

Il 2013 della casa editrice. La pubblicità pesa per il 21% sul fatturato e il calo si sente poco

Universo, l'edicola rende ancora

I ricavi calano a 52,6 mln ma l'utile resta alto: 6,1 mln

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Nel mestiere di editore di settimanali e mensili c'è ormai una chiara divisione: quelli che puntano ancora prevalentemente agli inserzionisti pubblicitari, e quindi perdono soldi. E quelli che invece fanno prodotti che vendono parecchio in edicola, e perciò guadagnano euro.

Gruppi come Mondadori o Rcs hanno un comparto periodici in rosso da alcuni anni, e pure Hearst magazine Italia prevede il pareggio forse nel 2015 o, più realisticamente, nel 2016. Condè Nast è ancora in utile, ma i margini si stanno erodendo in maniera preoccupante: dai 13,7 milioni di utili nel 2011 agli 1,9 mln del 2013, con previsioni poco ottimistiche per il 2014. Nel portafoglio di tutti questi editori abbondano le testate destinate al mondo degli inserzionisti, con un conto economico molto sbilanciato a favore della pubblicità (in Condè Nast, per esempio, nel 2013 il

78% del fatturato è arrivato proprio dalla raccolta pubblicitaria).

Ci sono invece società editrici che hanno nel loro Dna l'edicola: Cairo editore, per esempio, nel giro di una decina d'anni è diventata una corazzata dei settimanali, con un fatturato 2013 di circa 100 mln di euro e un utile di sette.

Ma l'editore che da molto tempo eccelle per marginalità si chiama Universo: utili tra i 6 e i 9 milioni di euro all'anno su fatturati tra i 52 e i 64 milioni, ed entrate da pubblicità che pesano appena per il 21% sul totale fatturato. Certo, anche nel gruppo guidato da **Massimiliano De Feo**, vicepresidente e amministra-



Massimiliano De Feo

tore delegato dalla primavera 2012, ci si è dovuti confrontare con la crisi: passando dai 64,4 milioni di fatturato 2010 del consolidato Casa editrice

Universo (con 9,5 mln di utile) ai 61,4 mln del 2011 (8 di utile), i 56,6 mln del 2012 (8,7 mln di utile) e i 52,6 mln del 2013 (6,1 milioni di utile). Il segreto della redditività anche in tempi di crisi? In sostanza, come detto, le vendite in edicola: sono

rimaste sostanzialmente stabili tra il 2012 e il 2013 (i ricavi da vendite, infatti, sono scesi molto poco, da 42 a 41 mln). Sono invece le inserzioni pubblicitarie a essere calate più sensibilmente, da 13,9 a 11,1 mln, determinando la frenata sugli utili. Che rimangono, comunque, piuttosto alti, se paragonati alle performance degli altri editori di periodici: nel 2013 Condè Nast ha una redditività dell'1,2% (rapporto utili su fatturato), Cai-

ro editore del 7%, Universo dell'11,6% (ed era del 15,3% nel 2012, del 13% nel 2011, del 14,7% nel 2010).

Il 2014 di Casa editrice Universo sarà in linea con l'anno passato, nel quale, come detto, c'è stata una forte contrazione della raccolta pubblicitaria (-20%). I settimanali *Grand Hotel* e *Telesette* sono andati abbastanza bene, così come *Cucinare bene* e *Pronto subito*. In calo, invece *Viversani & belli* e *Silhouette donna*, che portano comunque a casa degli utili. *Pure Cose di casa* è positivo, mentre *Come stai*, con fatturato in crescita, conferma nel 2013 la perdita del 2012. Male anche *Bimbisani & belli*, con perdita significativa e fatturato in arretramento. *In Sella* e *Casa in fiore* restano in terreno positivo e *Partiamo*, invece, ha un risultato negativo. Ma è sempre *Al Volante* il fiore all'occhiello della Casa editrice Universo: pur con fatturato in calo, il mensile di auto continua ad avere margini molto alti.