

Il gruppo vuole contenere i costi. A settembre round di trattative per un nuovo stato di crisi

Condé Nast alla svolta nei conti

Offerti incentivi all'esodo pari a 24 mesi di stipendio

DI MARCO A. CAPISANI

Il 2015 dev'essere l'anno della svolta per Condé Nast Italia. Svolta soprattutto nei conti e, in particolare modo, nel contenimento delle spese e del costo del lavoro per mettere in sicurezza l'azienda negli anni a venire. A questo obiettivo punta il gruppo editoriale che pubblica tra gli altri *Vanity Fair*, *Vogue*, *Glamour*, *Wired* e *Gq* e che è già in stato di crisi avendo aperto un regime biennale di solidarietà. Ma con i due anni in scadenza a fine agosto, Condé Nast Italia si prepara a rinnovare lo stato di crisi e dalla quarantina di esuberanti indicati finora si potrebbe passare a quota 70, come anticipato da *ItaliaOggi* del 17/12/2014. Le trattative con i lavoratori partiranno a settembre, ma per promuovere le uscite è stata aperta adesso una finestra che rimarrà valida fino a fine maggio e offre 24 mesi di retribuzione netta. Nella precedente finestra d'incentivi all'esodo le mensilità sul

tavolo erano 36.

A preoccupare i dirigenti guidati dal presidente e amministratore delegato **Giampaolo Grandi** sono tre fattori: l'andamento del mercato pubblicitario (da cui dipende l'85% del fatturato complessivo dell'editrice), quello delle vendite e il costo del personale. Se però le prime due voci accomunano il destino di Condé Nast Italia a quello di altri gruppi dell'editoria tricolore, invece per la dirigenza di piazza Castello a Milano si può intervenire sul costo del personale che, dal 2008 al 2014, è rimasto sostanzialmente invariato ma ha aumentato la sua incidenza sul fatturato dal 23% al 35%, secondo quanto risulta a *ItaliaOggi*. Nel 2014, l'organico complessivo era composto da 501 dipendenti, compresa la forza di vendita commerciale. Di contro, sempre dal 2008 al 2014, il fatturato è sceso del 32%, lasciando sul terreno 70 milioni di euro. Trend al ribasso anche per gli utili



che sono diminuiti dell'86%, rinunciando a 24,5 milioni di euro.

Già agli inizi degli anni 90, peraltro, Condé Nast Italia aveva fronteggiato un momento critico, poi superato anche

col supporto del giuslavorista **Pietro Ichino**. A fine 2014, intanto, la società aveva comunicato la previsione di un fatturato stabile intorno ai 150 milioni di euro e di un utile in miglioramento. Risultati raggiunti grazie alle attività digitali che sono cresciute in media del 18% e hanno iniziato a contribuire allo sviluppo del conto economico, secondo quanto dichiarato dallo stesso management aziendale. E senza dimenticare che proprio il contenimento dei costi ha fatto migliorare i risultati a livello di margine operativo, che

Condé Nast Italia calcola prima delle royalty da corrispondere alla casa madre Usa e prima del contributo all'headquarter londinese. Il dato è passato dai 10 milioni del 2013 ai 13 milioni alla fine di quest'anno mentre dovrebbe attestarsi sui 17 milioni a chiusura del 2015. Numeri che, tradotti, corrispondono a un ebitda di 5,8 mln circa nel 2013, di circa 8

mln per quest'anno e intorno ai 12 mln alla fine del 2015. Comunque, Condé Nast Italia ha assicurato negli ultimi sei anni 130 milioni di dividendi alla casa madre americana, come successo anche lo scorso settembre con un versamento di 7 milioni di euro.

La società di piazza Castello non è l'unica editrice tricolore in sofferenza di questi tempi e non lo è nemmeno all'interno dello stesso network internazionale che dipende dalla casa madre americana. Problemi di ristrutturazione sono stati affrontati anche da Condé Nast in Russia piuttosto che in Spagna, senza dimenticare gli stessi Stati Uniti. E sempre negli Usa anche altre testate cercano di arginare la crisi economica ed editoriale diminuendo, per esempio, il numero delle uscite come ha fatto il magazine *The New Yorker* o come il quotidiano *The Times-Picayune* di New Orleans (ex premio Pulitzer) che ora va in edicola solo tre giorni alla settimana.