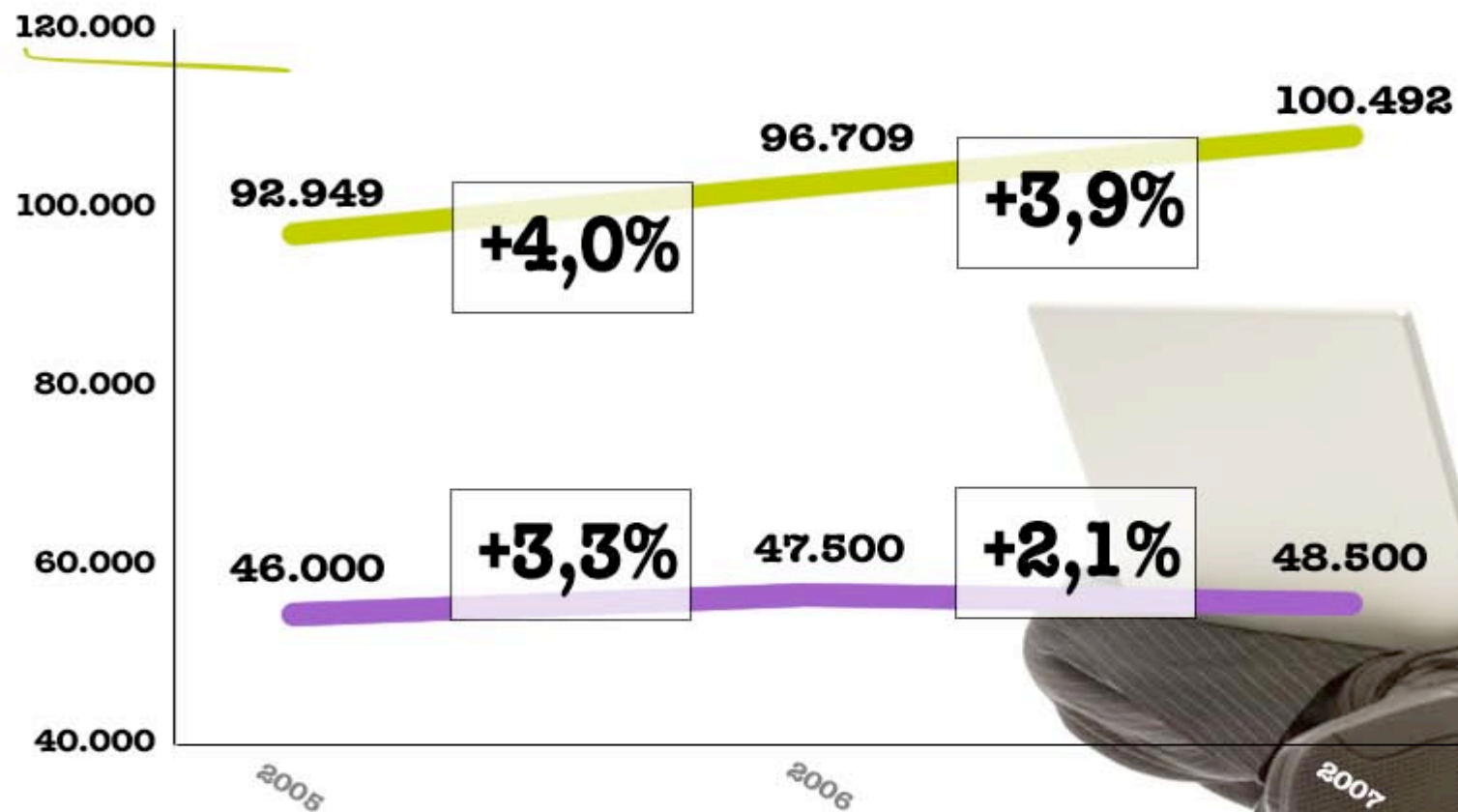
PAESI	VENDITE IN ABBONAMENTO	VENDITE IN EDICOLA
Lettonia	58	42
Lussemburgo	70	10 (20)*
Norvegia	78	22
Olanda	90	8 (2)*
Polonia	19	79 (3)*
Repubblica Ceca	32	68
Slovacchia (2006)	35	65
Spagna	23	72 (5)*
Svezia	76	19 (5)*
Svizzera	90	10
Stati Uniti	75	17 (8)*
Turchia	23	77
Ungheria	65	33 (2)*

(*) altro



Quotidiani

costo lavoro per addetto 2005-2007



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

■ costo medio per addetto Mediobanca(**) ■ costo medio per addetto quotidiani(*)

Periodici

evoluzione dei ricavi editoriali 2005-2008

	A		B		C			
	Pubblicità (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)

Fonte: elaborazione Fieg su dati
Osservatorio FCP-FIEG e Tradelab

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)

14400
14200
14000
13800
13600
13400
13200
13000

2007

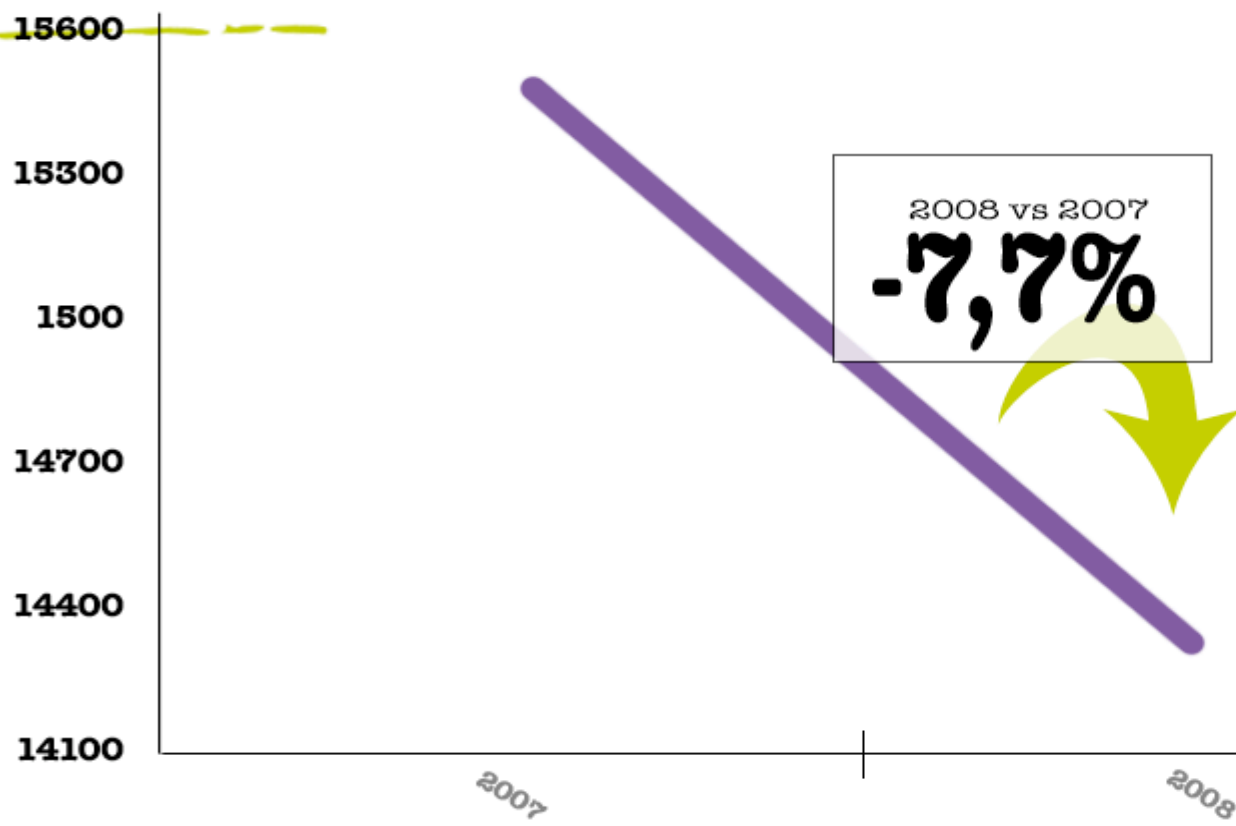
2008

2008 vs 2007
-5,8%



Fonte: elaborazione su dati ADS. Medie mobili 12 mesi: novembre 2006 - ottobre 2007; novembre 2007 - ottobre 2008. Campione omogeneo di 63 testate settimanali

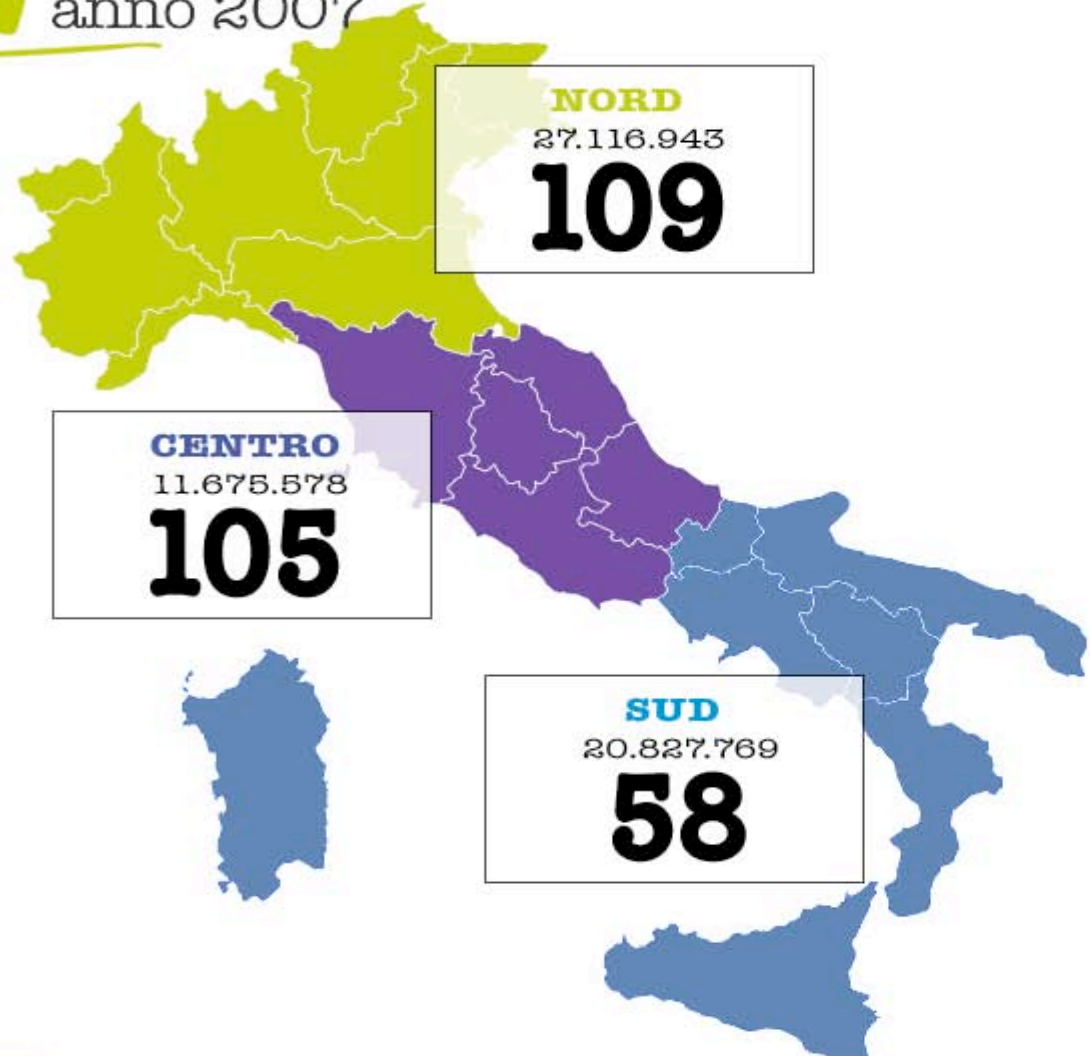
Diffusione dei mensili 2007-2008 (000)



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



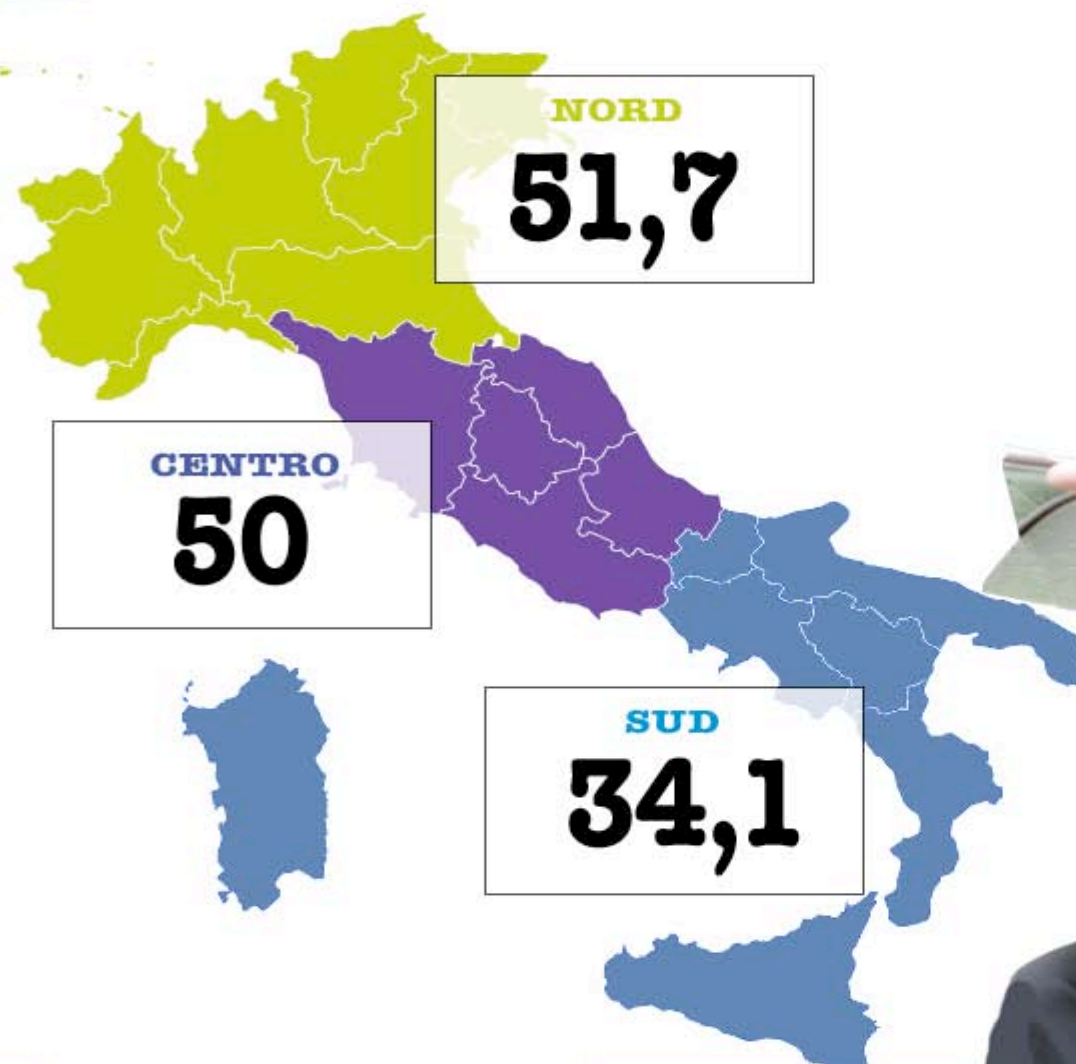
ABITANTI 59.619.943

COPIE 5.399.837

COPIE PER ABITANTE 91

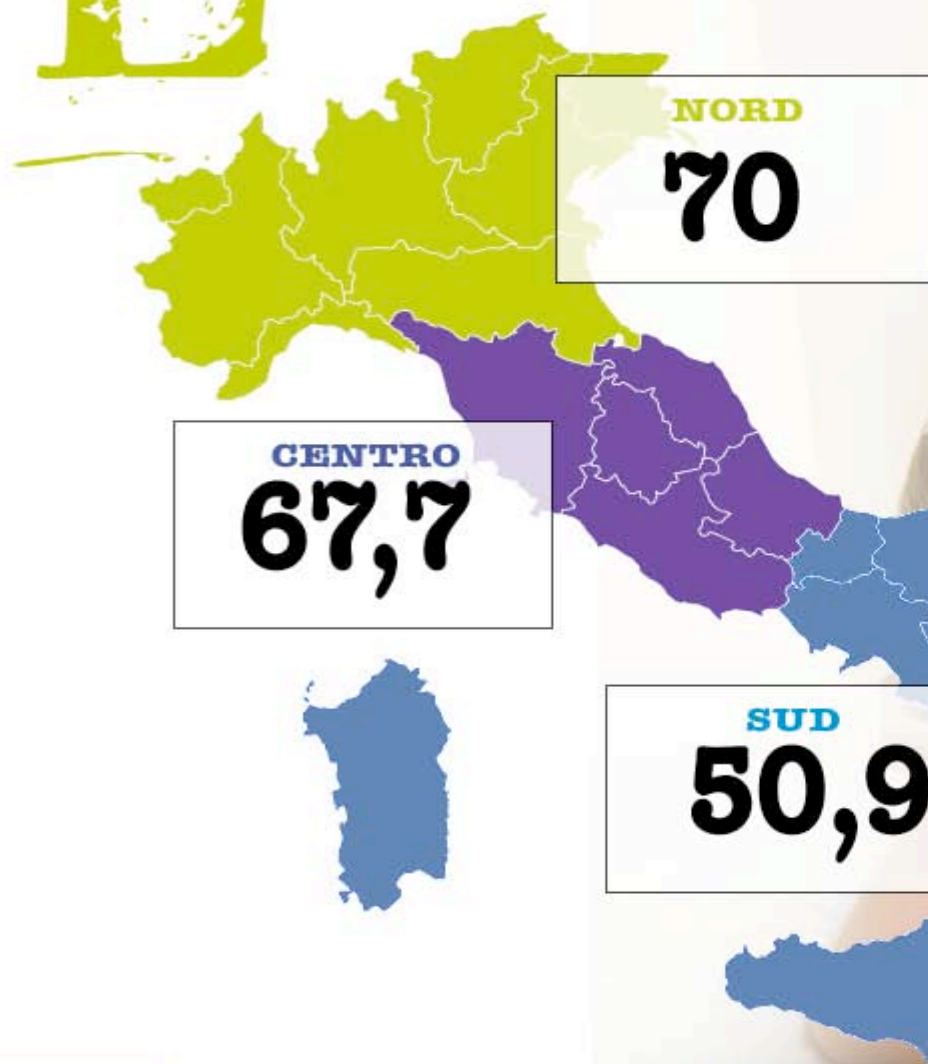
Lettori di Quotidiani

per aree geografiche anno 2008



Lettori dei Periodici

per aree geografiche anno 2008



Fonte: elaborazione su dati Audipress

Lettura dei Quotidiani

Evoluzione 2001 - 2008



■ ANDAMENTO (%) PENETRAZIONE

Lettura dei Settimanali

Evoluzione 2005 - 2008



■ ANDAMENTO (%) PENETRAZIONE

Lettura dei Mensili

Evoluzione 2005 - 2008



■ ANDAMENTO (%) PENETRAZIONE

Quote di mercato pubblicitario

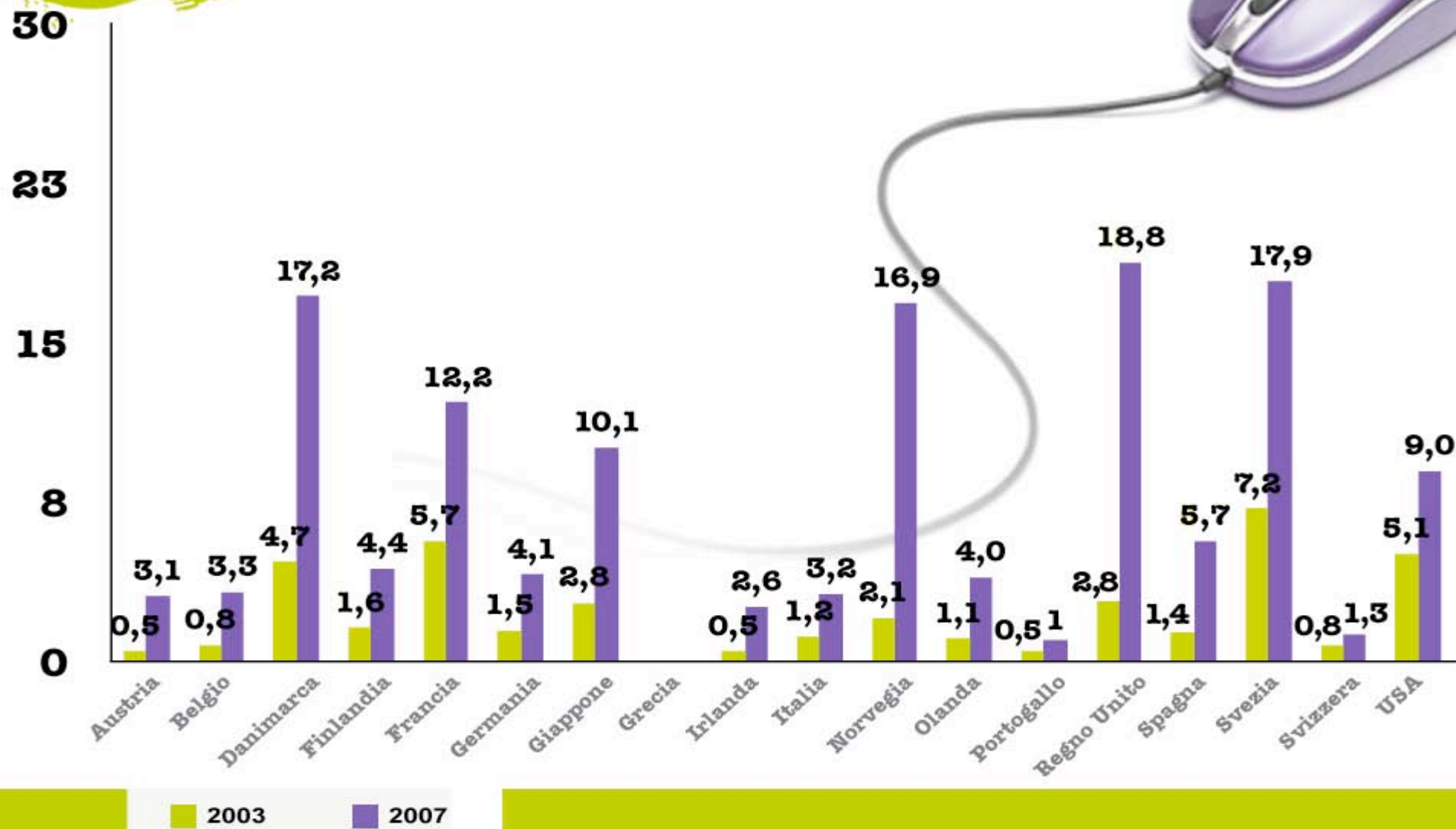
per **MEZZI** confronto **INTERNAZIONALE** 2003-2007

	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)

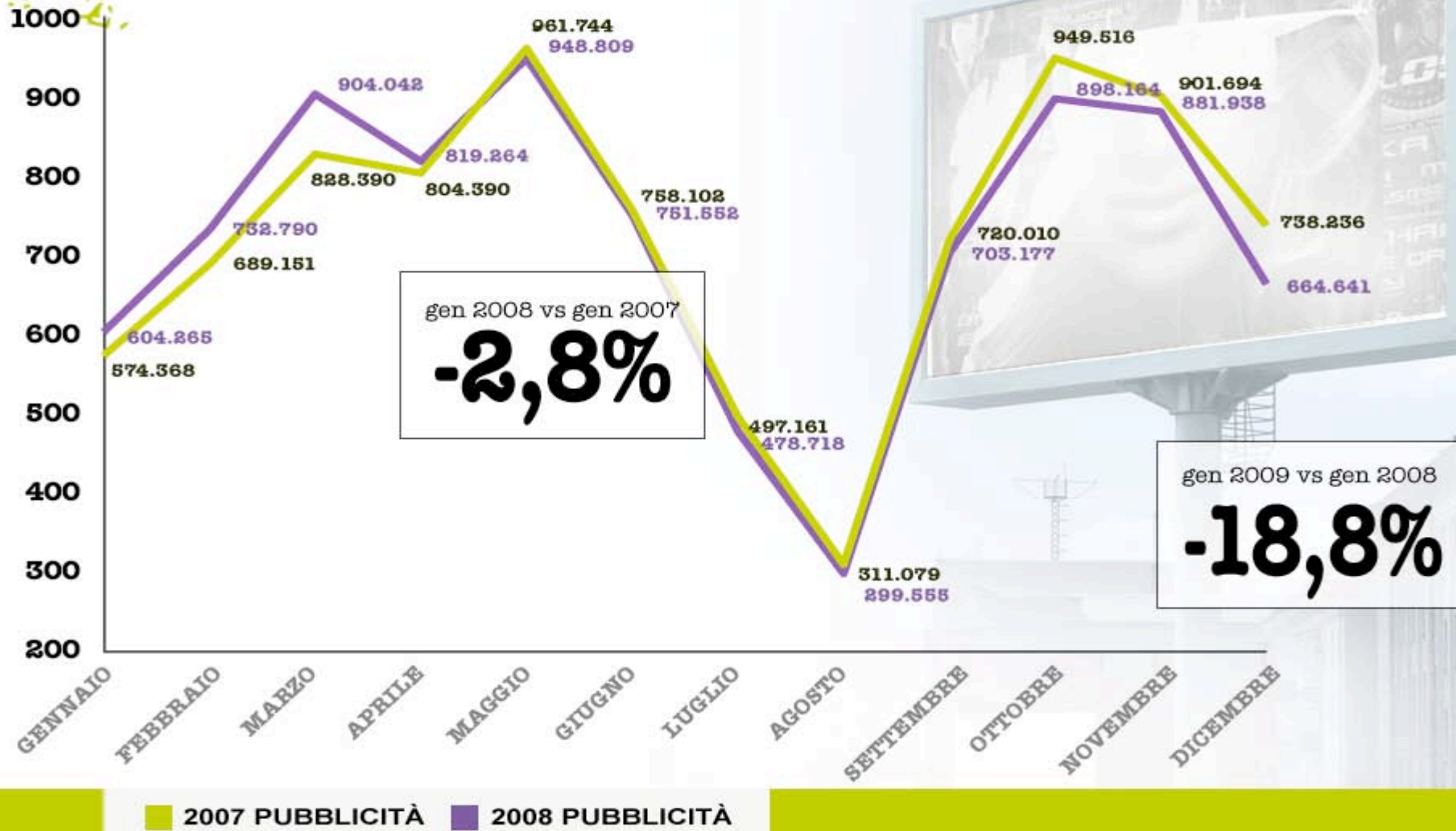


Mercato pubblicitario nel complesso

Evoluzione mensile del mercato **PUBBLICITARIO**

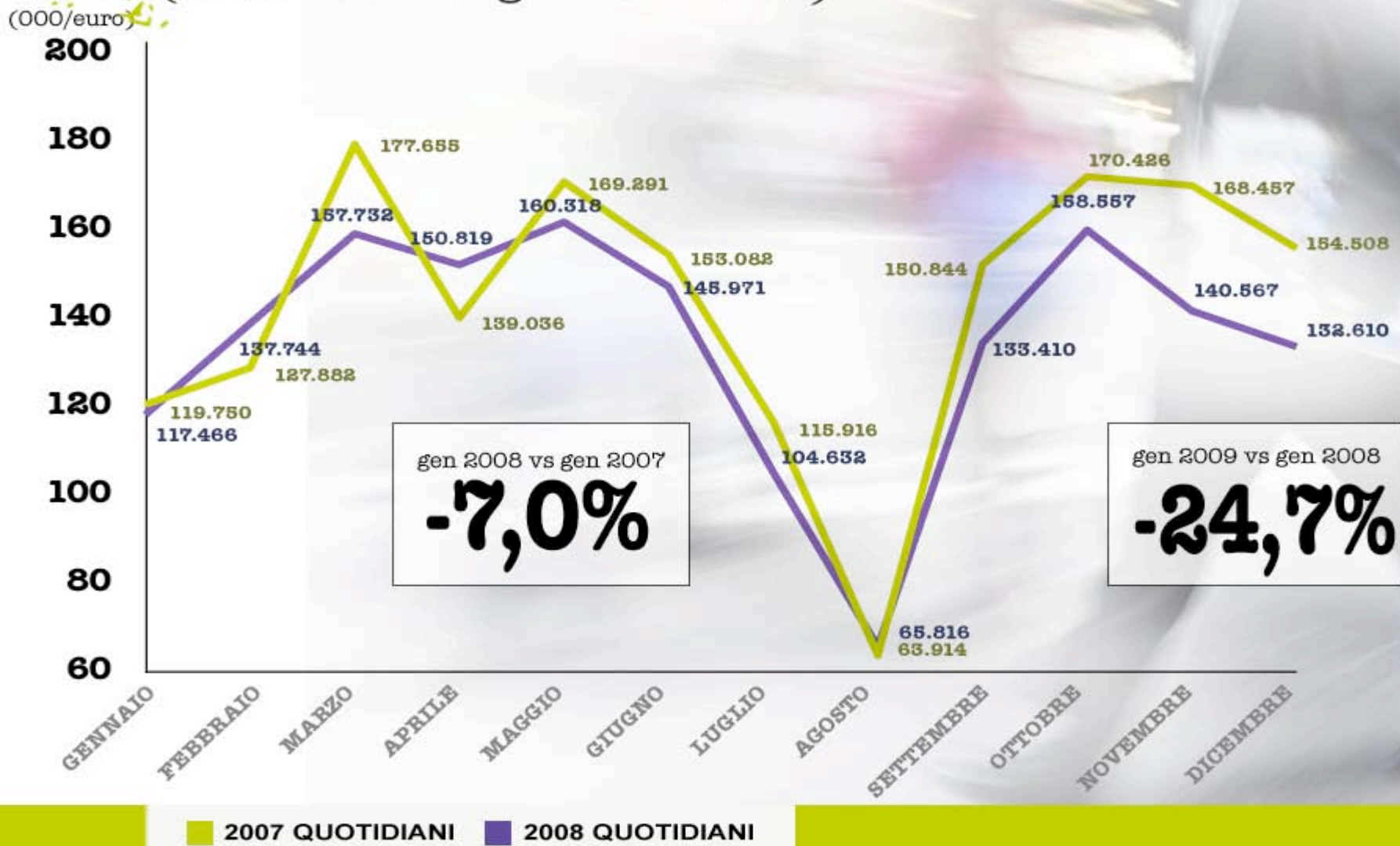
(2007 - 2008 - gennaio 2009)

(000/euro)



Mercato pubblicitario

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



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%

2007 PERIODICI

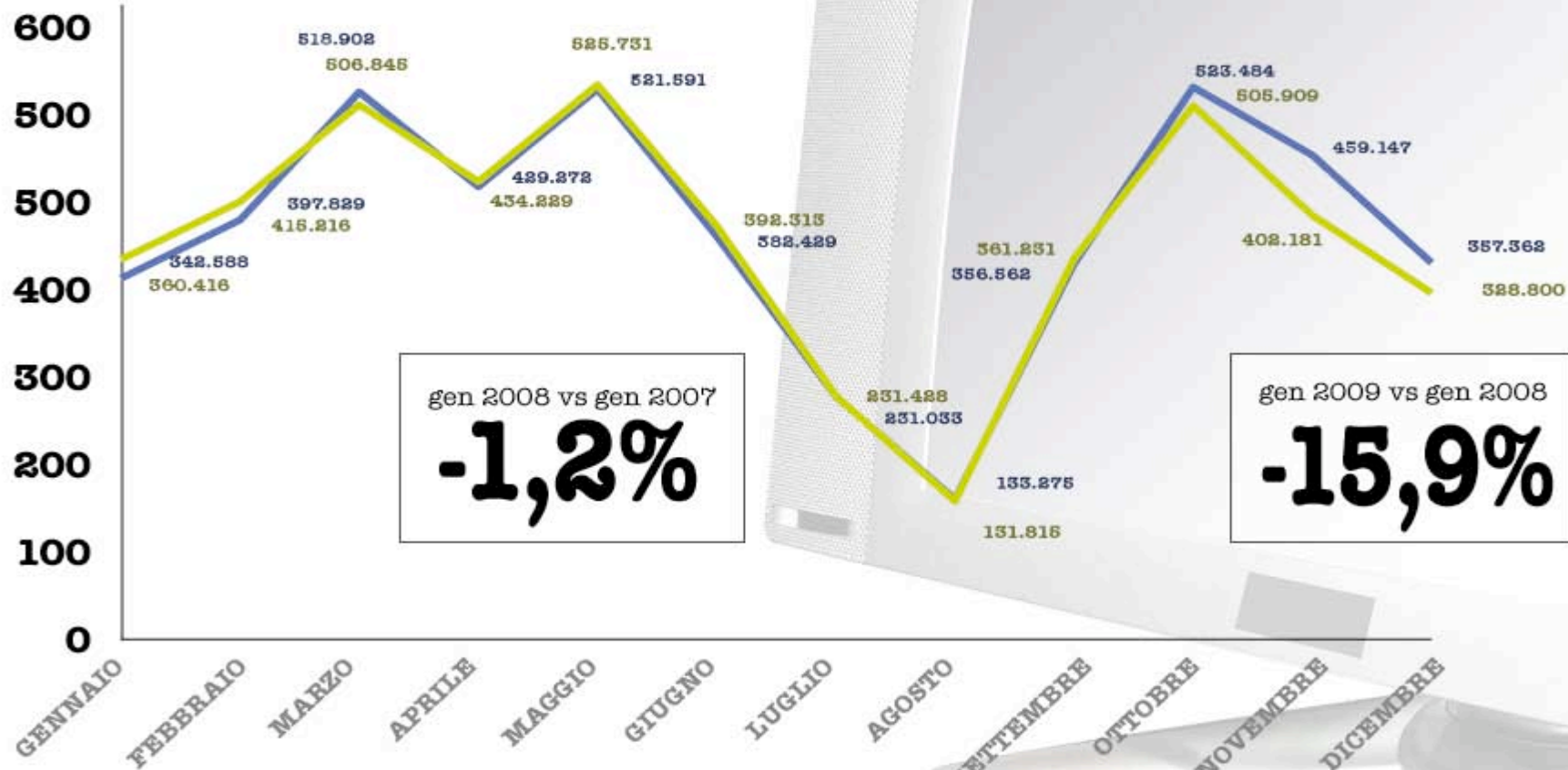
2008 PERIODICI

Mercato pubblicitario

Evoluzione mensile del mercato in **TV**

(2007 - 2008 - gennaio 2009)

(000/euro)



gen 2008 vs gen 2007
-1,2%

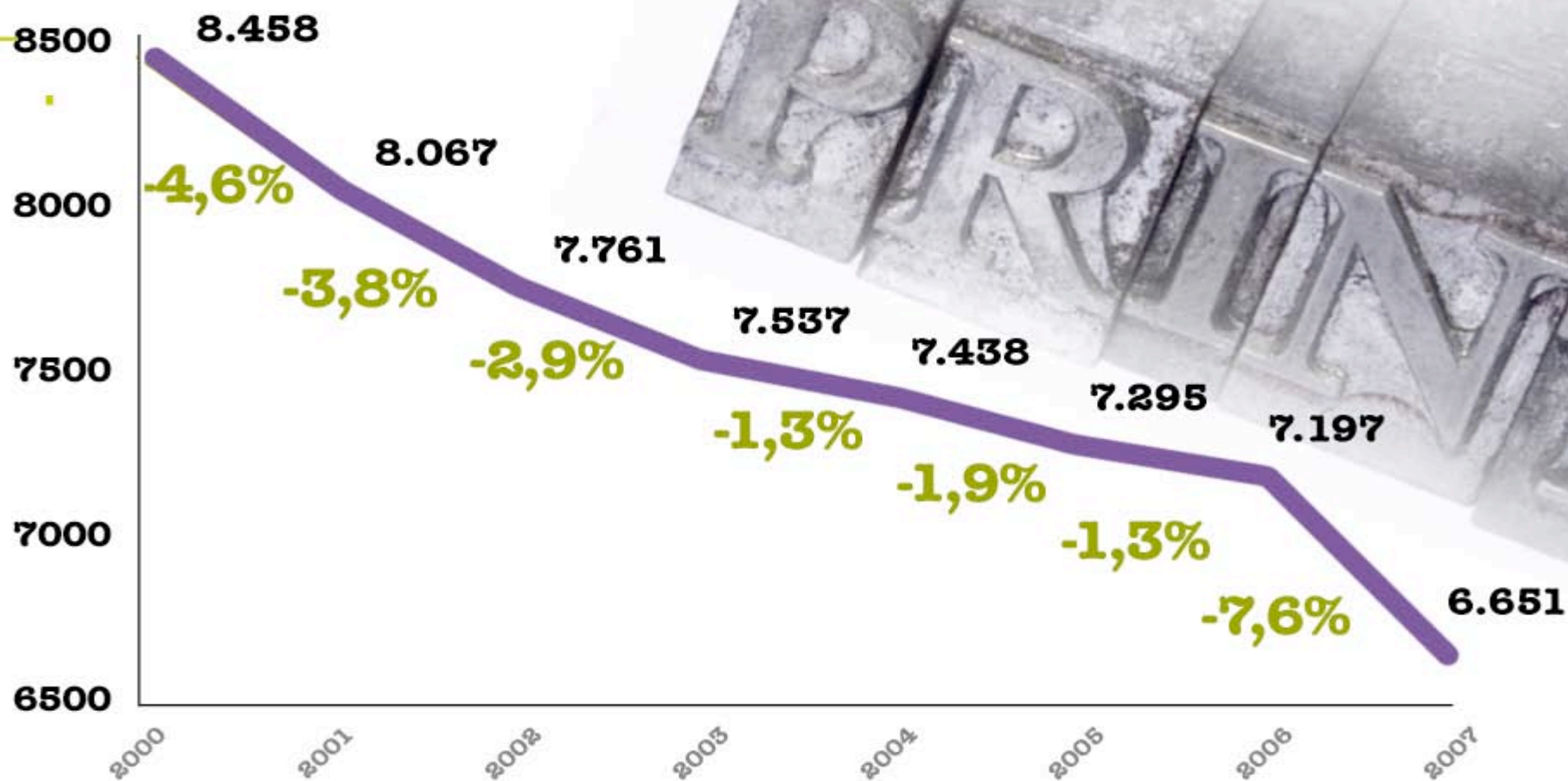
gen 2009 vs gen 2008
-15,9%

2007 TV 2008 TV

P

Popolazione Poligrafica

2007 - 2008

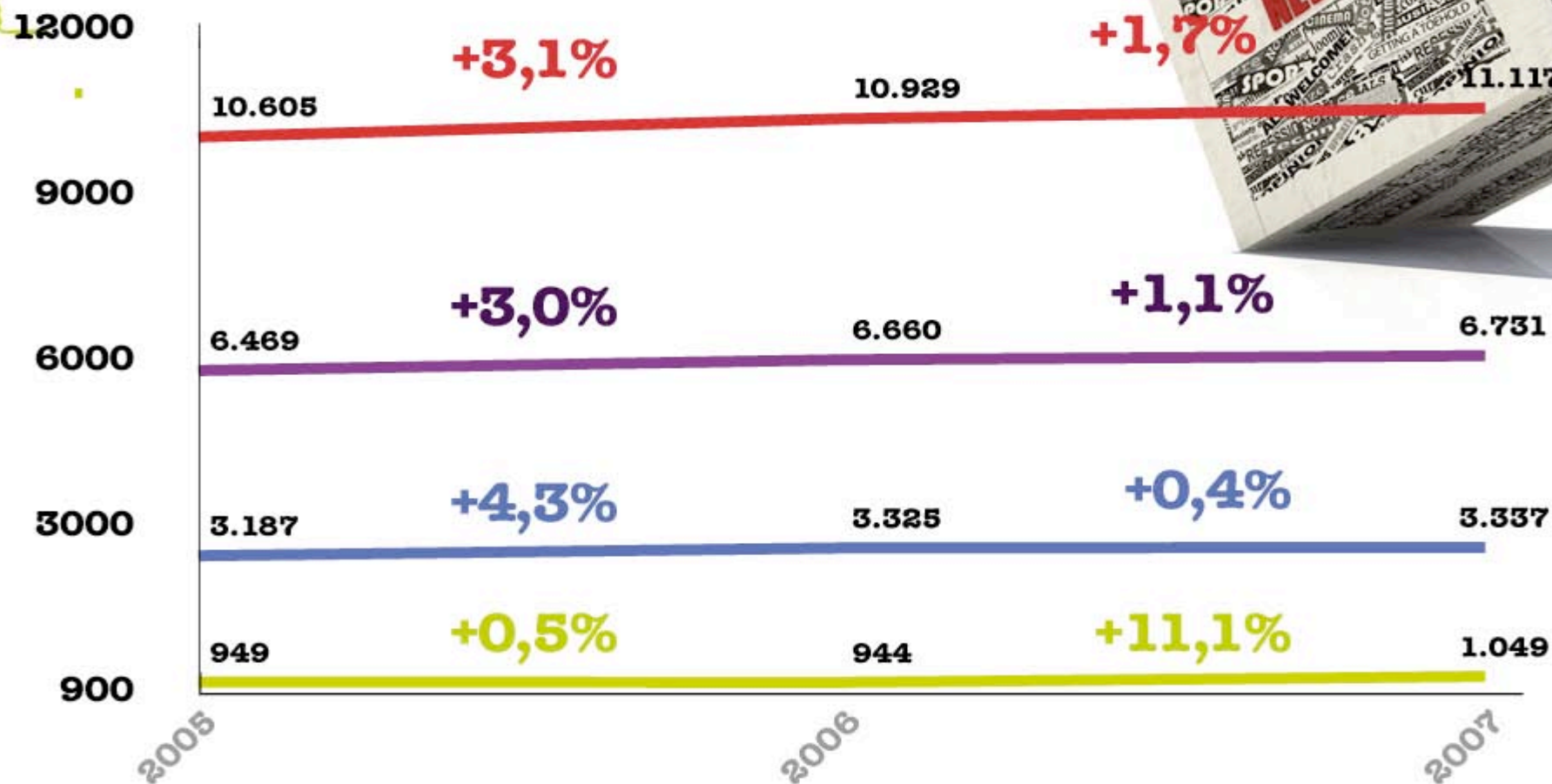
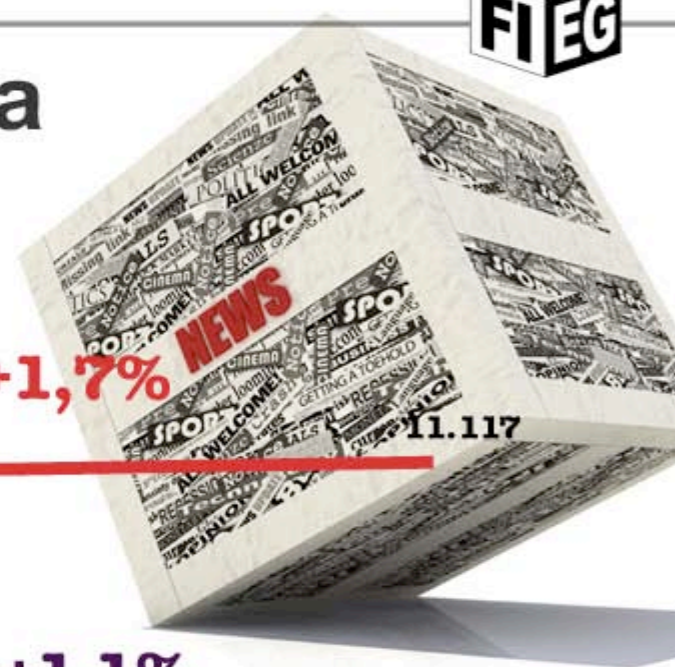


■ ANDAMENTO POPOLAZIONE

Dati: Fondo Casella.

Popolazione Giornalistica


2005 - 2007



■ AGENZIE DI STAMPA ■ PERIODICI ■ QUOTIDIANI ■ TOTALE



LA STAMPA IN ITALIA 2007-2008

A stack of folded newspapers is shown at the bottom of the page. The papers are neatly folded and stacked on top of each other, with some pages visible at the edges. The stack is positioned on the right side of the page, partially overlapping the date box.

Roma, 16 aprile 2009

presentazione realizzata da



www.medialab.net