

FOCUS R&S SULL'EDITORIA (2012-2017)

Liberamente scaricabile da www.mbres.it

Milano, 19 dicembre 2017

The logo consists of the letters 'R' and 'S' in a bold, orange, sans-serif font, with two vertical lines of the same color positioned between them. The logo is centered within a large, stylized architectural archway that frames the left side of the page. The archway is composed of multiple concentric lines, creating a sense of depth and structure. The background of the page is white, with faint horizontal lines suggesting a grid or architectural structure.

MEDIOBANCA

PREMESSA

Caratteristiche del focus

- ◆ Analisi delle dinamiche dei **principali nove Gruppi editoriali italiani** (cui fanno capo i maggiori quotidiani nazionali d'informazione) attraverso i loro conti **nel periodo 2012-2016, inclusi i primi nove mesi 2017**
- ◆ **Peso sull'intero settore editoriale italiano:** nel loro insieme i nove Gruppi considerati rappresentano a fine 2016 quasi il 70% del giro d'affari complessivo del settore editoriale italiano
- ◆ **Confronto** con i maggiori editori di quotidiani in Europa



HIGHLIGHTS

L'industria dei quotidiani nel mondo

- ◆ Il **giro d'affari mondiale** dell'industria dell'informazione continua a diminuire, attestandosi **nel 2016 a 153\$ mld** (-8,4% sul 2012), ma il calo riguarda esclusivamente i ricavi da pubblicità cartacea (-26,9% nel 2012-16), mentre aumentano quelli da diffusione cartacea (+3,4%), da diffusione digitale (+254,4%) e da pubblicità digitale (+32%)
- ◆ Nonostante i tassi di crescita del digitale, nel 2016 il 91,6% del giro d'affari mondiale proviene ancora dalla carta stampata
- ◆ Dal 2014 i ricavi diffusionali sono diventati la fonte principale di ricavi del settore (56% del totale nel 2016), sopravanzando la pubblicità
- ◆ L'incremento della pubblicità digitale è, però, in gran parte appannaggio delle BigWeb companies, più che dell'industria editoriale: Google, con €75 mld nel 2016, si accaparra la maggiore quota, seguita da Facebook, con €26 mld

Principali nove Gruppi editoriali italiani

- ◆ I ricavi aggregati dei **nove principali Gruppi editoriali italiani** continuano a diminuire, attestandosi **nel 2016 a 3,7€ mld** (-25,7% sul 2012)
- ◆ L'occupazione si riduce di 3.422 unità nel 2012-16, scendendo a **13.038 dipendenti a fine 2016** (-20,8% rispetto al 2012); nel 2012-2016 solo Cairo Editore ha aumentato gli organici (+6,4%)
- ◆ Nel 2012-16 sono state **cumulate perdite nette per 2 mld**; solo Cairo Editore e L'Espresso hanno sempre chiuso in utile nel 2012-16
- ◆ Sempre negativa nel 2012-16 la **redditività industriale**, ma è forte la dispersione fra i singoli Gruppi. Top3 ebit margin 2016: Cairo Editore (14,3%), Mondadori (5,2%) e L'Espresso (4,7%), in coda: Il Sole 24 ORE (-15,4%) e Class (-21,8%)
- ◆ **Struttura finanziaria** mediamente solida (nel 2016 i mezzi propri sono in media 1,4 volte i debiti finanziari), ma eterogenea. Più solidi nel 2016: Cairo Editore, che non ha debiti finanziari, e Caltagirone Editore; più fragili: il Sole 24 ORE e RCS
- ◆ **Ridimensionati di oltre tre volte gli investimenti nel 2012-16**: in cinque anni investiti 53 € mld in meno, -69% rispetto al 2012

Confronto con l'Europa

- ◆ **Confronto Italia-Francia-Germania-UK**: Italia e Francia capofila per contrazione del giro d'affari nel 2016-15 (Germania e UK segnano un leggero aumento) e fanalino di coda per solidità finanziaria (UK la più solida); Italia ultima per tasso di investimento (UK investe di più) nel 2016; per redditività industriale Germania über alles (ebit margin 7,4% nel 2016), Italia e Francia auf wiedersehen (ebit margin negativi nel 2016)
- ◆ In calo nel 2016-15 i **ricavi** delle società editoriali europee esaminate cui fanno capo i quotidiani d'informazione (mediamente -1,8%); in controtendenza i ricavi delle società europee che editano testate economiche (mediamente +2,7%)

Diffusione e prezzi dei quotidiani

- ◆ Nel 2016 continua il **trend decrescente della diffusione cartacea** in Italia (-33,3% sul 2012) e in Europa (-20,5% sul 2012), in crescita a livello mondiale (+21%) solo grazie al traino asiatico, India in particolare
- ◆ Nel 2016 **la diffusione dei quotidiani italiani è complessivamente pari allo 0,3% di quella mondiale**, poco più di quella dei soli primi due quotidiani tedeschi e inferiore a quella dei primi due britannici
- ◆ **Prezzi**: quotidiani europei d'informazione mediamente più cari di quelli italiani, ma gli italiani segnano i maggiori incrementi di prezzo nel 2012-16; Bild, The Sun e Daily Mail costano meno della metà e hanno una diffusione circa cinque volte superiore a quella dei quotidiani d'informazione

SOMMARIO

1. **L'industria dell'informazione: tendenze a livello mondiale**
2. **I protagonisti dell'editoria italiana**
3. **La dinamica diffusionale**
4. **Un confronto europeo**
5. **Primi nove mesi 2017**
6. **Trust is the new currency**

L'INDUSTRIA DELL'INFORMAZIONE: TENDENZE A LIVELLO MONDIALE

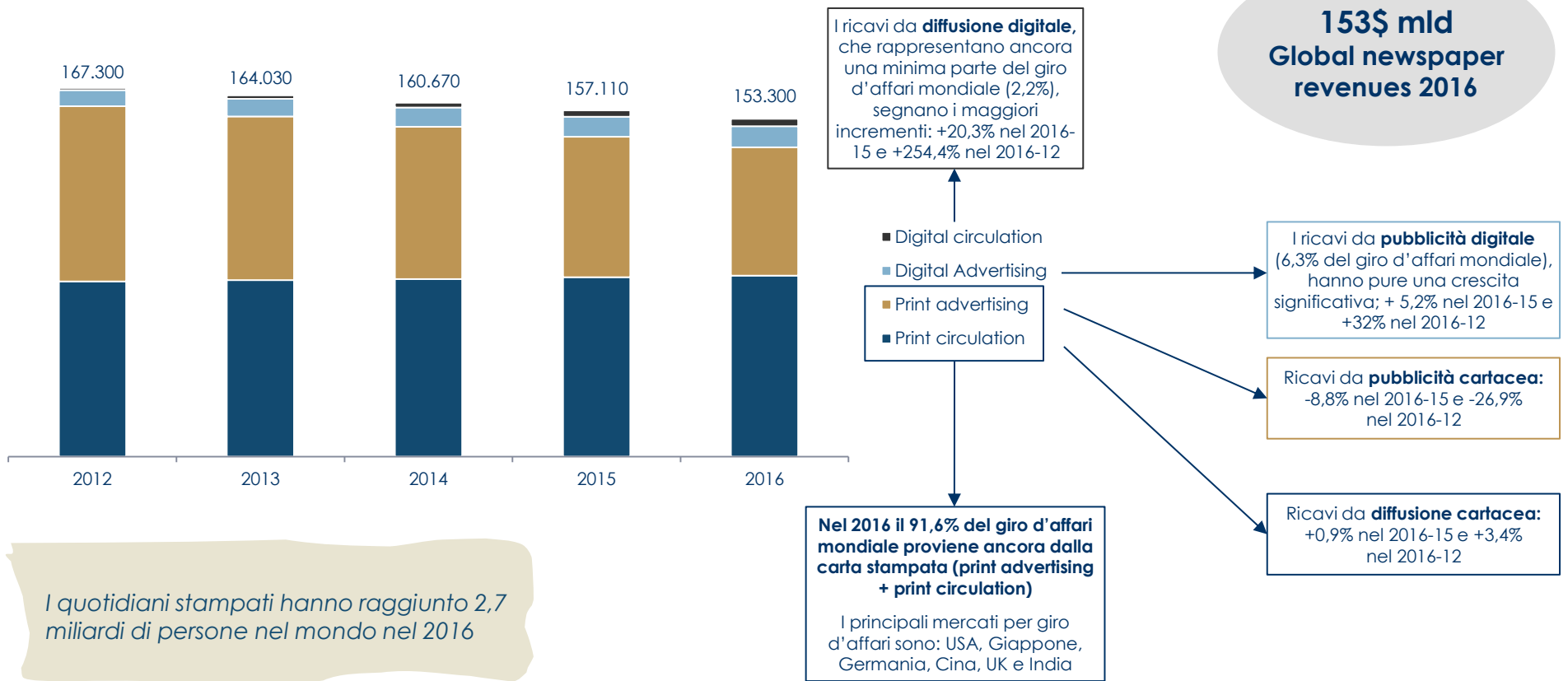
Sezione 1



GIRO D'AFFARI MONDIALE

Il giro d'affari mondiale dell'industria dell'informazione (quotidiani) continua a diminuire, attestandosi nel 2016 a 153\$ mld: -2,4% rispetto al 2015 e -8,4% rispetto al 2012, ma il calo riguarda esclusivamente la pubblicità cartacea

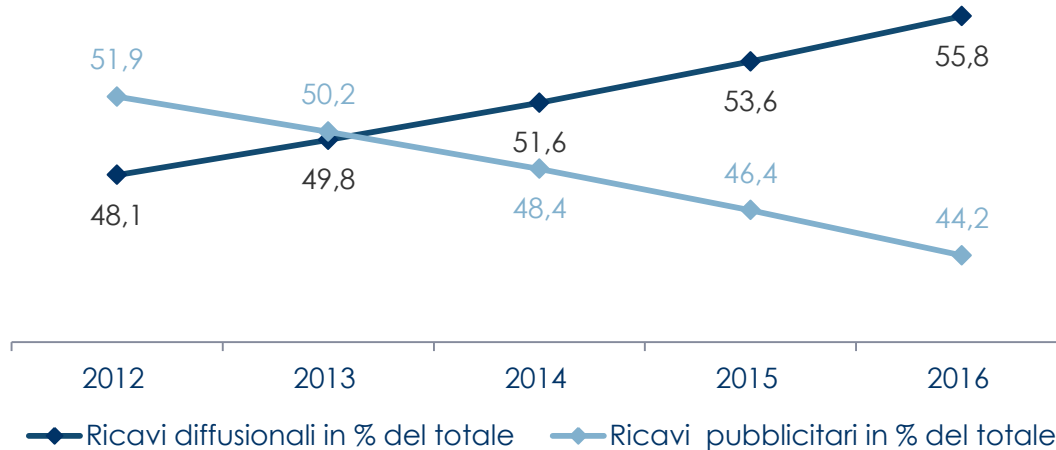
Global newspaper revenue sources 2012-2016 (\$ million)



«THE AUDIENCE-FOCUSED ERA ARRIVES»

Ricavi da diffusione: +1,6% nel 2016-15 e +6,3% nel 2016-12

Ricavi da pubblicità: -7% nel 2016-15 e -22% nel 2016-12



WAN-IFRA stima che nel 2016 il 56% del giro d'affari mondiale dell'industria dei quotidiani provenga dai ricavi diffusionali. Si tratta di un'inversione di tendenza, iniziata nel 2014, quando i **ricavi diffusionali** sono diventati la **fonte principale di ricavi del settore**

Il passaggio da un modello centrato sulla pubblicità ad uno centrato sulla vendita di copie sta scuotendo le fondamenta del settore giornalistico il cui impegno è ora quello di incoraggiare la fiducia e costruire una comunità di lettori fidelizzati

The shift from advertising to reader-based revenue is reshaping the fundamentals of our industry. As the share of reader-based revenue continues to grow, newspapers are intensifying their efforts to foster loyalty and build communities of faithful readers. We used to trade in attention, but **trust is our new currency**

RICAVI DA PUBBLICITA' DIGITALE: APPANNAGGIO DELLE BIGWEB?

La pubblicità digitale garantisce margini di guadagno esigui all'industria dell'editoria

Da una recente ricerca* è emerso che su un euro speso in pubblicità digitale dall'inserzionista, dieci centesimi vanno all'agenzia, 29 all'editore, e il resto - ben 61 centesimi - alle cosiddette "advertising tech companies" (server pubblicitari ovvero piattaforme di trading desk, piattaforme di gestione dei dati di audience, piattaforme "demand side" e "supply side" ecc.): un'ampia fetta di quei 61 centesimi dell'euro speso in pubblicità va a qualcuna delle BigWeb companies. Di fatto, secondo le stime di WAN-IFRA, avanza il monopolio *de facto* che queste aziende esercitano sulla «vita digitale» di ognuno di noi: la sola Google ha una quota di mercato delle ricerche internet del 90%

Google, con €75 mld nel 2016, si accaparra la maggiore quota di ricavi da pubblicità digitale (soprattutto attraverso Google Search e YouTube), seguita da Facebook, con €26 mld; al terzo e quarto posto le cinesi Baidu (€9 mld) e Tencent (€4 mld)

«Il duopolio digitale [di Google e Facebook] ha riscritto le regole in un modo da tagliare fuori gran parte del giornalismo e della verifica dell'accuratezza delle notizie...queste società hanno prosperato spacciando una filosofia che non vuole distinguere tra il falso e il vero perché entrambi portano denaro» (News Corp. CEO Richard Thomson)

I PROTAGONISTI DELL'EDITORIA ITALIANA

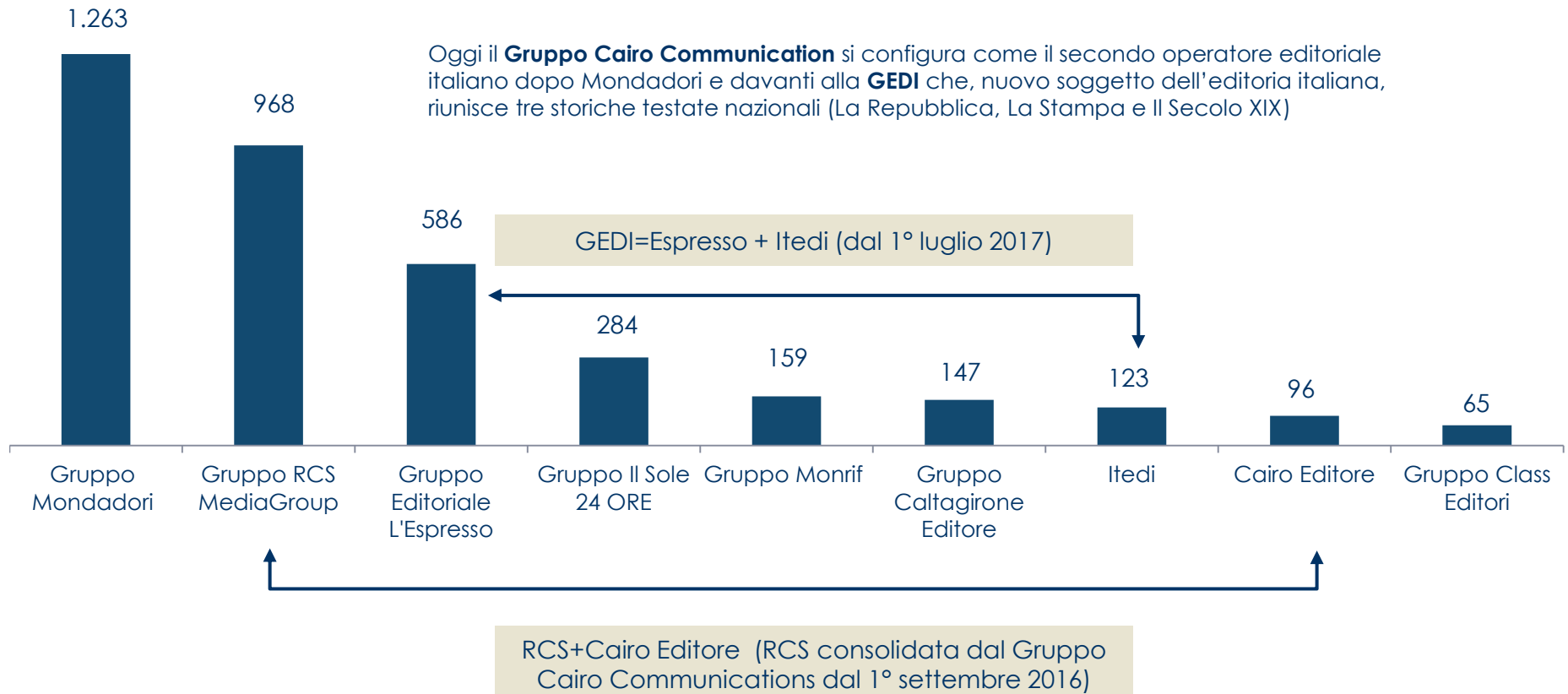
Sezione 2



LO SCENARIO: SI ALLARGA IL *GAP «BIG—SMALL»*

Fatturato 2016 (milioni di euro) – Giro d'affari complessivo: 3,7 mld nel 2016

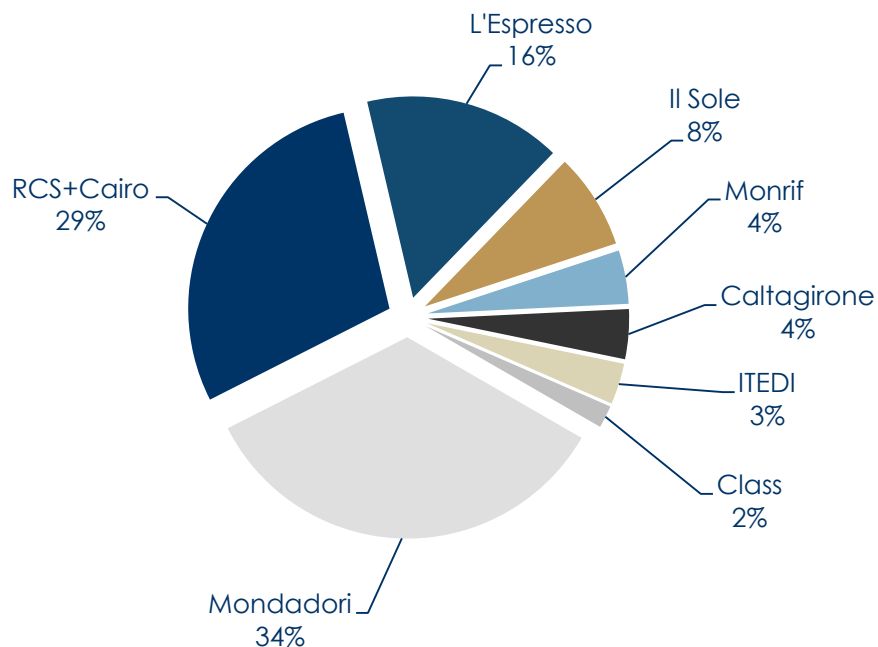
Mondadori leader dell'editoria italiana per ricavi, con un fatturato di 1,3 mld, seguita da RCS con 1,0 mld. **Non edita quotidiani, solo libri** (a partire dal 1° aprile 2016 ha consolidato la Rizzoli Libri, ex-RCS Libri) **e periodici**



MERCATO PIÙ CONCENTRATO: AI PICCOLI RESTANO LE BRICIOLE

Fatturato 2016 (% sul totale)

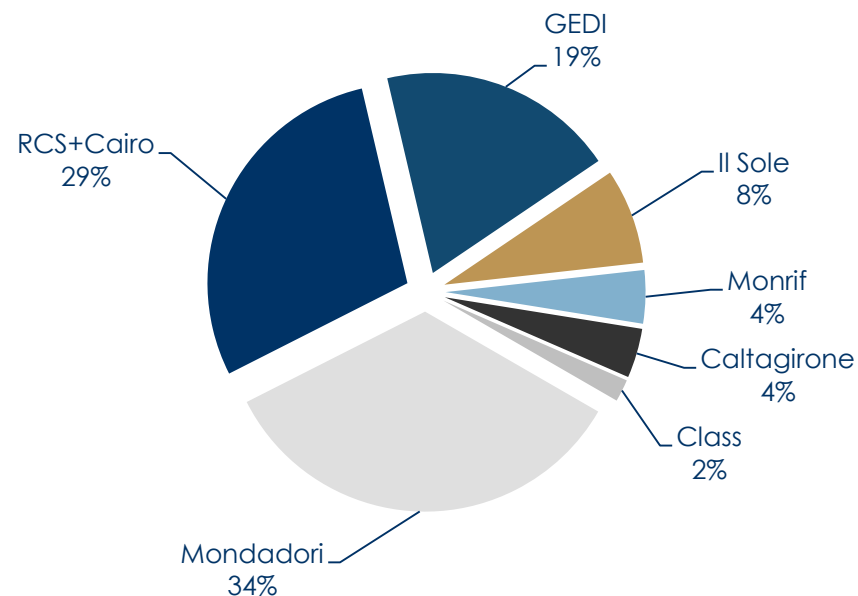
Il **79%** del giro d'affari fa capo ai primi tre Gruppi (Mondadori, RCS+Cairo e L'Espresso)



Dal 1° settembre 2016 **RCS** affianca **Cairo Editore** nell'editoria del Gruppo **Cairo Communication**

Proiezione fatturato post nascita della GEDI (% sul totale 2016)

L'**82%** del giro d'affari fa capo ai primi tre Gruppi (Mondadori, RCS+Cairo e GEDI)



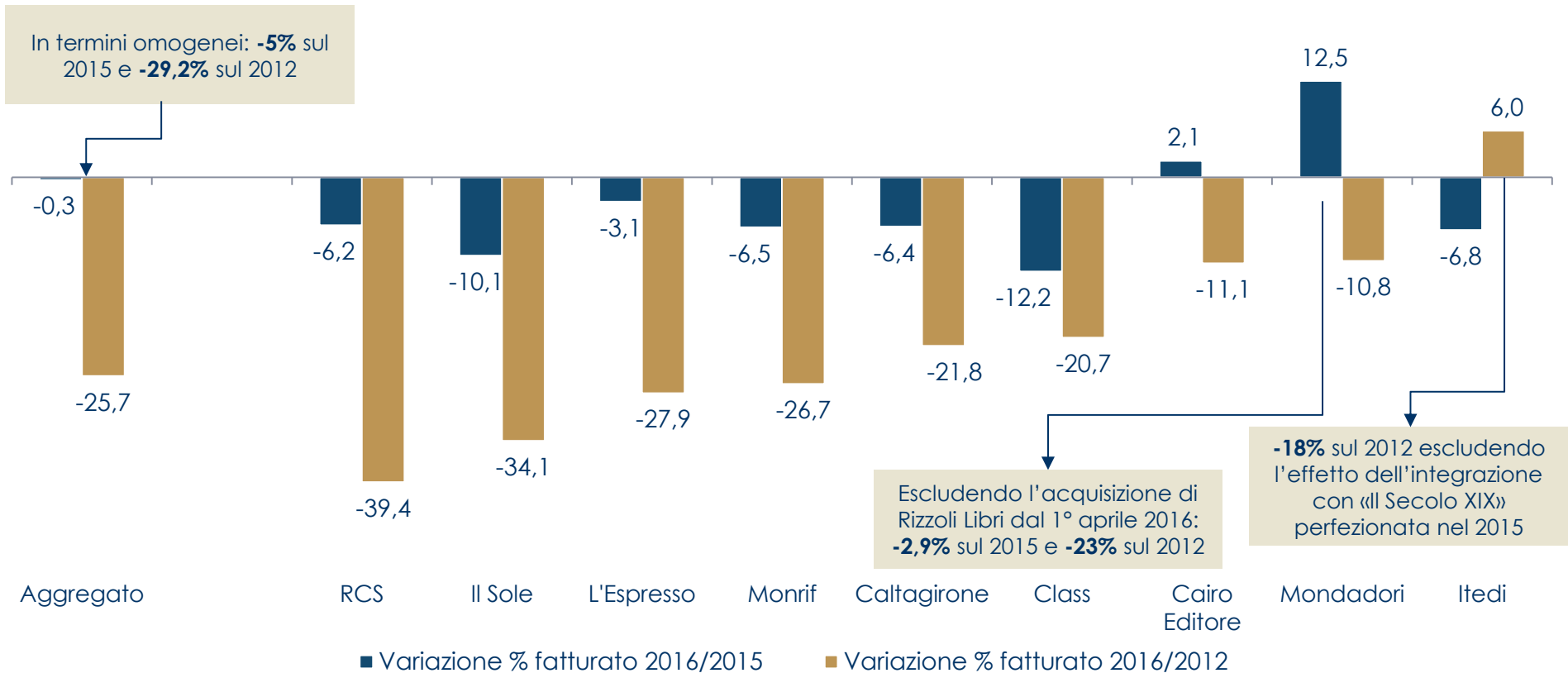
Con effetto 1° luglio 2017 la **Itedi** è consolidata dalla Gruppo Editoriale **L'Espresso** (ridenominata **GEDI-Gruppo Editoriale**). La GEDI edita La Repubblica, La Stampa e Il Secolo XIX, oltre a 13 testate locali (dalle 18 del 2015, in seguito alla cessione obbligatoria per evitare che superasse i limiti di concentrazione editoriale previsti dalla legge)

NELL'ULTIMO QUINQUENNIO: -1,3 MILIARDI DI RICAVI...

Variazione % fatturato 2016/15 e 2016/12 – Maggiori Gruppi editoriali italiani

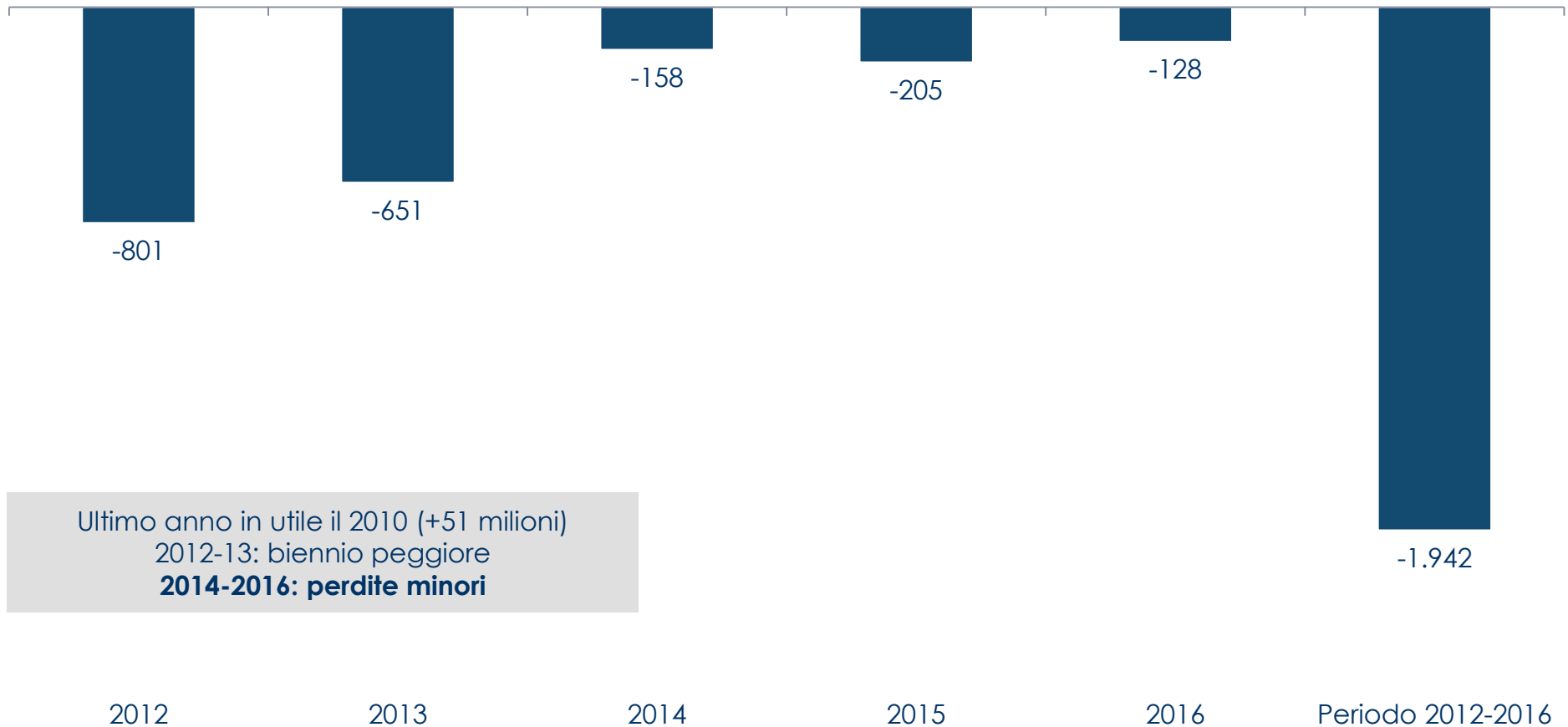
Giro d'affari dei maggiori Gruppi editoriali italiani: 5,0 mld nel 2012 e 3,7 mld nel 2016

Cairo Editore si distingue per la flessione più contenuta dei ricavi nel 2016-12 e per essere l'unica società a registrare un aumento di fatturato nel 2016-15



...E PERDITE NETTE PER 2 MILIARDI

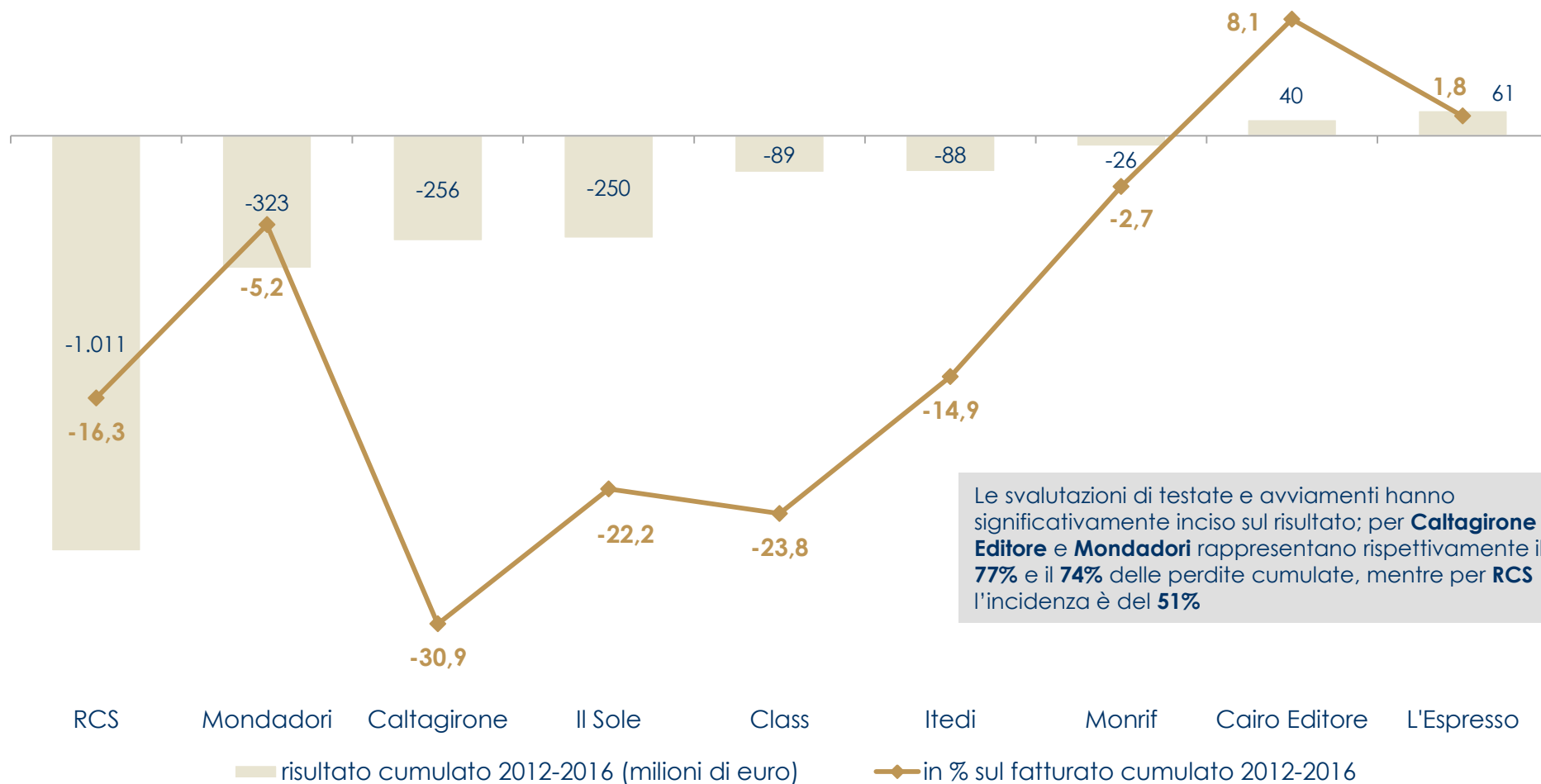
Perdite nette cumulate (milioni di euro) – Maggiori Gruppi editoriali italiani



Ultimo anno in utile il 2010 (+51 milioni)
2012-13: biennio peggiore
2014-2016: perdite minori

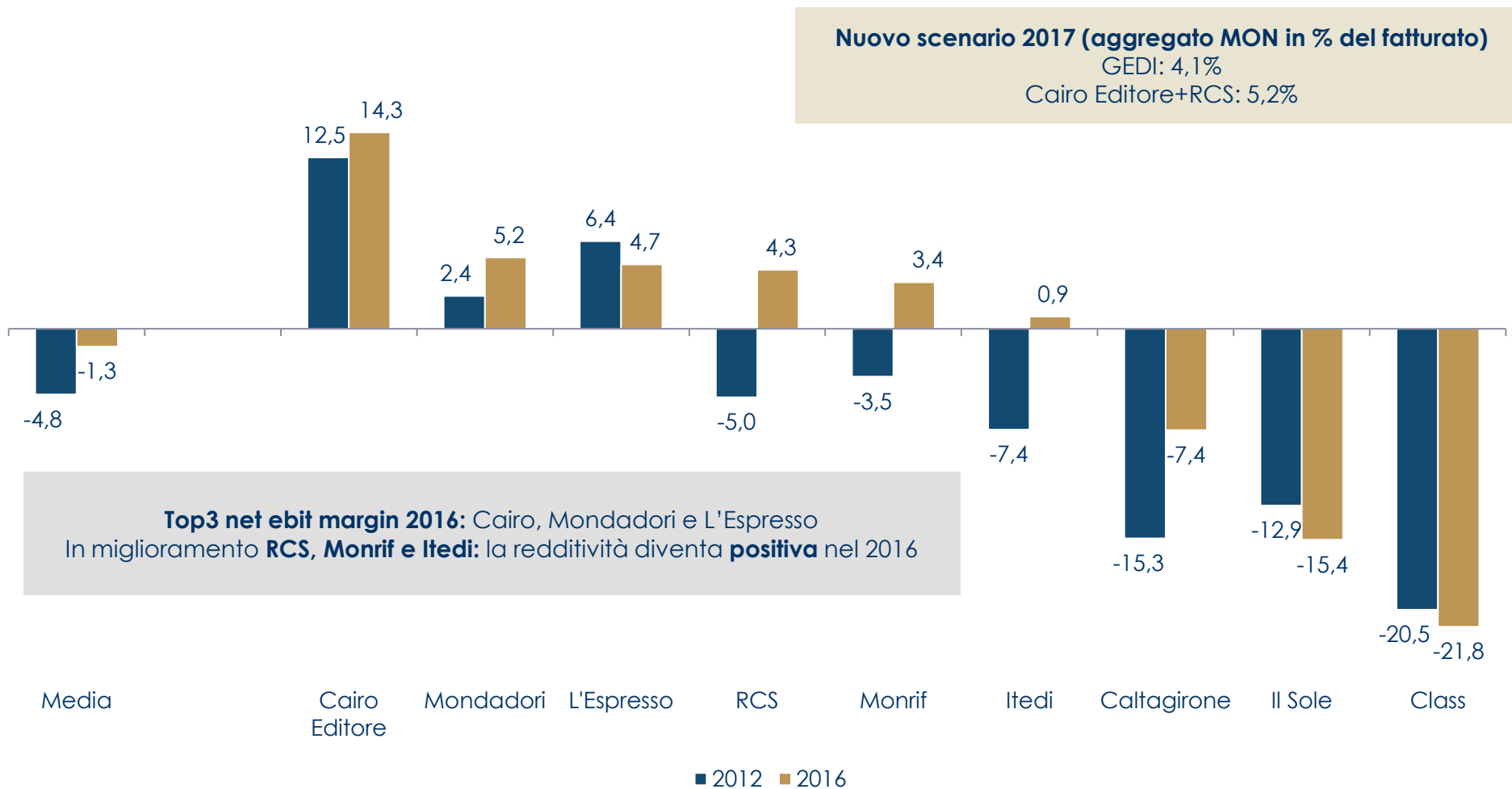
TUTTI IN PERDITA TRANNE CAIRO EDITORE E L'ESPRESSO

Cairo Editore above all: 8,1% utile sul fatturato, segue L'Espresso con 1,8%



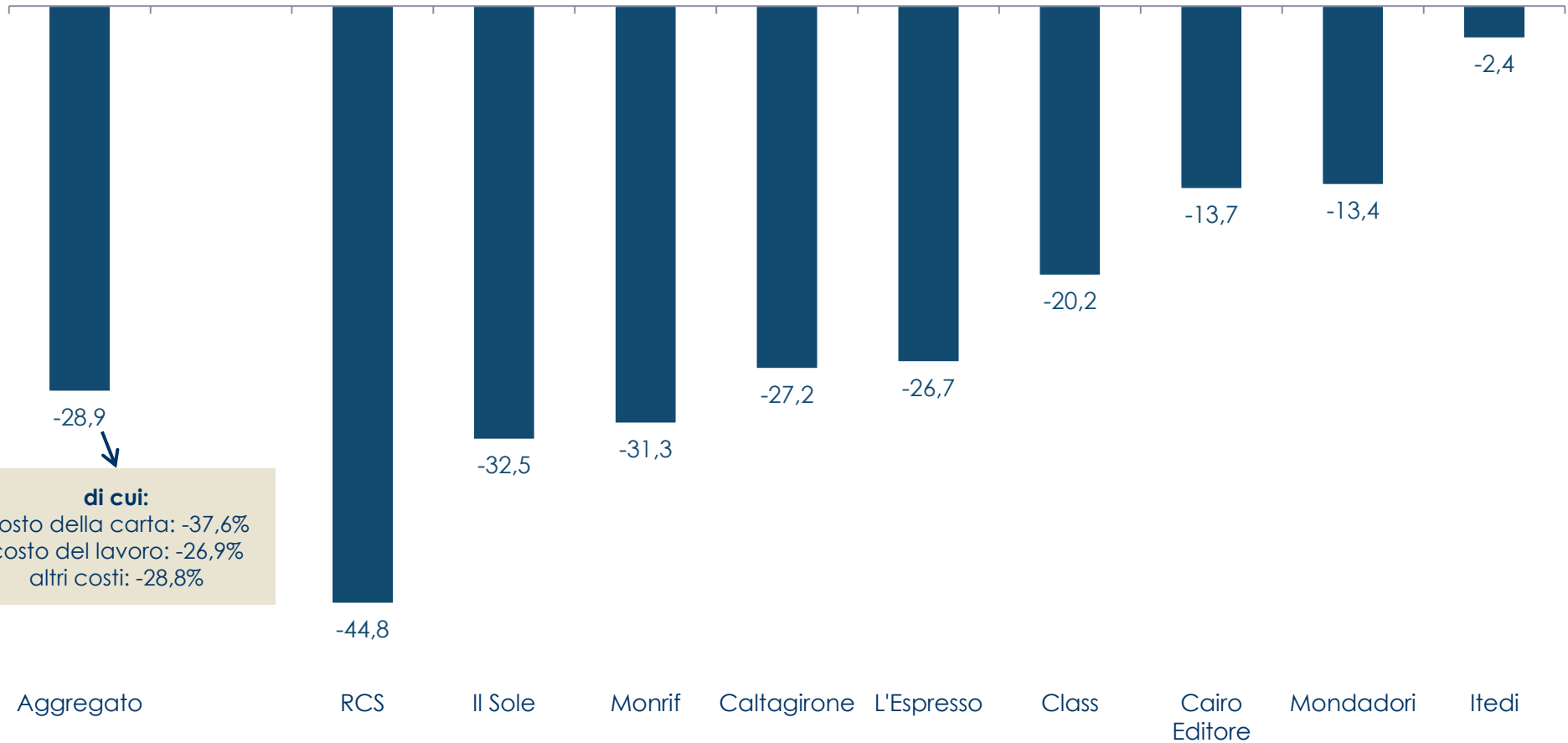
REDDITIVITÀ INDUSTRIALE: IN LEGGERO MIGLIORAMENTO...

MON in % fatturato – Maggiori Gruppi editoriali italiani



...GRAZIE AL CONTENIMENTO DEI COSTI

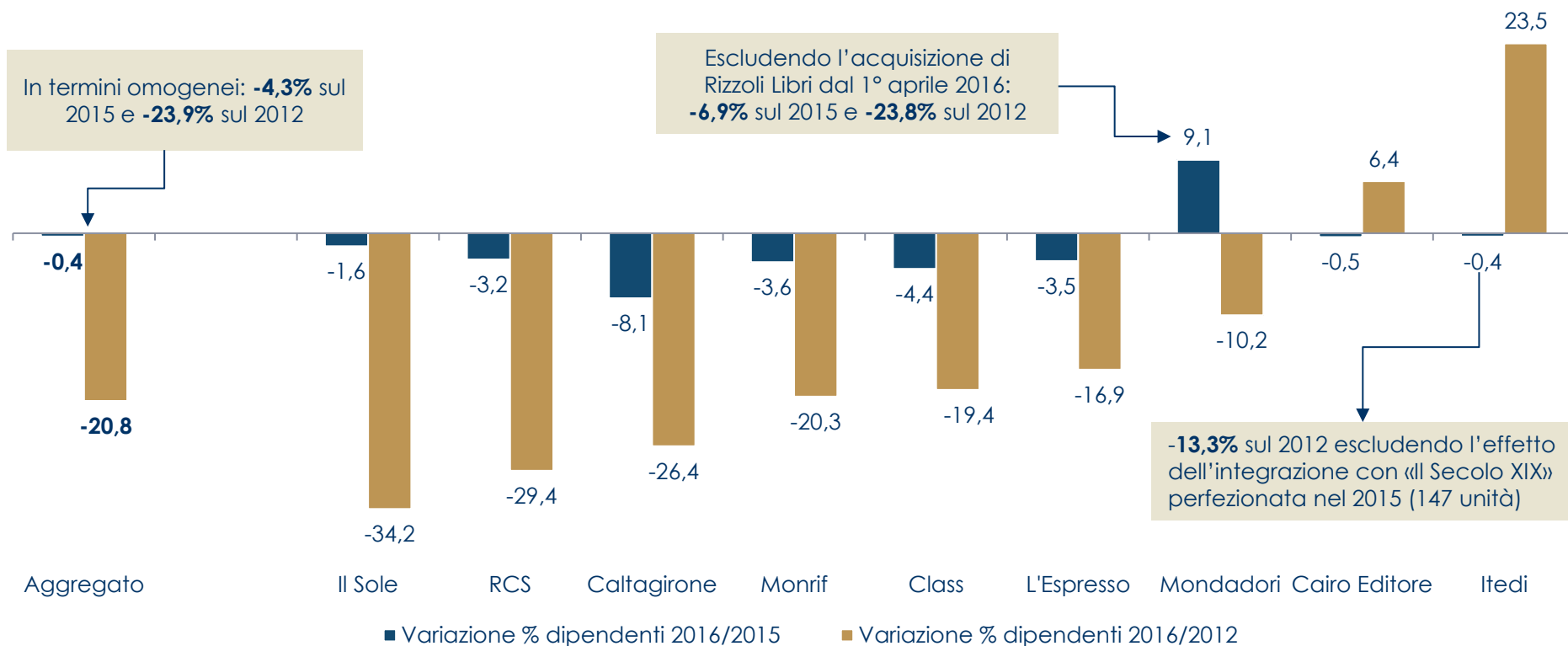
Variazione % costi di gestione 2016/12 – Maggiori Gruppi editoriali italiani



L'OCCUPAZIONE RISENTE DEL CALO DELLE VENDITE

Variazione % dipendenti 2016/15 e 2016/12 – Maggiori Gruppi editoriali italiani

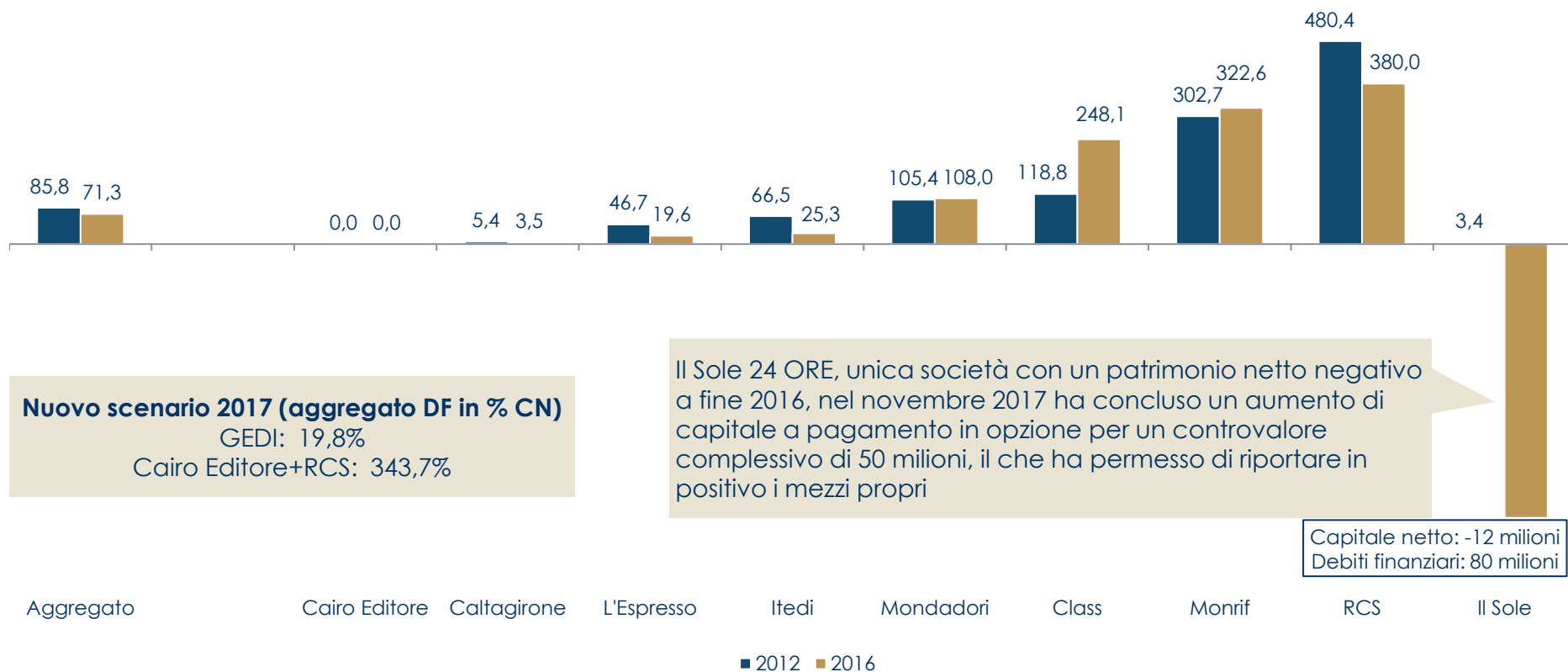
Contrazione degli organici: oltre 3.400 unità in meno in 5 anni
 Cali numericamente più consistenti: **-1.495 RCS** e **-634 Il Sole 24 ORE**
Cairo Editore: unica a creare occupazione nell'ultimo quinquennio, seppur lieve: **+13 unità**



STRUTTURA FINANZIARIA ETEROGENEA

Debiti finanziari in % del capitale netto – Maggiori Gruppi editoriali italiani

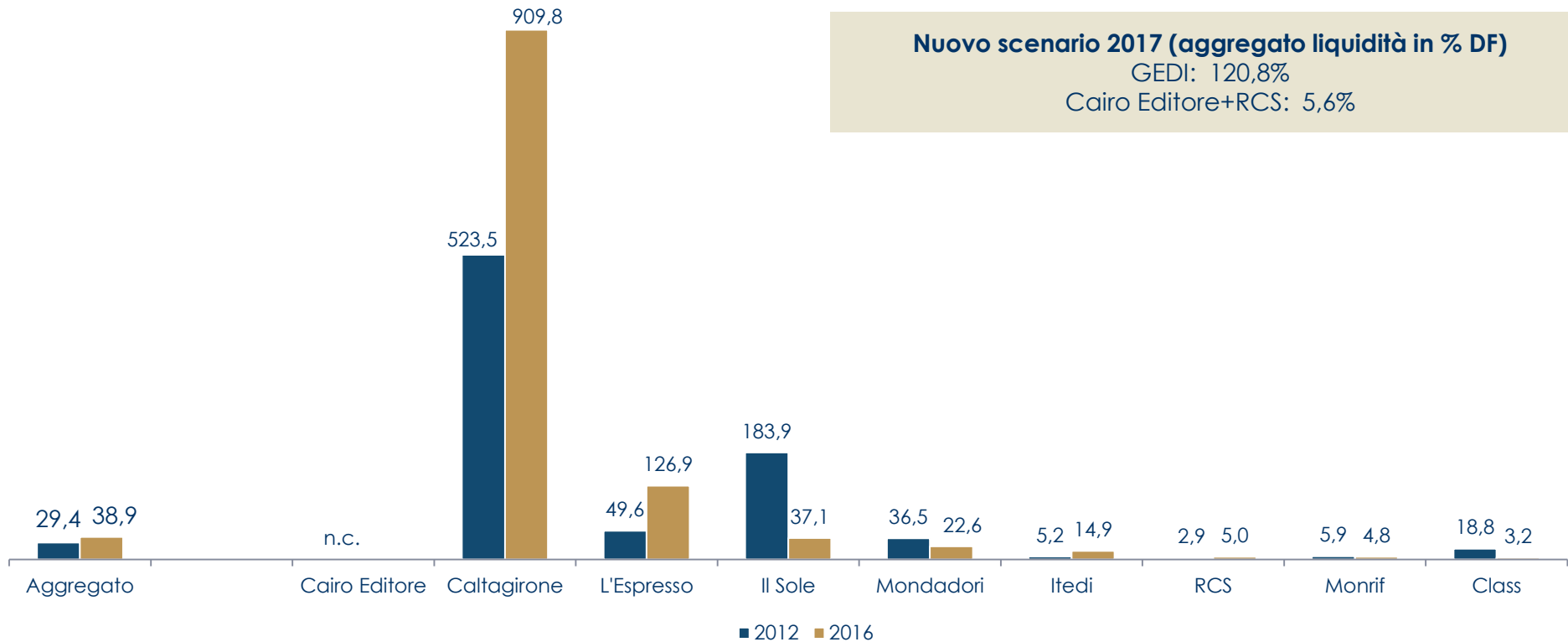
Le più solide nel 2016: Cairo Editore (non ha debiti finanziari) e Caltagirone Editore
Le più fragili nel 2016: Il Sole 24 ORE e RCS



LIQUIDITA'

Liquidità in % dei debiti finanziari – Maggiori Gruppi editoriali italiani

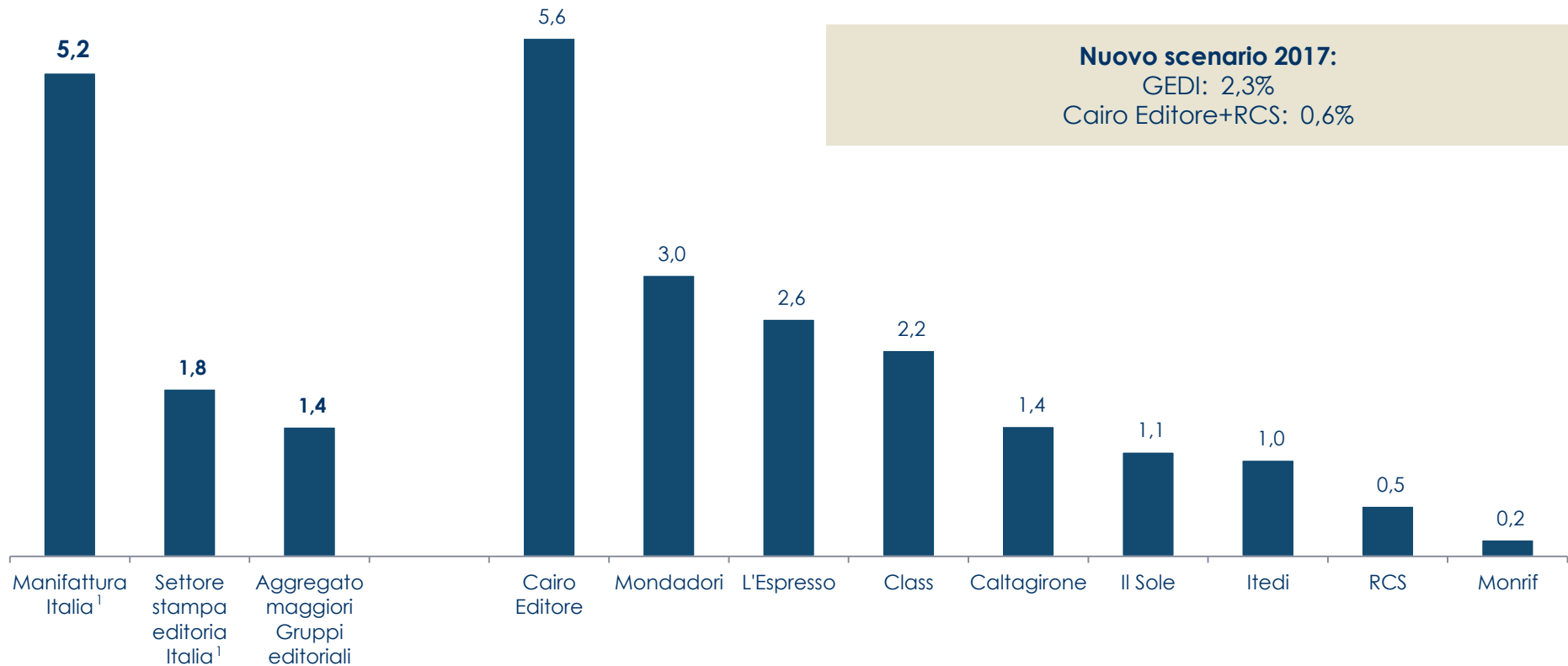
Liquidità pari a circa il 40% dei debiti finanziari a livello aggregato
Quasi tutte le società segnano una liquidità inferiore ai debiti finanziari
Fanno eccezione: Cairo Editore, che non ha debiti, Caltagirone Editore e L'Espresso



DRASTICA CONTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI NELL'ULTIMO LUSTRO

Tasso di investimento 2016 - Investimenti 2016 in % immobilizzazioni materiali lorde 2016

Investimenti dei maggiori Gruppi editoriali: 77 mld nel 2012, 30 mld nel 2015 e 24 mld nel 2016
Ridimensionati di oltre tre volte gli investimenti nel 2012-16: in cinque anni investiti 53 € mld in meno, -69% sul 2012



LA «PERCEZIONE» DEI MERCATI

Il settore editoria peggio del mercato nell'ultimo quinquennio

	2012 € mln	2015 € mln	2016 € mln	Var % 2016-12	2017 (fine novembre) € mln	Var % 2017-16
Cairo Communication	192	357	507	+164,1	535	+5,5
RCS MediaGroup	921	319	433	-53,0	638	+47,3
Mondadori	259	271	308	+18,9	597	+93,8
GEDI (ex-L'Espresso)	345	396	285	-17,4	336	+17,9
Caltagirone Editore	107	122	89	-16,8	169	+89,9
Il Sole 24 ORE	68	83	48	-29,4	61	+27,1
Class Editori	22	65	30	+36,4	38	+26,7
Monrif	41	39	28	-31,7	29	+3,6
Totale	1.955	1.652	1.728	-11,6	2.403	+39,1

Capitalizzazione di Borsa a fine anno, calcolata al netto delle azioni proprie. Il peso sul totale della capitalizzazione industriale in Borsa era 0,5% a fine 2016

Periodo 2012-2016 Borsa industria Italia: +21,7%

LA DINAMICA DIFFUSIONALE

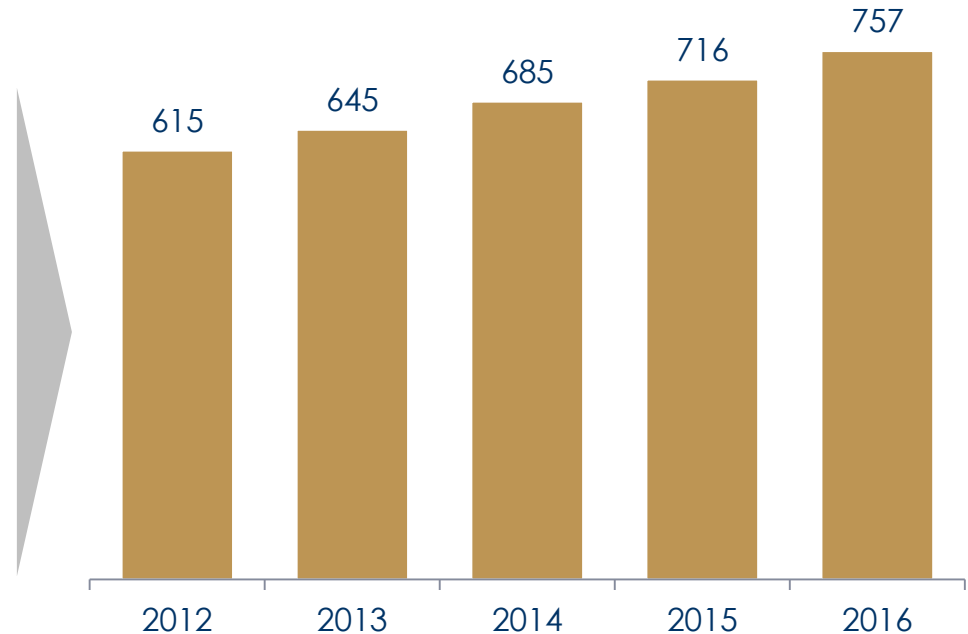
Sezione 3



DINAMICA DIFFUSIONALE NEL MONDO

Global daily print newspaper circulation 2012-2016

Unit circulation in millions



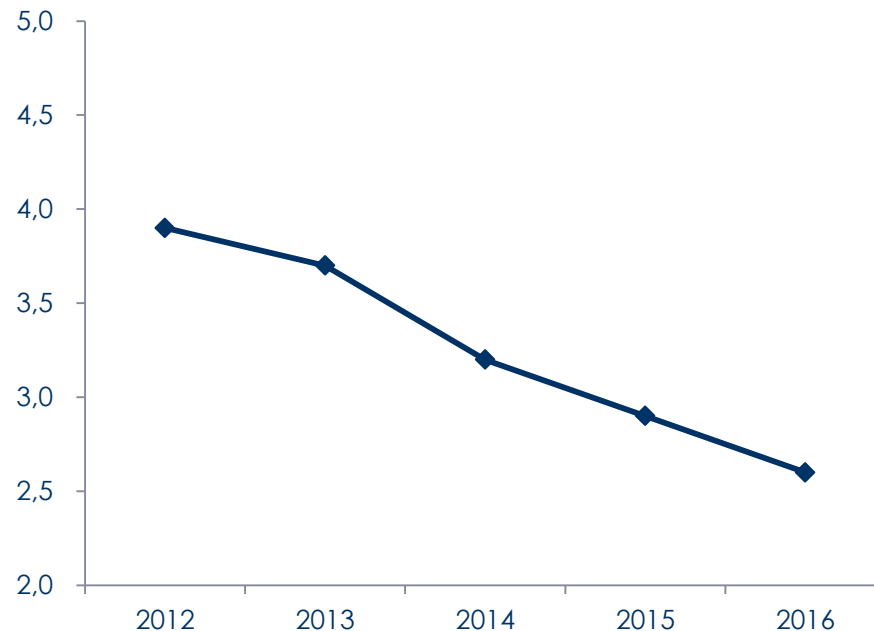
- ◆ La diffusione dei quotidiani continua a calare in Europa (-20,5% nell'ultimo quinquennio e -5,8% rispetto al 2015), Nord America (-11,6% e -2,4%), America Latina (-12,1% e -8,4%) e Oceania (-30,7% e -7,7%)
- ◆ L'unico continente in cui la diffusione aumenta è l'Asia (trainata dall'India): +40,1% nel 2016-12 e +8,8% nel 2016-15
- ◆ A livello mondiale, grazie al traino asiatico, si registra complessivamente un aumento: +21% nell'ultimo quinquennio e +5% nel 2016-15

DINAMICA DIFFUSIONALE IN ITALIA

ASIG-Associazione Stampatori Italiani Giornali su dati ADS-Accertamento Diffusione Stampa

- ◆ Nel 2016 la **diffusione cartacea** complessiva è diminuita di circa 300mila copie al giorno, da 2,9 a 2,6 milioni di copie, pari al **-10,3% rispetto al 2015 e al -33,3% rispetto al 2012**
- ◆ Nel 2016 c'è stata una leggera riduzione complessiva del numero degli stabilimenti di stampa in Italia (66 nel 2015 e 63 nel 2016), ma differenziata per tipologia: gli stabilimenti "monotestata" sono diminuiti da 26 a 20, mentre quelli "pluritestata" sono aumentati da 40 a 43; la sopravvivenza degli impianti di stampa sarà dettata dai volumi produttivi che riusciranno a sostenere

Milioni di copie diffuse al giorno (media annua)



TOP 10 DEI QUOTIDIANI D'INFORMAZIONE PIÙ DIFFUSI IN ITALIA

ADS-Accertamento Diffusione Stampa

	Testata	Mila copie medie al giorno (nel 2016)	Società editrice
1	Corriere della Sera	268	RCS MediaGroup
2	La Repubblica	232	Editoriale L'Espresso (ora GEDI)
3	La Stampa	161	Itedi – Italiana Editrice(ora GEDI)
4	Il Sole 24 Ore	131	Il Sole 24 ORE
5	Il Messaggero	113	Caltagirone Editore
6	Avvenire	108	Avvenire Nuova Editoriale Italiana
7	QN-II Resto del Carlino	105	Monrif
8	QN-La Nazione	80	Monrif
9	Il Giornale	72	Società Europea di Edizioni
10	Il Gazzettino	56	Caltagirone Editore

UN CONFRONTO EUROPEO

Sezione 4



I QUOTIDIANI D'INFORMAZIONE PIÙ DIFFUSI NEI MAGGIORI PAESI EUROPEI

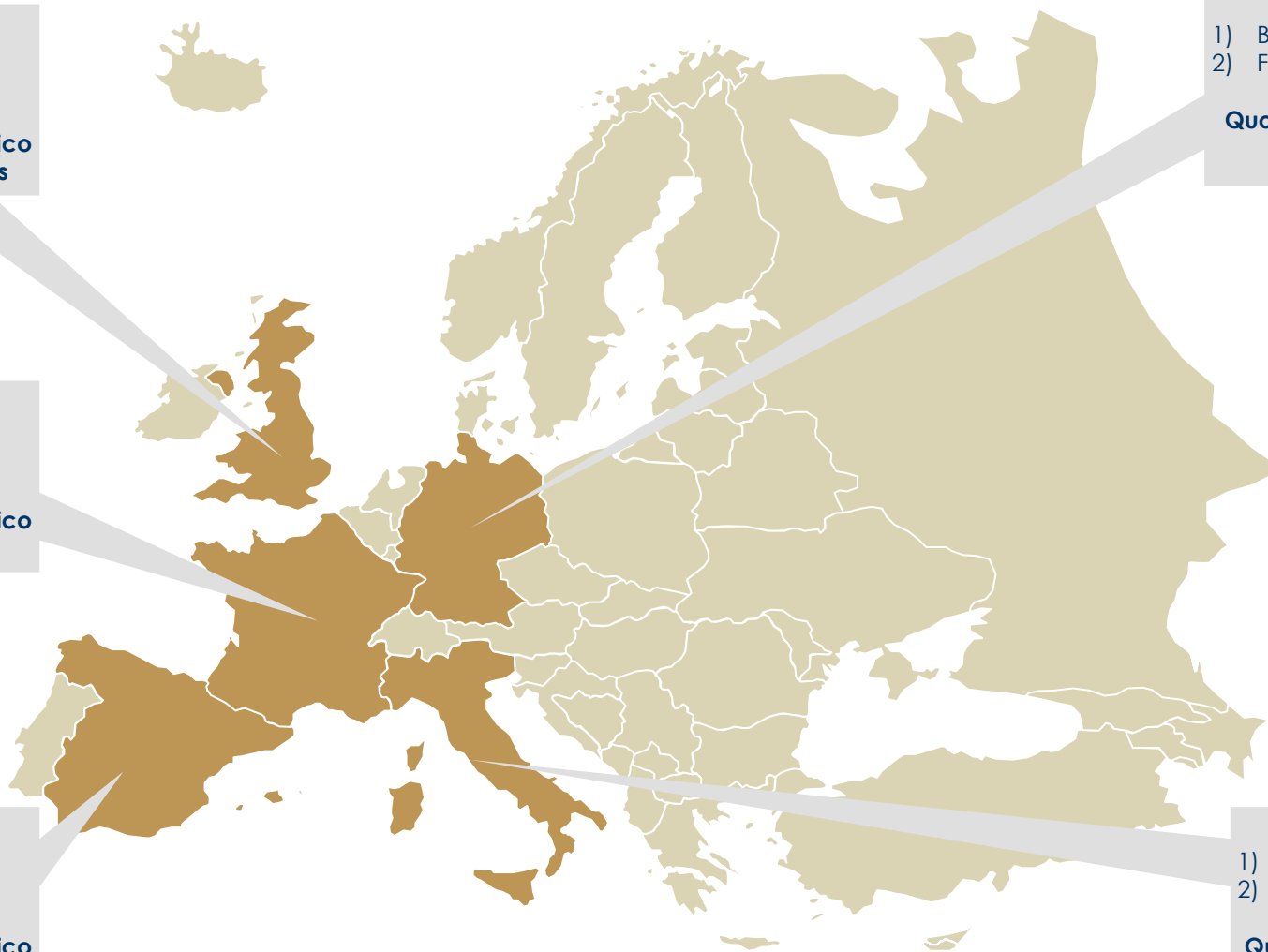
Regno Unito
1) The Sun
2) Daily Mail
Quotidiano economico n.1: Financial Times

Francia
1) Le Figaro
2) Le Monde
Quotidiano economico n.1: Les Echos

Spagna
1) El País
2) El Mundo
Quotidiano economico n.1: Expansión

Germania
1) Bild
2) Frankfurter Allgemeine
Quotidiano economico n.1: Handelsblatt

Italia
1) Corriere della Sera
2) La Repubblica
Quotidiano economico n.1: Il Sole 24 ORE



LE SOCIETÀ EDITRICI DEI QUOTIDIANI EUROPEI D'INFORMAZIONE PIÙ DIFFUSI

Quotidiani nazionali d'informazione: le testate	000 di copie/giorno (2016)	Società editrice	Gruppo
Regno Unito			
1) The Sun	1.781	News Group Newspaper Ltd.	News Corp. (Murdoch)
2) Daily Mail	1.541	Associated Newspapers Ltd.	Gruppo DMGT, quotato, che ha come azionista di maggioranza il visconte Rothermere
Francia			
1) Le Figaro	315	Société du Figaro S.A.S.	D.I.M.G. (Fam.Dassault)
2) Le Monde	290	Société Editrice du Monde S.A.	Il controllo fa capo a Matthieu Pigasse, Xavier Niel e alla Berlys Media
3) Le Parisien-Aujourd'hui en France	134	Le Parisien Libéré S.A.S.	Gruppo LVMH
Germania			
1) Bild	1.935*	Gruppo Axel Springer (divisione Paid Models)	Il Gruppo, quotato, ha come azionista di maggioranza Friede Springer Il principale azionista è la fondazione FAZIT-STIFTUNG Gemeinnützige Verlagsgesellschaft mbH
2) Frankfurter Allgemeine	538	Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH	
Spagna			
1) El País	194	Ediciones El País S.L.	Gruppo Prisa
2) El Mundo	131	Unidad Editorial S.A.	Gruppo RCS MediaGroup

LE SOCIETÀ EDITRICI DEI QUOTIDIANI EUROPEI ECONOMICI PIÙ DIFFUSI

Quotidiani nazionali economici: le testate	000 di copie/giorno (2016)	Società editrice	Gruppo
Regno Unito			
FT-Financial Times	199*	The Financial Times Ltd.	Gruppo Nikkei (JP)
Francia			
Les Echos	130	Les Echos S.A.	Gruppo LVMH
Germania			
Handelsblatt	129	DvH Medien GmbH	Il controllo fa capo a Dieter von Holtzbrinck
Spagna			
Expansión	36	Unidad Editorial S.A.	Gruppo RCS MediaGroup

QUADRO SINOTTICO DEI CONTI DEI MAGGIORI OPERATORI EUROPEI NEL 2016 (QUOTIDIANI DI INFORMAZIONE)

	News Group Newspapers Ltd.	Associated Newspapers Ltd.	Société Editrice du Monde S.A.	Le Parisien Libéré SAS	Gruppo Axel Springer	Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH	Ediciones El País S.L.
Paese	UK	UK	FR	FR	DE	DE	ES
Testata	The Sun	Daily Mail	Le Monde	Le Parisien – Aujourd'hui en France	Bild e Die Welt	Frankfurter Allgemeine	El País
Fatturato netto (in € mln)	521	759	183	196	3.290	241	161
Var % rispetto al 2015	-2,7	-0,4	-4,7	-4,8	-0,1	-1,2	1,3
di cui ricavi diffusionali (in € mln)	505	749	126	137	647	151	60
Var % rispetto al 2015	-3,6	-0,5	-3,3	-5,7	-10,4	-0,8	-2,7
Margini di conto economico (% sul fatturato)							
Valore aggiunto	12,5	34,3	36,7	25,6	49,0	42,4	22,6
- Costo del lavoro	12,2	20,4	38,2	25,3	33,5	35,5	16,7
Margine operativo lordo	0,3	13,9	-1,6	0,3	15,5	6,9	5,9
Margine operativo netto	-6,7	10,6	-4,3	-1,0	8,6	5,6	5,3
Risultato corrente	-6,7	10,0	-6,5	-1,3	9,1	5,7	4,9
Risultato netto	-14,0	6,5	-5,0	-6,9	13,0	4,3	3,6
Dati per dipendente (in € '000)							
Fatturato	988	420	284	395	215	304	471
Valore aggiunto netto	54	130	97	96	90	125	104
Costo del lavoro	88	86	109	100	72	108	79
CLUP (%)	163,0	66,2	112,4	104,2	80,0	86,4	76,0
N. di dipendenti (n.medio)	528	1.805	645	496	15.323	792	343
Investimenti in % delle ITL	0,0	n.d.	11,5	0,6	4,6	0,8	12,3
Ratios economico-patrimoniali							
ROE	neg.	24,4	neg.	neg.	23,9	6,6	97,6
DF/capitale netto (%)	-	52,2	neg.	neg.	47,7	-	9,1
Liquidità/capitale netto (%)	92,4	°	neg.	neg.	8,5	69,2	24,2

QUADRO SINOTTICO DEI CONTI DEI MAGGIORI OPERATORI EUROPEI NEL 2016 (QUOTIDIANI ECONOMICO-FINANZIARI)

	The Financial Times Ltd.	Les Echos S.A	DvH Medien GmbH
Paese	UK	FR	DE
Testata	FT	Les Echos	Handelsblatt
Fatturato netto (in € mln)	363	90	425
Var % rispetto al 2015	8,9	-3,5	2,8
di cui ricavi diffusionali (in € mln)	283	46	184
Var % rispetto al 2015	5,2	2,1	1,8
Margini di conto economico (% sul fatturato)			
Valore aggiunto	40,3	27,5	39,5
- Costo del lavoro	32,5	31,2	35,7
Margine operativo lordo	7,8	-3,7	3,8
Margine operativo netto	2,2	-4,8	-0,4
Risultato corrente	2,0	-4,2	-1,2
Risultato netto	2,0	-2,7	-4,6
Dati per dipendente (in € '000)			
Fatturato	278	319	212
Valore aggiunto netto	96	84	75
Costo del lavoro	90	100	76
CLUP (%)	93,8	119,0	101,3
N. di dipendenti (n.medio)	1.306	283	2.007
Investimenti in % delle ITL	6,4	9,7	7,5
Ratios economico-patrimoniali			
ROE	7,8	neg.	neg.
DF/capitale netto (%)	45,9	1,0	35,5
Liquidità/capitale netto (%)	23,7	0,5	29,5

CONTRAZIONE DELL'INFORMAZIONE, ESPANSIONE DEGLI ECONOMICI

Variazione % 2016/15 del fatturato e di cui ricavi diffusionali – Maggiori editori europei di quotidiani

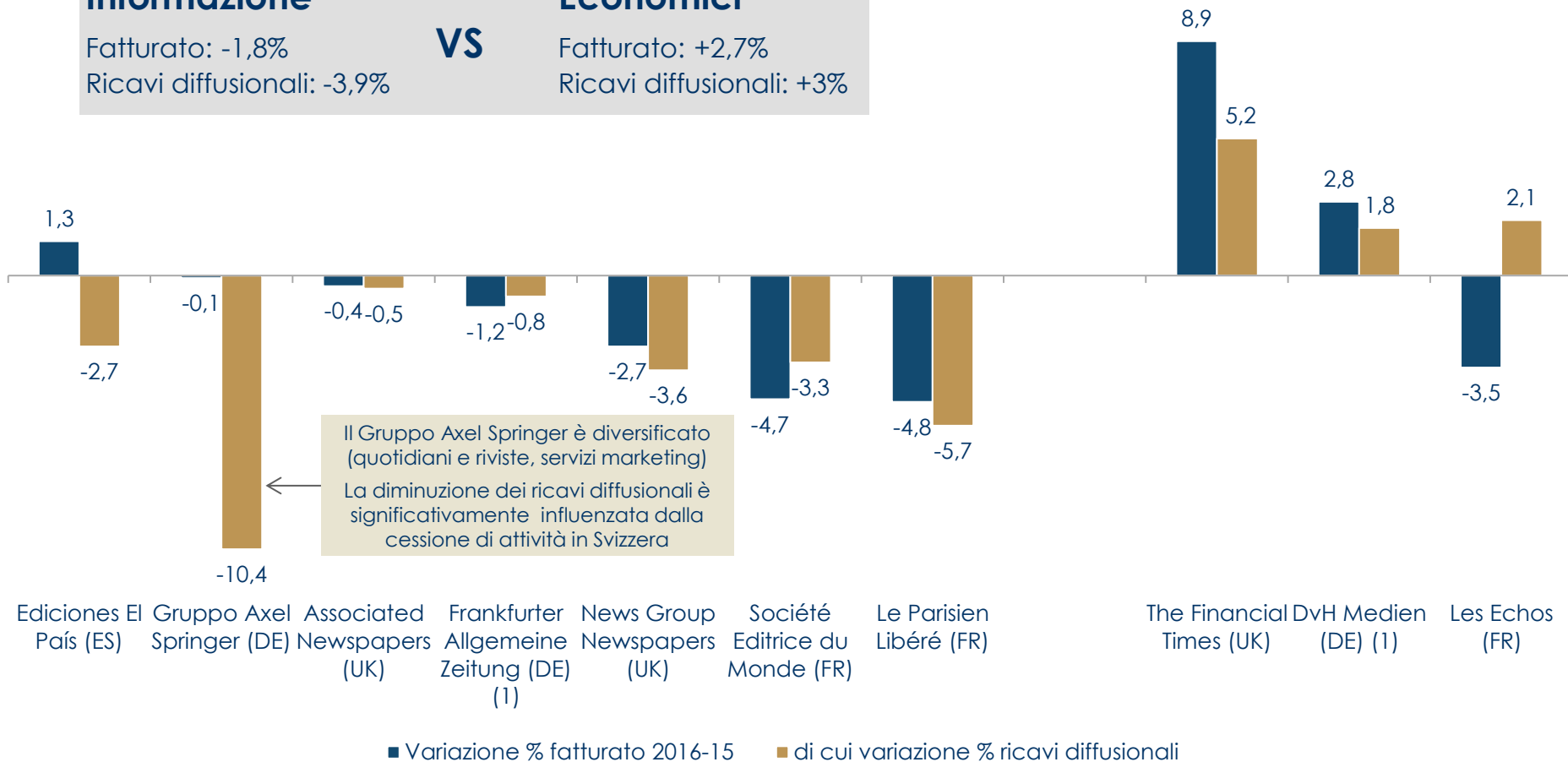
Informazione

Fatturato: -1,8%
Ricavi diffusionali: -3,9%

VS

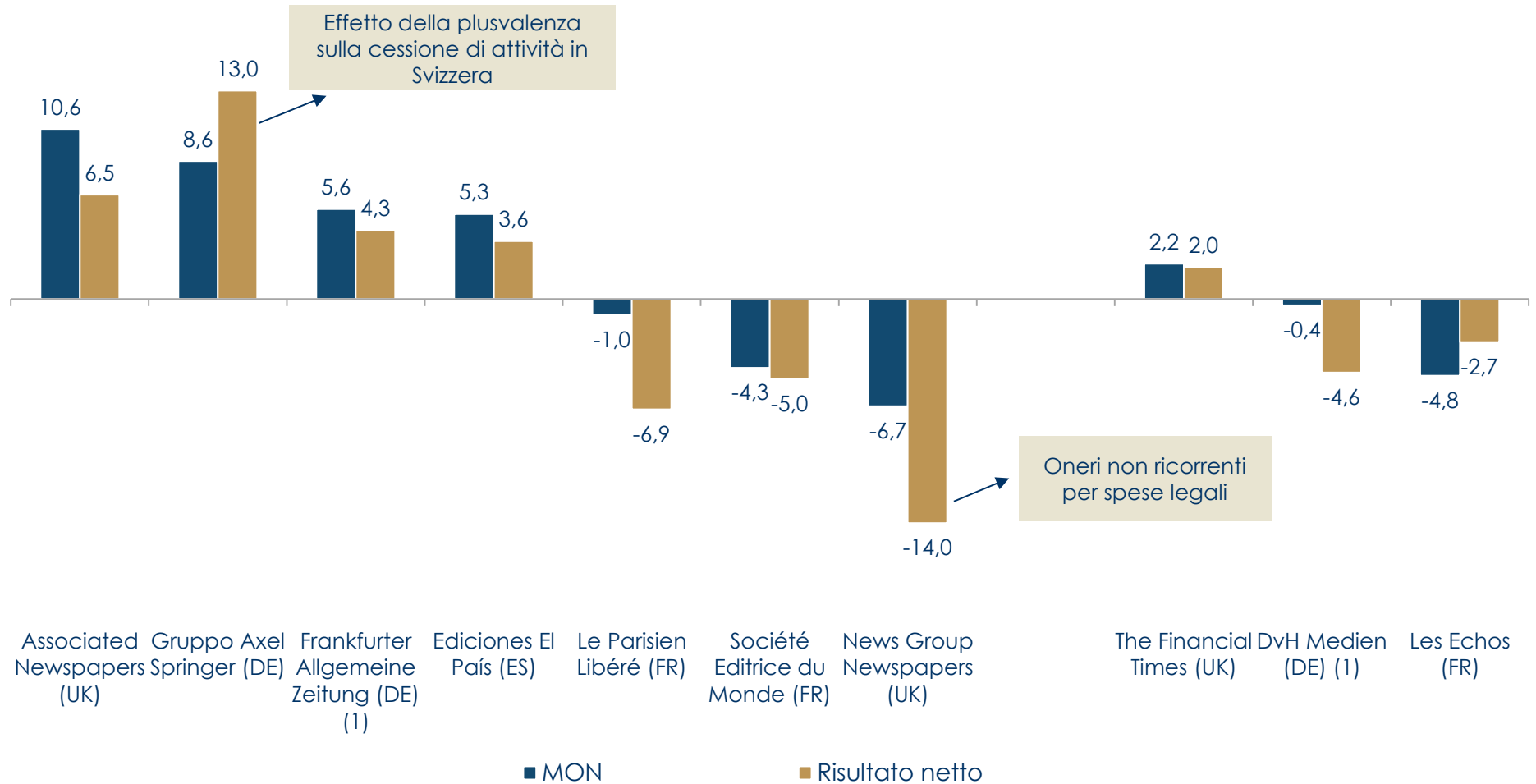
Economici

Fatturato: +2,7%
Ricavi diffusionali: +3%



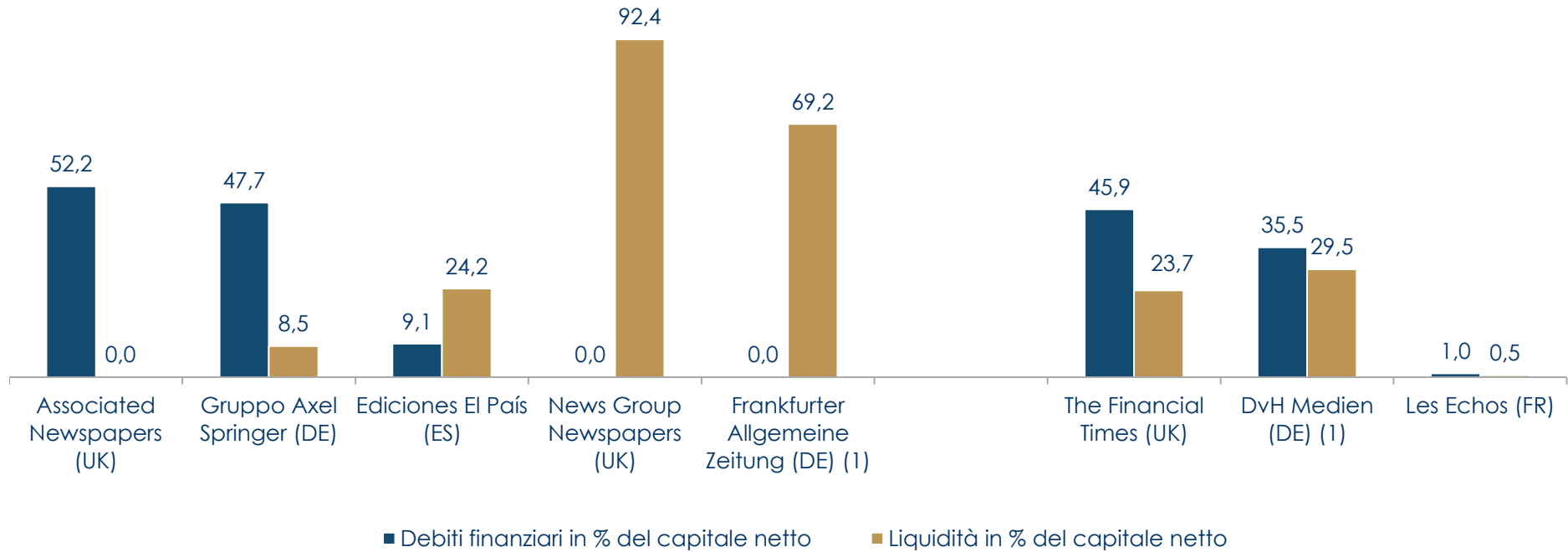
REDDITIVITÀ INDUSTRIALE E NETTA

MON e risultato netto in % del fatturato 2016 – Maggiori editori europei di quotidiani



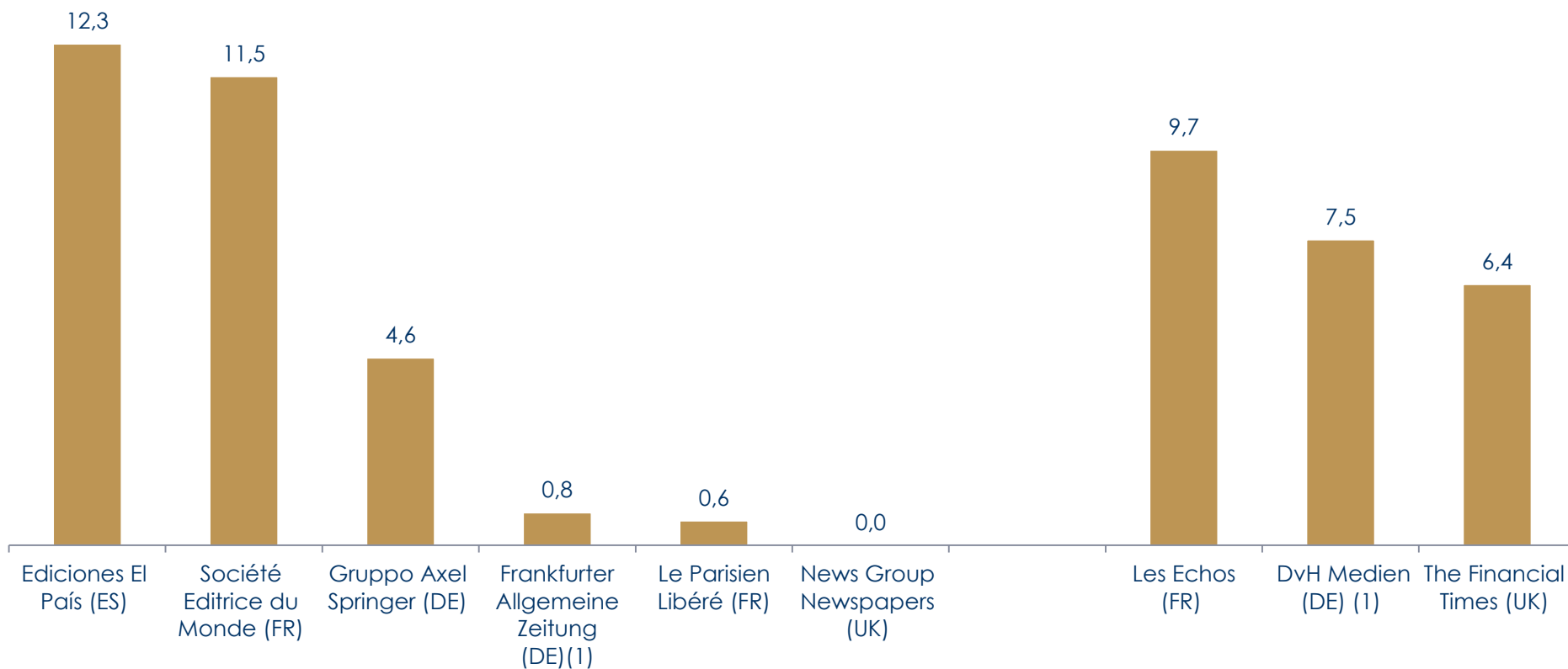
STRUTTURA FINANZIARIA GENERALMENTE SOLIDA

Debiti finanziari e disponibilità liquide in % del capitale netto 2016



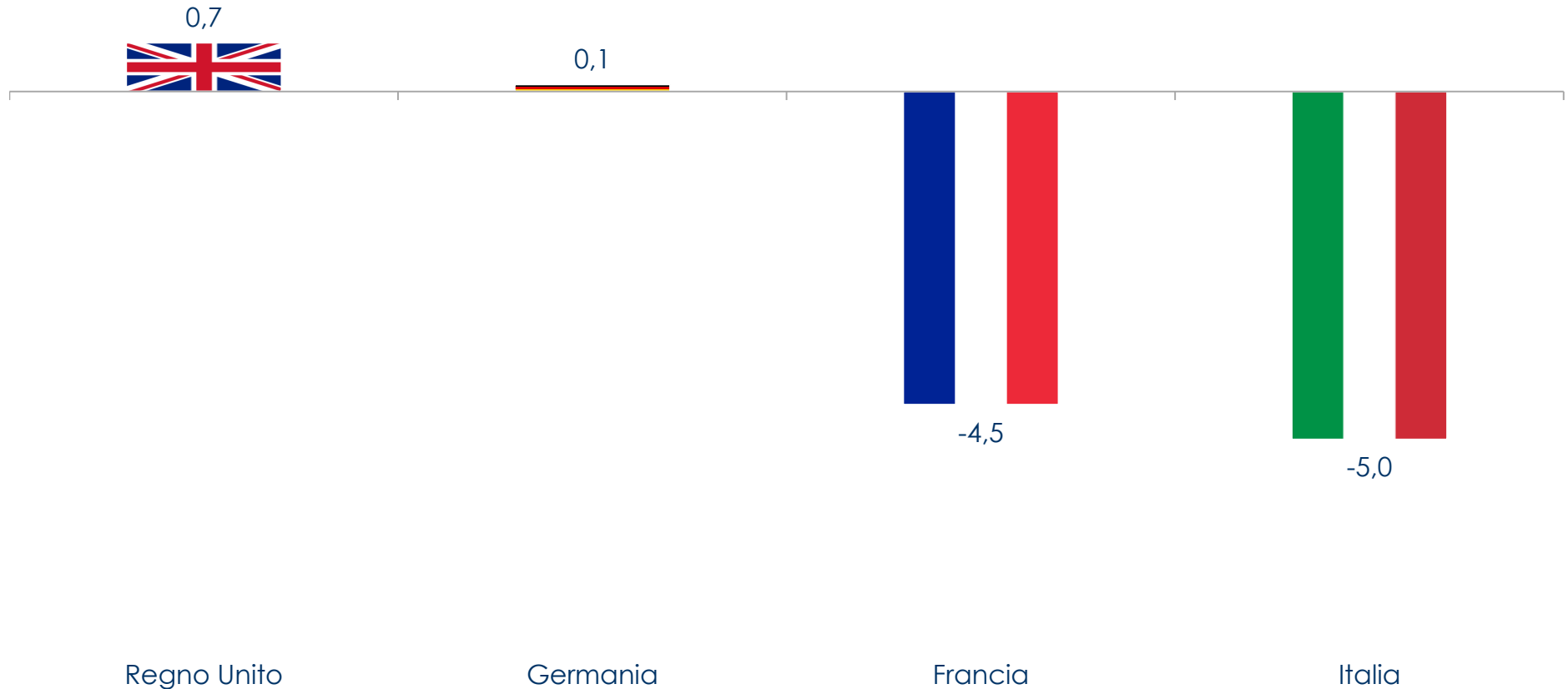
INVESTIMENTI

Tasso di investimento 2016 - Investimenti 2016 in % immobilizzazioni materiali lorde 2016



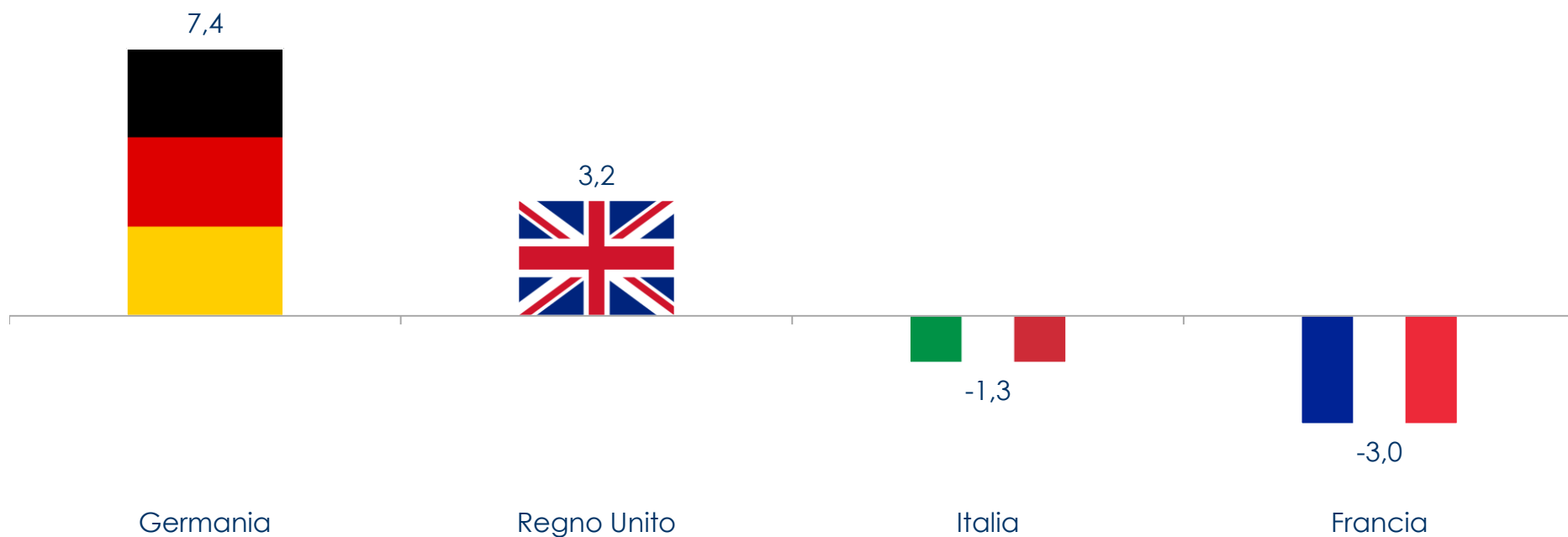
QUADRO DI SINTESI DE-FR-IT-UK: GIRO D'AFFARI

Variazione % 2016/15 del fatturato – Aggregato maggiori editori europei di quotidiani



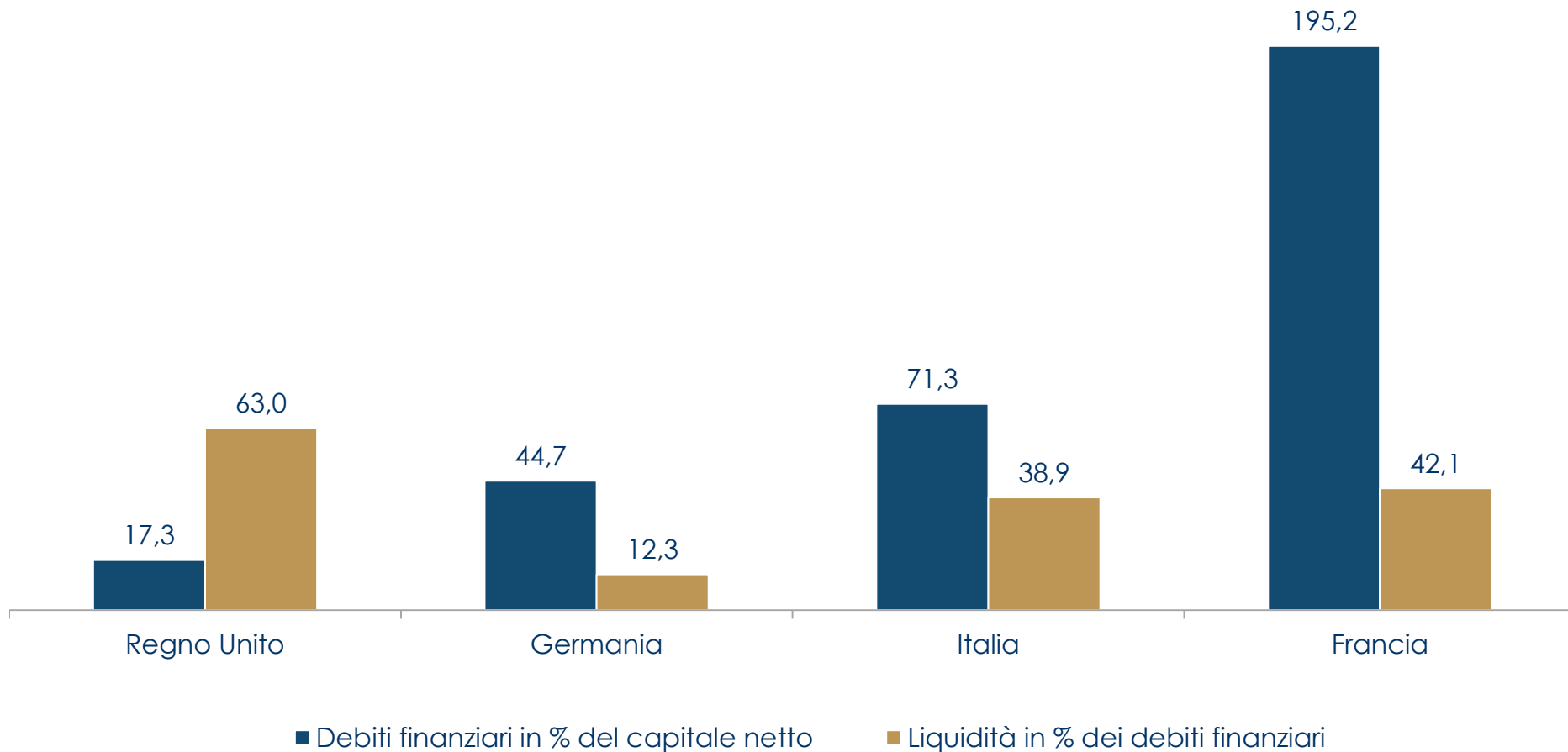
QUADRO DI SINTESI DE-FR-IT-UK: REDDITIVITÀ INDUSTRIALE

MON in % del fatturato 2016 – Aggregato maggiori editori europei di quotidiani



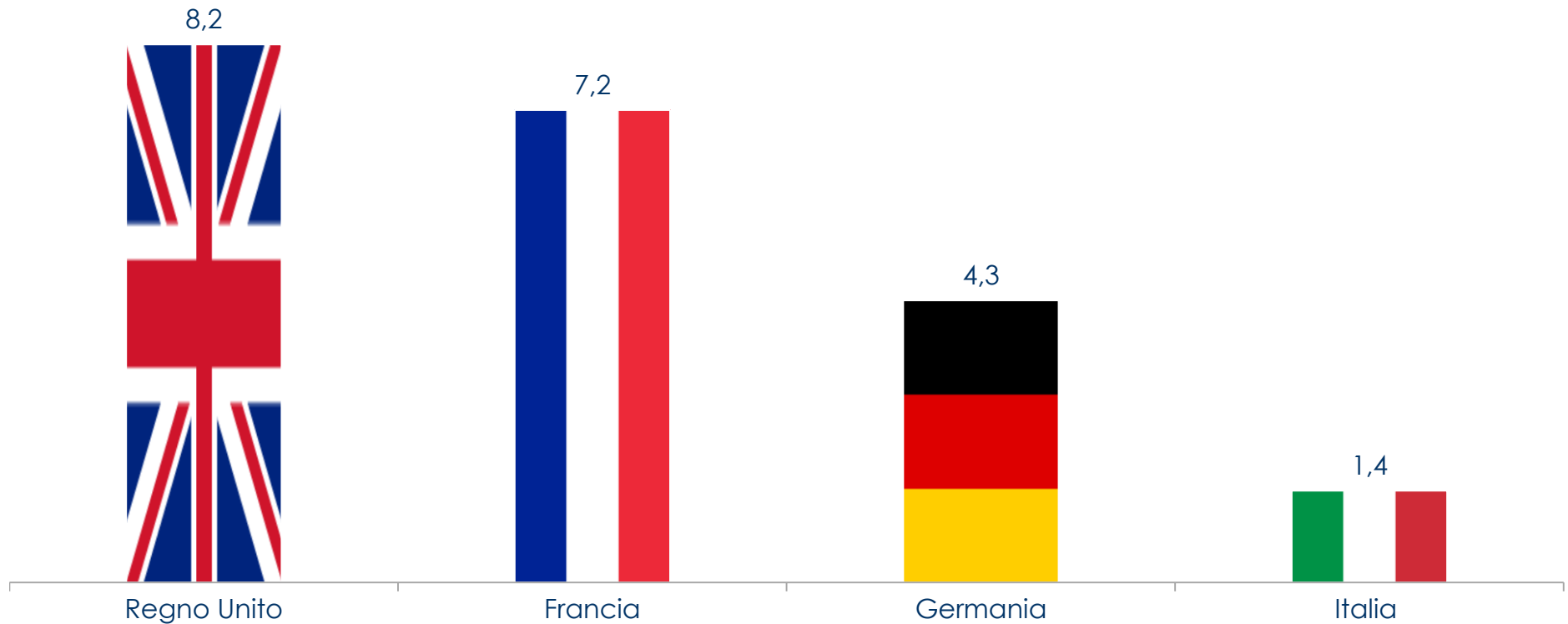
QUADRO DI SINTESI DE-FR-IT-UK: SOLIDITÀ FINANZIARIA

Debiti finanziari in % del capitale netto e liquidità in % dei debiti finanziari 2016 - Aggregato maggiori editori europei di quotidiani



QUADRO DI SINTESI DE-FR-IT-UK: INVESTIMENTI

Tasso di investimento 2016 - Investimenti 2016 in % immobilizzazioni materiali lorde 2016



PREZZI A CONFRONTO: QUANTO COSTA LEGGERE IN EUROPA (SEGUE)

Prezzi dei quotidiani in euro (sterline in UK) – N.indice 2012=100,0

Italia		2012	2013	2014	2015	2016
Corriere della Sera		1,20	1,30	1,40	1,50	1,50
	n. indice	100,0	108,3	116,7	125,0	125,0
La Repubblica		1,20	1,30	1,30	1,40	1,50
	n. indice	100,0	108,3	108,3	116,7	125,0
Il Sole 24 ORE		1,50	1,50	1,50	1,50	2,00
	n. indice	100,0	100,0	100,0	100,0	133,3
La Stampa		1,20	1,30	1,50	1,50	1,50
	n. indice	100,0	108,3	125,0	125,0	125,0
Il Messaggero		1,00	1,20	1,20	1,20	1,20
	n. indice	100,0	120,0	120,0	120,0	120,0
QN - Il Resto del Carlino		1,20	1,20	1,40	1,50	1,50
	n. indice	100,0	100,0	116,7	125,0	125,0
Francia						
Le Figaro		1,50	1,60	1,80	2,00	2,20
	n. indice	100,0	106,7	120,0	133,3	146,7
Le Monde		1,60	1,80	2,00	2,20	2,40
	n. indice	100,0	112,5	125,0	137,5	150,0
Le Parisien		1,05	1,05	1,10	1,20	1,20
	n. indice	100,0	100,0	104,8	114,3	114,3
Les Echos		1,70	1,90	2,00	2,20	2,30
	n. indice	100,0	111,8	117,6	129,4	135,3
Germania						
Bild		0,60	0,70	0,70	0,70	0,80
	n. indice	100,0	116,7	116,7	116,7	133,3
Frankfurter Allgemeine Zeitung		2,10	2,20	2,30	2,50	2,70
	n. indice	100,0	104,8	109,5	119,0	128,6
Handelsblatt		2,40	2,50	2,50	2,50	2,80
	n. indice	100,0	104,2	104,2	104,2	116,7

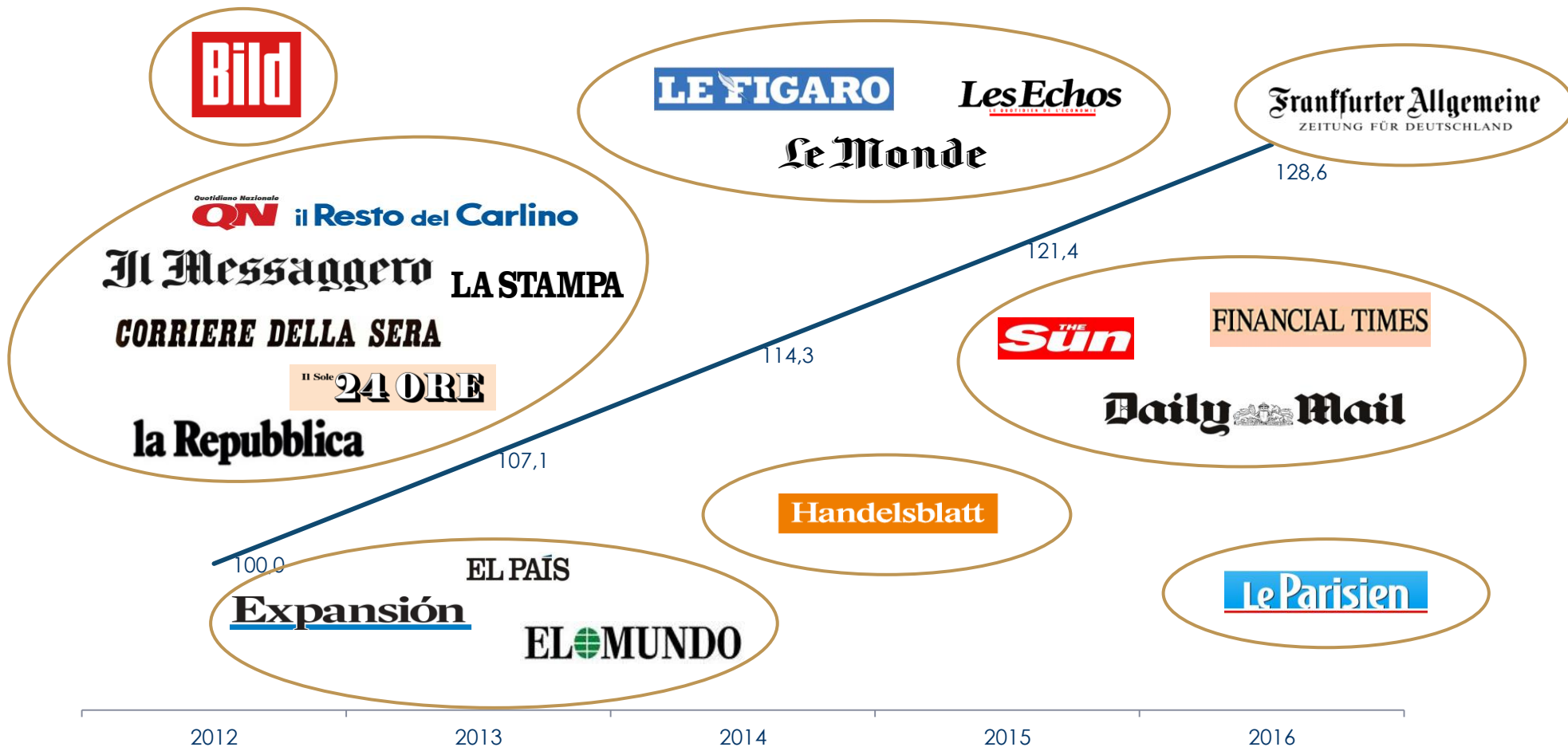
PREZZI A CONFRONTO: QUANTO COSTA LEGGERE IN EUROPA

Prezzi dei quotidiani in euro (sterline in UK) – N.indice 2012=100,0

Spagna		2012	2013	2014	2015	2016
El País		1,30	1,30	1,30	1,40	1,50
	n. indice	100,0	100,0	100,0	107,7	115,4
El Mundo		1,30	1,30	1,40	1,40	1,50
	n. indice	100,0	100,0	107,7	107,7	115,4
Expansión		1,80	1,80	1,90	1,90	2,00
	n. indice	100,0	100,0	105,6	105,6	111,1
Regno Unito - STERLINE						
The Sun		0,40	0,40	0,40	0,40	0,50
	n. indice	100,0	100,0	100,0	100,0	125,0
Daily Mail		0,55	0,60	0,60	0,60	0,65
	n. indice	100,0	109,1	109,1	109,1	118,2
FT – Financial Times		2,50	2,50	2,50	2,70	2,70
	n. indice	100,0	100,0	100,0	108,0	108,0

IERI E OGGI: LEGGERE COSTA SEMPRE DI PIÙ

Indice della variazione dei prezzi 2012=100,0 (media europea)



PRIMI NOVE MESI 2017

Sezione 5



DATI DI BILANCIO PRIMI 9 MESI 2017 (SEGUE)

	Dati primi 9 mesi (milioni di euro)				
	2017	in % sul fatturato	2016	in % sul fatturato	Var % 2017-2016
Gruppo Mondadori¹					
Fatturato	925		935		n.c.
MON	48	5,2	50	5,3	n.c.
Risultato netto	31	3,4	18	1,9	n.c.
Debiti finanziari	350		345		1,4
Capitale netto	345		318		8,5
Gruppo Cairo Communication²					
Fatturato	811		242		-7,9 (°)
MON	56	6,9	9	3,7	n.c.
Risultato netto	17	2,1	5	2,1	n.c.
Debiti finanziari	432		474		-8,9
Capitale netto	586		566		3,5
GEDI – Gruppo Editoriale³					
Fatturato	440		424		-0,2 (°)
MON	23	5,2	23	5,4	o
Risultato netto	-144	-32,7	14	3,3	neg/pos
Debiti finanziari	130		117		3,4 (°)
Capitale netto	538		598		n.c.
Gruppo RCS MediaGroup²					
Fatturato	658		709		-7,2
MON	47	7,1	-2	-0,3	pos/neg
Risultato netto	20	3,0	-17	-2,4	pos/neg
Debiti finanziari	342		380		-10,0
Capitale netto	120		100		20,0

DATI DI BILANCIO PRIMI 9 MESI 2017

	Dati primi 9 mesi (milioni di euro)				
	2017	in % sul fatturato	2016	in % sul fatturato	Var % 2017-2016
Gruppo Il Sole 24 ORE					
Fatturato	168		193		-13,0
MON	-43	-25,6	-42	-21,8	neg/neg
Risultato netto	-51	-30,4	-62	-32,1	neg/neg
Debiti finanziari	85		81		4,9
Capitale netto	-63		-12		neg/neg
Gruppo Monrif					
Fatturato	116		122		-4,9
MON	1	0,9	1	0,8	o
Risultato netto	-3	-2,6	-2	-1,6	neg/neg
Debiti finanziari	93		102		-8,8
Capitale netto	28		31		-9,7
Gruppo Caltagirone Editore (A)					
Fatturato	69		73		-5,5
MON	-5	-7,2	-6	-8,2	neg/neg
Risultato netto	o	o	o	o	pos/neg
Debiti finanziari	12		17		-29,4
Capitale netto	474		472		0,4
Gruppo Class Editori					
Fatturato	43		46		-6,5
MON	-12	-27,9	-14	-30,4	neg/neg
Risultato netto	-12	-27,9	-14	-30,4	neg/neg
Debiti finanziari	79		78		1,3
Capitale netto	26(A)		32		-18,8

TRUST IS THE NEW CURRENCY

Sezione 6



COSTRUIRE FIDUCIA E SFRUTTARE LE TECNOLOGIE INNOVATIVE

*“The decline in **trust** is the biggest risk we face as industry, and all our efforts must be with the aim of getting it back”*

*The **role of data** in building stronger audience relationships: “Publishers are using their audience data more and more effectively to build a stronger relationship with them. Machine learning, predictive analytics and other all methods can be employed to better understand readers’ expectations – and to convert audiences into loyal consumers”*

WAN-IFRA CEO Vincent Peyrègne

Cultura dell’innovazione: abituare la propria forza lavoro a valutare e condividere nuove idee, tecniche e strategie per far sì che quello dei quotidiani rimanga un ambiente vitale e proiettato al nuovo

FIDUCIA E COMUNITA' DI LETTORI FIDELIZZATI

Trust

Attention is the **old** currency

Trust is the **new one**



Community

"News needs to be a **business that builds value** for the communities it serves and **sustain itself as a result of value**"

Jeff Jarvis



Ricerche e Studi S.p.A. R&S

Milano, Foro Buonaparte 10
internet: www.mbres.it

(l'indagine è liberamente scaricabile dal sito)

