

Le strategie italiane dell'editore di Vanity Fair. Nel 2015 fatturato digitale su del 35%

Manovre d'autunno in Condé Nast

Allo studio 20 uscite tra i giornalisti e 40 tra gli amministrativi

DI MARCO A. CAPISANI

Condé Nast Italia si prepara per le grandi manovre d'autunno: si prevedono una ventina di uscite tra i giornalisti e un'altra quarantina tra i dipendenti con altre funzioni, trasversalmente dagli amministrativi a chi si occupa degli abbonamenti, per esempio. In parallelo la casa editrice di piazza Castello a Milano, secondo quanto risulta a *ItaliaOggi*, vuole chiudere l'anno in corso con un fatturato dal digitale in crescita del 35%. Spingendo quindi su quel business che già l'anno scorso era aumentato del 20% circa, toccando quota 15 milioni di euro, e che aveva permesso di mantenere stabili i ricavi complessivi intorno ai 150 milioni di euro. L'attenzione sul digitale non è quindi nuo-

va per il gruppo guidato dal presidente e amministratore delegato **Giampaolo Grandi** ma anzi una conferma al centro anche del nuovo piano triennale con le principali direttrici su cui scommettere per il futuro della società.

Sia le previsioni di uscite (che però Condé Nast Italia non conferma) sia quelle su come incrementare il fatturato arrivano dopo che l'editore tricolore tra gli altri di

Vanity Fair, *Glamour*, *Vogue*, *Gq*, *Ad* e *Wired* ha aperto una finestra (valida fino alla fine dello scorso agosto) per incentivare le uscite dei suoi dipendenti.

Hanno concordato così con l'azienda la buonuscita in una ventina. Soprattutto da testate come *Wired* e *Ad* tra le altre, mentre la prossima tranche è attesa in partenza da *Vanity Fair*. Adesso l'occasione per parlare di tutti gli obiettivi in cantiere è l'arrivo a Milano per

le sfilate di moda di **Jonathan Newhouse**, membro dell'omonima famiglia che controlla il gruppo Condé Nast e soprattutto presidente e chief executive di Condé Nast International da cui dipende la società italiana.

Il focus sul digitale è comunque condiviso dal nuovo ceo in pectore **Bob Sauerberg** che solo dall'anno

prossimo assumerà operativamente la carica, andando a sostituire **Charles Townsend** alla guida della casa madre americana. Un cambio ai vertici che viene

riassunto dagli esperti del mercato con la creazione di una Condé Nast 3.0. A differenza della versione 2.0 che ha segnato il passaggio al digitale, ora si tratta di far fruttare maggiormente il digitale.

Un problema che coinvolge, in Italia come all'estero, quasi tutte le principali editrici.

Lo stesso Sauerberg ha dichiarato al *Wall Street Journal* che quest'anno Condé Nast supererà il miliardo di dollari di fatturato (oltre 876 milioni di euro), anche se in calo rispetto allo scorso anno.

Già in precedenza i ricavi erano calati. Di conseguenza, quindi, il digitale non è riuscito finora a controbilanciare la diminuzione del fatturato tradizionale.

© Riproduzione riservata



Giampaolo Grandi



Jonathan Newhouse

10
ONLINE

Altri articoli sul sito www.italiaoggi.it/condenast