

I dati Ads su diffusione e vendite a marzo: Il «Corriere della Sera» primo con 405.703, terza «Repubblica» con 338.431 mila copie

Il sistema Sole a quota 419mila copie

Il nostro quotidiano conferma la leadership digitale (213.530) e primato nelle copie singole 2.0 (65.822), è secondo carta-web

di **Andrea Biondi**

Per i quotidiani italiani il mese di marzo non sarà da ricordare. Anzi. La rilevazione mensile Ads consegna agli atti un mese in cui il totale delle diffusioni - comprensivo delle copie cartacee e di quelle digitali, prese a loro volta a esame da Ads a partire dal dato relativo a gennaio 2013 - è sceso sotto i 4 milioni di media al giorno (abbonamenti compresi). Rispetto al mese precedente il calo è stato dell'1,7 per cento. Peggiora la situazione prendendo a esame la variazione rispetto a marzo del 2014. Allora le copie diffuse giornalmente erano in media 4,26 milioni. E quindi la flessione in un anno è stata del 6,6 per cento.

Numero per nulla buone che fanno il paio con una pubblicità che ancora continua a calare. E non si tratta di un decremento che avviene in un vuoto pneumatico, ma a seguito di un trend al ribasso a causa del quale fra 2012 e fine 2014 è stato bruciato il

CONFRONTO ANNUALE

Nell'ultimo anno con le certificazioni Ads presentano un saldo positivo «Avvenire» (+3,8%), «Il Sole» (+8,1) e «Quotidiano di Sicilia» (+0,2)

40% di raccolta scesa da 1,12 miliardi di euro a 810 milioni, secondo i dati Nielsen. Gli ultimi dati di fonte Fcp (le concessionarie di pubblicità) relativi al trimestre gennaio-marzo segnalano infatti una flessione su base annua del 7%, con raccolta scesa da 178,2 a 165,7 milioni di euro.

È in questo piano inclinato che si inserisce tutto il dibattito innescato (non solo in Italia, ma anche nel nostro Paese) da due novità legate al rapporto fra i tanto temuti Over the top e gli editori. Google è partito con «Digital News Initiative» (Dni), un esperimento che ha avuto come «partner fondatori» (sono state definite così) otto realtà editoriali in Europa fra le quali in Italia anche La Stampa, per contribuire all'innovazione del mondo dell'informazione. L'iniziativa ha subito fatto proseliti fra altri editori ed è stata seguita dalla notizia rilanciata dal Wall Street Journal secondo cui, in estrema sintesi, Facebook starebbe preparando un nuovo servizio - «Instant Articles» - a valle del quale gli editori potrebbero godere interamente degli introiti pubblicitari legati agli articoli scaricati e letti tramite il social network.

Insomma, la situazione è quantomai

fluida in questo momento con vicende di casa nostra (leggi l'Unità che da agosto manca dalle edicole) che spiegano plasticamente le difficoltà del comparto. Il quale, quanto all'andamento delle diffusioni, ha risentito di un assestamento a marzo. All'interno dei primi dieci quotidiani italiani infatti, a parte Avvenire (in crescita del 2,7%) sono risultati tutti in calo in un range compreso fra il -0,2% del Corriere della Sera; -0,7% di Qn La Nazione; -1,3% di Qn Il Resto del Carlino; -1,4% di La Stampa e Il Sole 24 Ore; -2,2% del Messaggero; -2,6% della Gazzetta dello Sport; fino al -4,6% del Corriere dello Sport.

Facendo un computo totale, solo 13 su 60 sono stati i quotidiani con una diffusione mensile in crescita. Facendo invece un confronto annuale, i quotidiani con diffusione in crescita fra un anno e l'altro risultano solo tre su 60: Avvenire (+3,8%), Il Sole 24 Ore (+8,1%) e Quotidiano di Sicilia (+0,2%).

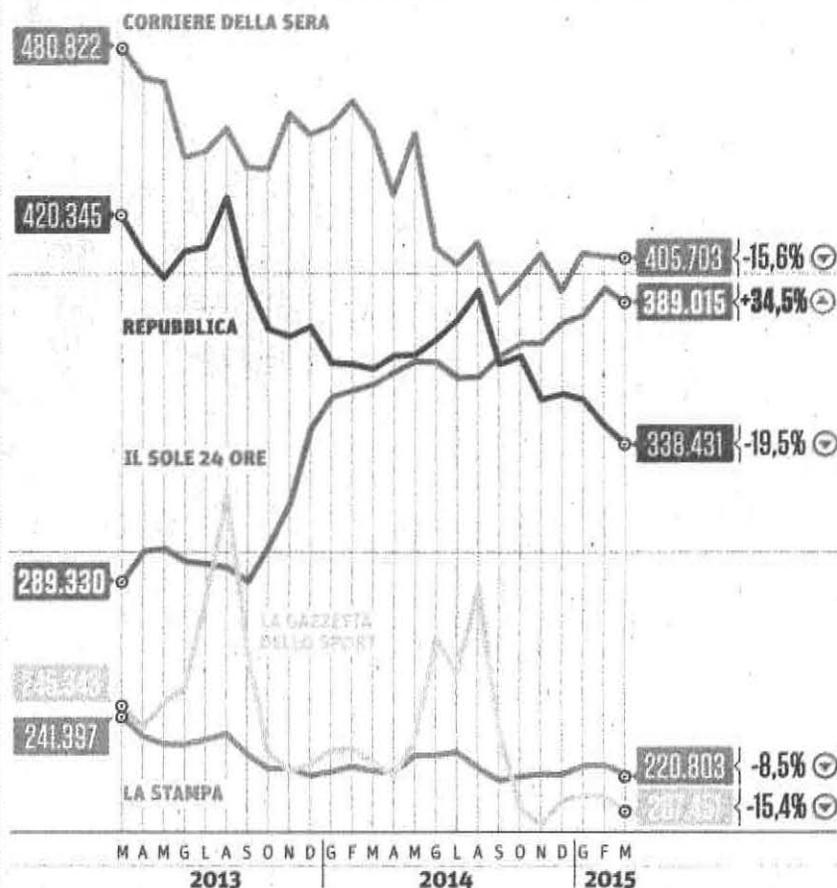
In valore assoluto, il podio dei tre principali quotidiani italiani resta immutato, con il Corriere della Sera in testa (405.703 copie di media), Il Sole 24 Ore al secondo posto per il settimo mese consecutivo (389.015) e al terzo posto la Repubblica (338.431). Il quotidiano del Gruppo 24 Ore - che unendo alle copie certificate da Ads i 30 mila abbonamenti vantati nelle sue versioni web e mobile da ilsole24ore.com arriva a un «monte prodotto» di 419 mila copie di media al giorno - conferma a ogni modo il primato sia sul fronte delle copie digitali totali, sia sulle copie digitali «singole» (quelle vendute a singoli clienti cui poi si aggiungono quelle multiple vendute ai grandi clienti e quelle in abbinata carta-digitale). Nel primo caso le 213.530 copie «2.0» totali sono seguite dalle 86.217 del Corriere della Sera e dalle 63.015 della Repubblica. Occorre poi scendere per arrivare al quarto posto, con le 32.220 copie de La Stampa. Sulle copie digitali singole le 65.822 copie che conferiscono il primato al Sole 24 Ore sono invece seguite dalle 60.401 di la Repubblica e dalle 53.787 del Corriere della Sera.

Rcs, Gruppo 24 Ore e Gruppo L'Espresso sono stati dunque gli editori che più hanno spinto sulla novità di mercato legata alle copie digitali, anche se il trend alla fine risulta di segno differente. Per Il Sole 24 Ore le 389.015 copie complessive (carta più digitale) sono il 34,5% in più di quelle di marzo 2013 e l'8,1% in più di quelle di marzo 2014. Per il Corriere della Sera la variazione è stata del -15,6% sui due anni e del -10,1% sull'anno e per la Repubblica del -19,5% rispetto a marzo 2013 e del -7,4% rispetto a marzo 2014.

Le vendite di marzo

IL CONFRONTO

L'andamento della diffusione complessiva di copie e abbonamenti cartacei più digitali dall'inizio della nuova rilevazione a marzo 2015. In valore assoluto e variazione %



LA TOP TEN DEI QUOTIDIANI

Numero di copie sui diversi canali di vendita

	Totale diffusione cartacea + digitale	Vendita copie digitali (a)	Vendita copie digitali multiple (b)	Vendite abbinate copie digitali (c)	Totale vendita digitale (a+b+c)	Abbonamenti pagati sito e mobile	Totale con abbonamenti sito non rilevati Ads
Corriere della Sera	405.703	53.787	7.481	24.949	86.217	-	-
Il Sole 24 Ore	389.015	65.822	103.207	44.501	213.530	30.000	419.015
La Repubblica	338.431	60.401	2.614	0	63.015	-	-
La Stampa	220.803	7.849	1.763	22.608	32.220	-	-
La Gazzetta dello sport	207.451	12.028	363	1.479	13.870	-	-
Il Messaggero	131.677	5.326	1.388	83	6.797	-	-
Avvenire	122.532	352	23	6.824	7.199	-	-
Qn - Il Resto del Carlino	122.231	3.362	407	0	3.769	-	-
Il Corriere dello sport	96.833	1.500	114	0	1.614	-	-
Qn La Nazione	96.009	2.073	328	0	2.401	-	-

Fonte: elaborazione del Sole 24 Ore su dati Ads

TOTALE DIFFUSIONE DIGITALE

I dati di marzo 2015



VARIAZIONE DIFFUSIONE DIGITALE

Marzo 2015-marzo 2014. In percentuale

