

Stampa, raccolta a -6,2%

Quotidiani -7,7%, settimanali -5%, mensili -2,4%

DI MARCO LIVI

Torna ad accentuarsi il calo degli investimenti pubblicitari sulla stampa. Secondo l'Osservatorio Stampa Fcp nel primo semestre del 2015 la raccolta pubblicitaria sui mezzi cartacei ha raggiunto i 541,3 milioni di euro, registrando una flessione del 6,2% rispetto allo stesso periodo del 2014 contro il -5% segnato nei primi cinque mesi di quest'anno.

In particolare, da gennaio a giugno 2015 i quotidiani nel loro complesso hanno ottenuto un -7,7% a fatturato (350,9 milioni di euro) e un -1,2% a spazio. Per quanto riguarda le singole tipologie, la commerciale nazionale ha evidenziato un -11,4% a fatturato e un -2,0% a spazio, la commerciale locale un -7,5% a fatturato e un -1,1% a spazio, la di servizio un -0,5% a fatturato e un +7,2% a spazio, la rubricata un -3,8% a fatturato e un -9,1% a spazio.

I periodici hanno segnato una diminuzione del 3,4% a fatturato (pari a circa 190,4 milioni di euro) e del 2,4% a spazio, mentre i settimanali hanno visto una flessione a fatturato (a quota 101,1 milioni di euro) del -5,1% e a spazio del -4,5%. I mensili hanno percentuali negative a fatturato (pari a 80,2 milioni di euro) del 2,4% e a spazio dello 0,4%, le altre periodicità hanno ottenuto invece un +8,9% a fatturato e un +3,8% a spazio.

«Per la stampa quotidiana il primo semestre 2015 si chiude con una flessione del -7,7% a fatturato. Era il -5,7% a maggio. Il calo è accentuato dall'andamento del mese di giugno rispetto allo stesso mese del 2014. L'anno scorso i quotidiani, non solo sportivi, beneficiarono infatti del contributo dei Mondiali di calcio brasiliani, che portarono il mezzo in terreno positivo», ha commentato il presidente di Fcp-Assoquotidiani **Domenico Ioppolo**. «Consideriamo inoltre che il primo semestre 2014 chiuse con una perdita maggiore: -10%. Possiamo parlare di "trend a risalire" della stampa quotidiana? I segnali ci sono tutti e di vario genere. Abbiamo detto del migliore risultato del primo semestre nonostante l'assenza dei Mondiali di calcio, che valgono sicuramente diversi punti percentuali di incremento. Questo a fronte di una situazione di mercato dagli andamenti alterni e di non facile lettura. L'Expo, inoltre, ha con ogni probabilità contribuito a drenare quote di investimenti pubblicitari, confluiti nelle strutture e nel btl».

Così la spesa nei primi sei mesi dell'anno						
QUOTIDIANI	Spazi			Fatturato netto (in migliaia di euro)		
	2014	2015	Diff. %	2014	2015	Diff. %
Commerciale nazionale	39.666	38.885	-2,0%	166.272	147.325	-11,4%
Di servizio	9.288	9.953	7,2%	65.039	64.742	-0,5%
Rubricata	7.673	6.977	-9,1%	34.180	32.882	-3,8%
Commerciale locale	151.794	150.099	-1,1%	114.528	105.976	-7,5%
Totale	208.421	205.914	-1,2%	380.019	350.925	-7,7%
PERIODICI	Spazi			Fatturato netto (in migliaia di euro)		
	2014	2015	Diff. %	2014	2015	Diff. %
Settimanali:						
Tabellare	25.645	24.482	-4,5%	99.881	93.213	-6,7%
Speciale	N/A	N/A	N/A	6.709	7.891	17,6%
Totale Settimanali	25.645	24.482	-4,5%	106.590	101.104	-5,1%
Mensili:						
Tabellare	17.299	17.235	-0,4%	72.647	71.271	-1,9%
Speciale	N/A	N/A	N/A	9.626	8.990	-6,6%
Totale Mensili	17.299	17.235	-0,4%	82.273	80.261	-2,4%
Altre periodicità:						
Tabellare	3.001	3.115	3,8%	7.896	8.429	6,8%
Speciale	N/A	N/A	N/A	421	625	48,2%
Totale Altre periodicità	3.001	3.115	3,8%	8.317	9.054	8,9%
Periodici:						
Tabellare	45.945	44.832	-2,4%	180.424	172.913	-4,2%
Speciale	N/A	N/A	N/A	16.756	17.506	4,5%
Totale Periodici	45.945	44.832	-2,4%	197.180	190.419	-3,4%
Fatturato Totale (Quotidiani e Periodici)				577.199	541.344	-6,2%

Fonte: Osservatorio Stampa FCP

Per Ioppolo la vitalità della stampa quotidiana è testimoniata dalle diverse iniziative che stanno caratterizzando questa prima parte dell'anno. «Penso in particolare al convegno organizzato da Fcp-Fieg, «I mezzi di informazione a sostegno della legalità. La stampa a garanzia di trasparenza, legalità, contrasto alla corruzione», che ha visto la partecipazione tra gli altri del presidente del senato **Pietro Grasso** e del presidente dell'Autorità anticorruzione **Raffaele Cantone**. O all'indagine su ruoli, valori e prospettive evolutive della stampa quotidiana e periodica promossa da Fieg-Upa. Iniziative della industry che testimoniano una volta di più l'insostituibile ruolo sia commerciale che sociale dei quotidiani».

Secondo il presidente di Fcp-Assoperiodici, **Marco Cancellieri**, «dopo la diffi-

cile partenza che ha caratterizzato i primi mesi dell'anno, il mercato della periodica chiude il primo semestre con una perdita contenuta (-3,4%) dovuta a un progressivo miglioramento della seconda parte del semestre che ha visto il mercato crescere fino a punte vicine al +2% del mese di maggio. Ancora una volta editori e concessionarie hanno dimostrato grande dinamismo nello sviluppo di progetti speciali ed eventi, tanto che la pubblicità «speciale» cresce di oltre 4 punti percentuali, rispetto allo stesso periodo del 2014. Sempre più, dunque, i clienti stanno investendo nella valorizzazione dei propri prodotti e marchi attraverso soluzioni ad elevatissimo engagement su cui la stampa periodica, grazie alla qualità e l'autorevolezza che la contraddistinguono, può giocare un ruolo di primissimo piano».

Cancellieri ha anche sottolineato come «un altro segnale importante e profondamente significativo è che la stampa periodica, diversamente da quanto sta accadendo su tutti gli altri media, ha contenuto l'andamento negativo dei prezzi che sta fortemente caratterizzando il mercato pubblicitario di questi ultimi anni. A fronte di una perdita a spazi pari al -2,4%, il fatturato tabellare perde solo 2 punti percentuali in più. Per alcune categorie i prezzi sono stabili se non addirittura in crescita, come nel caso dell'automobile (+9,7%) e dei femminili moda (+3,1%). Riguardo ai vari segmenti di cui si compone la stampa periodica si conferma la difficoltà dei settimanali familiari e dei maschili attuali. In crescita, invece, il segmento dei maschili stili di vita ed arredamento sia design che professionale».

—Riproduzione riservata—