

asig

ASSOCIAZIONE
STAMPATORI
ITALIANA
GIORNALI

FIEG

FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI GIORNALI



Osservatorio Quotidiani
" Carlo Lombardi "

EDILAND MEETING 2017 BOLOGNA 19-20 settembre

TREND DELL'INDUSTRIA EDITORIALE NEL MONDO

Sergio Vitelli Segretario ASIG

COMUNICAZIONE ED EDITORIA

asig



**LINGUAGGIO
TRIBU'
10000 a.C**



**SCRITTURA
NAZIONE
3000 a.C**



**STAMPA
INTERNAZIONALE
1450 - 1990**



**DIGITALE
GLOBALE
1990 - 2017**

EDITORIA
=
COMUNICAZIONE

COMUNICAZIONE
EDITORIA

LA TRASFORMAZIONE DEL «LETTORE»

LA POSSIBILITA' DI RAGGIUNGERE CHIUNQUE DOVUNQUE
HA PRODOTTO :

PER LE MASSE

PERDITA GRADUALE DELLA TRADIZIONE DI LETTURA E DI ANALISI
RICERCA DELLA GRATUITA' PER I CONTENUTI INFORMATIVI
ABBANDONO DEL CRITERIO DI AFFIDABILITA'

PER LE AVANGUARDIE

CADUTA DI CREDIBILITA' DEL SISTEMA DI COMUNICAZIONE ESISTENTE
CRESCITA ESPONENZIALE DELLE NECESSITA' INFORMATIVE
RICHIESTA DI PERSONALIZZAZIONE SEMPRE PIU' SPINTA

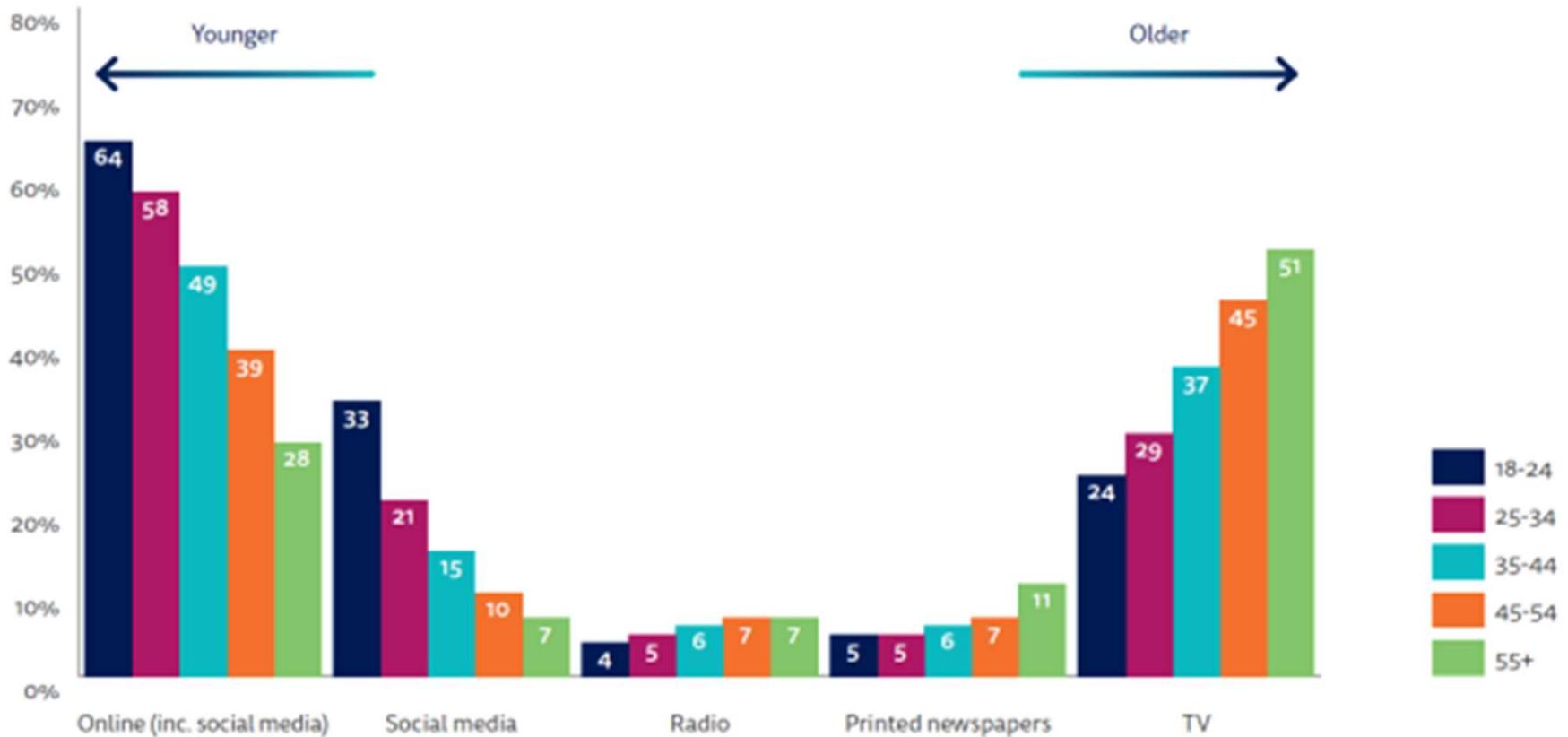


LE MASSE ASSORBONO E CONDIVIDONO INFORMAZIONI SOLO
TRAMITE I MOTORI DI RICERCA E SOCIAL NETWORKS

LE AVANGUARDIE NON SI ACCONTENTANO PIU' DEI MEDIA TRADIZIONALI E DELLA FRUIZIONE PASSIVA

IL CONSUMO DELL'INFORMAZIONE

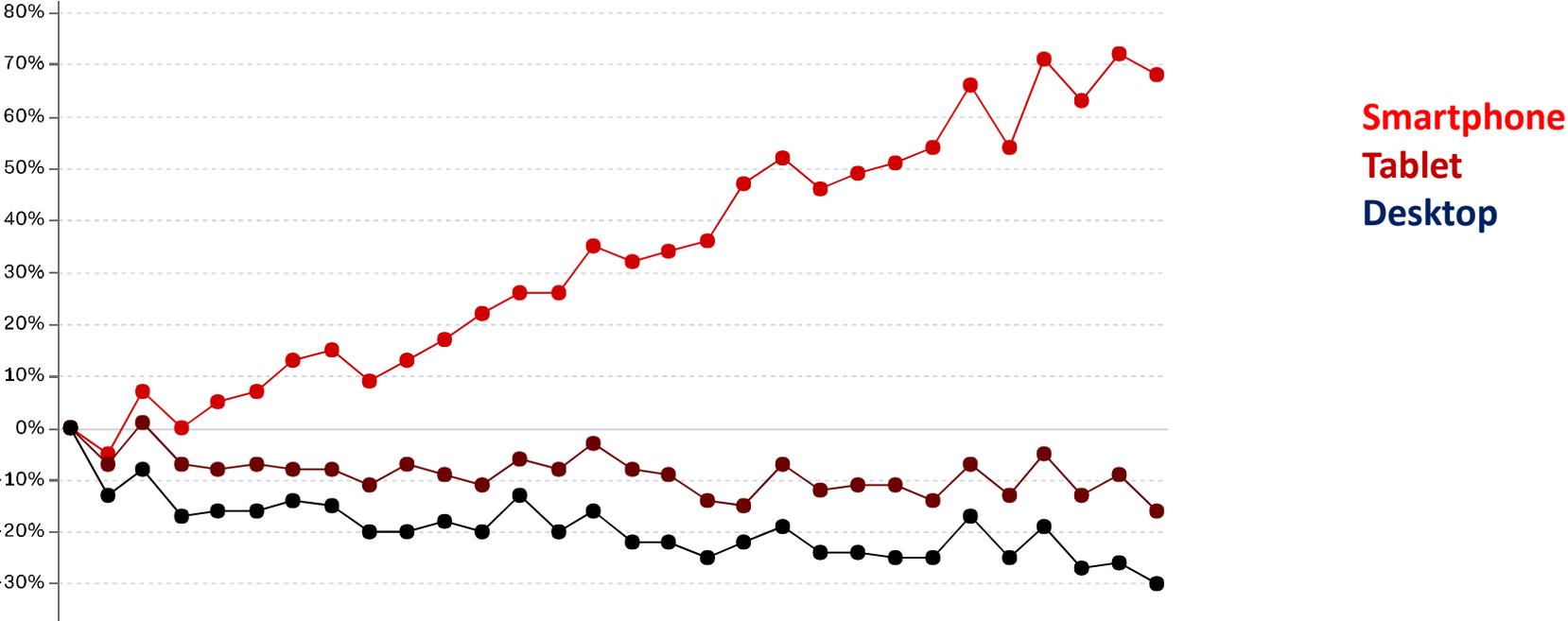
MAIN SOURCE OF NEWS BY AGE - ALL MARKETS



Q4. You say you've used these sources of news in the last week, which would you say is your MAIN source of news? Base: Aged 18-24/25-34/35-44/45-54/55+ that used a source of news in the last week. All markets = 7754/12,332/12,976/12,630/24,620.

UTILIZZO DEGLI STRUMENTI TECNOLOGICI

Change In U.S. website visits by device



On smartphones, 61 percent of websites' referred traffic — meaning when people don't go directly to a page but find it through another means — came from Google Search. Another 16 percent came from Facebook. Other sources made up

<https://www.recode.net/2017/9/11/16273578/smartphones-google-facebook-apps-new-online-traffic>

I PADRONI DELLA COMUNICAZIONE

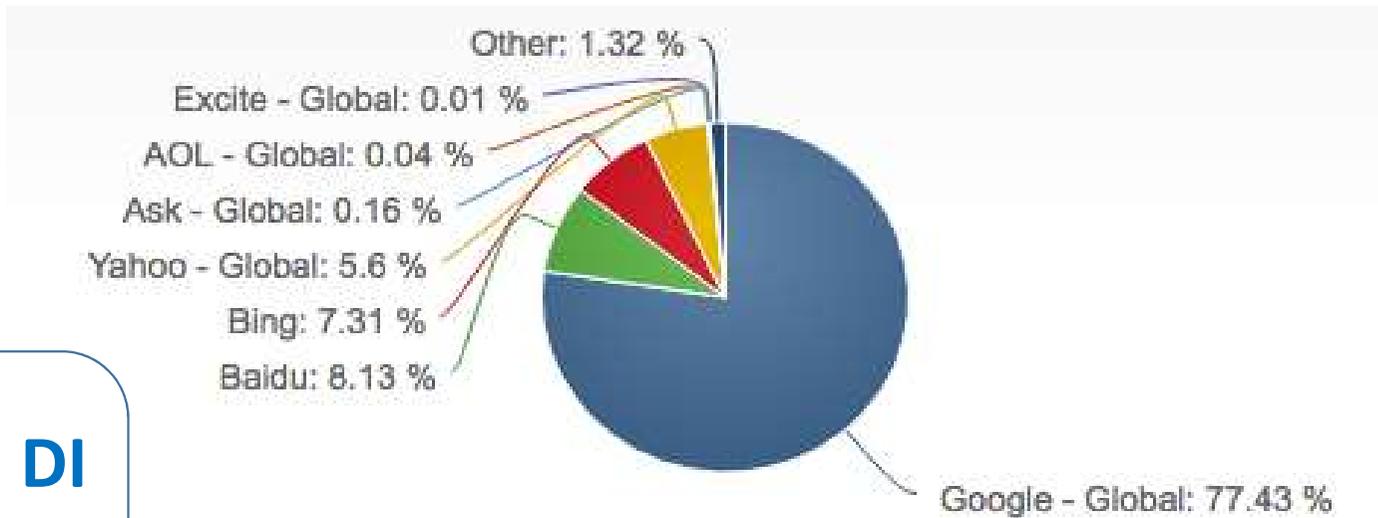


- **Motori di Ricerca**
- **Socializzazione (chat di messaggi, foto,video)**
- **Entertainment (video, film, serie, podcast, news)**
- **Intermediazione / distribuzione di merci e servizi**

**il tutto in modalità compatibile a livello mondiale
(traduzione automatica ed in simultanea)**

MOTORI DI RICERCA





Search Engine	Searches per day
Google	4,464,000,000
Bing	873,964,000
Baidu	583,520,803
Yahoo	536,101,505
Other (AOL, Ask etc)	128,427,264

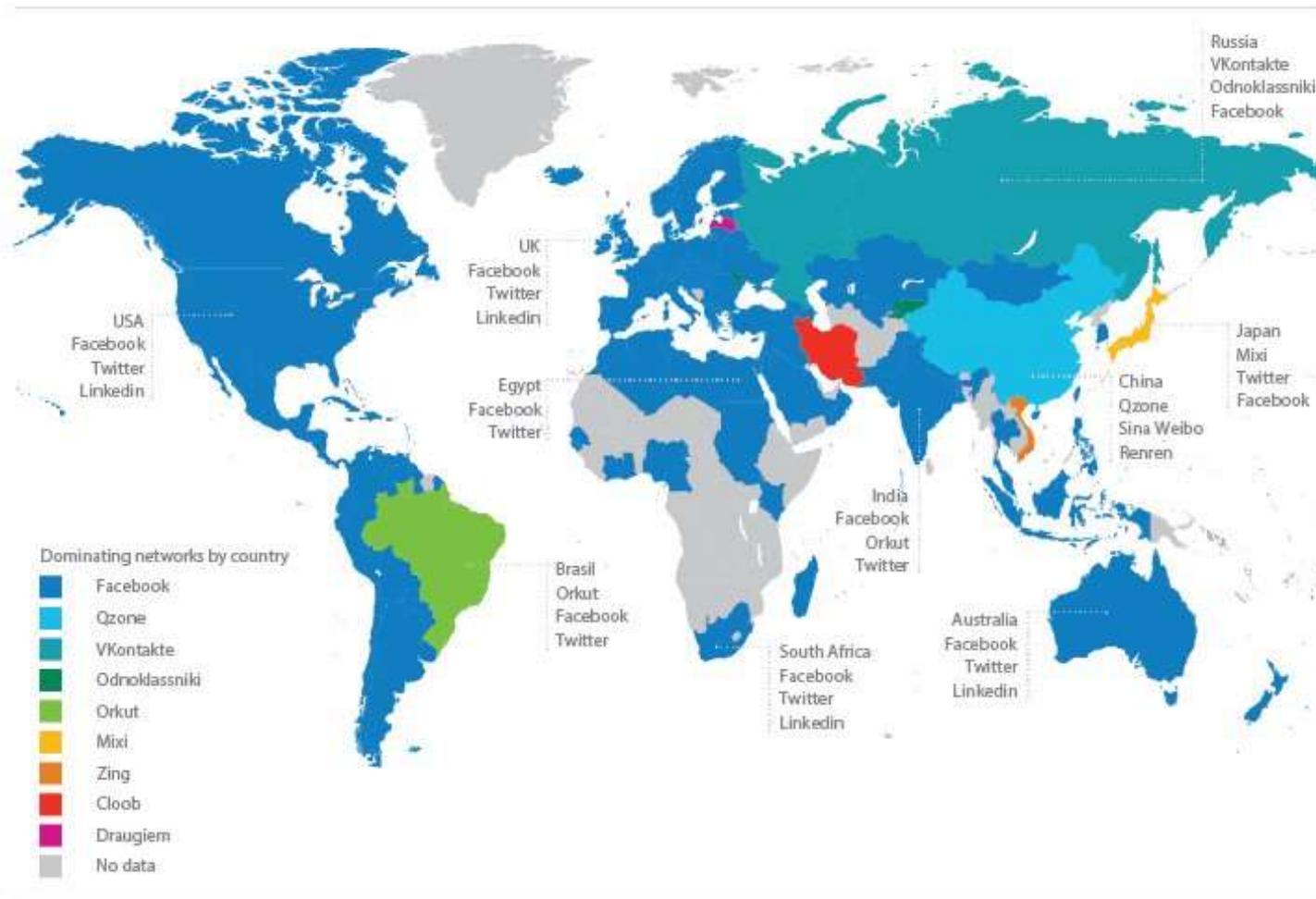
MOTORI DI RICERCA GLI UTENTI

6,586,013,574 searches a day worldwide

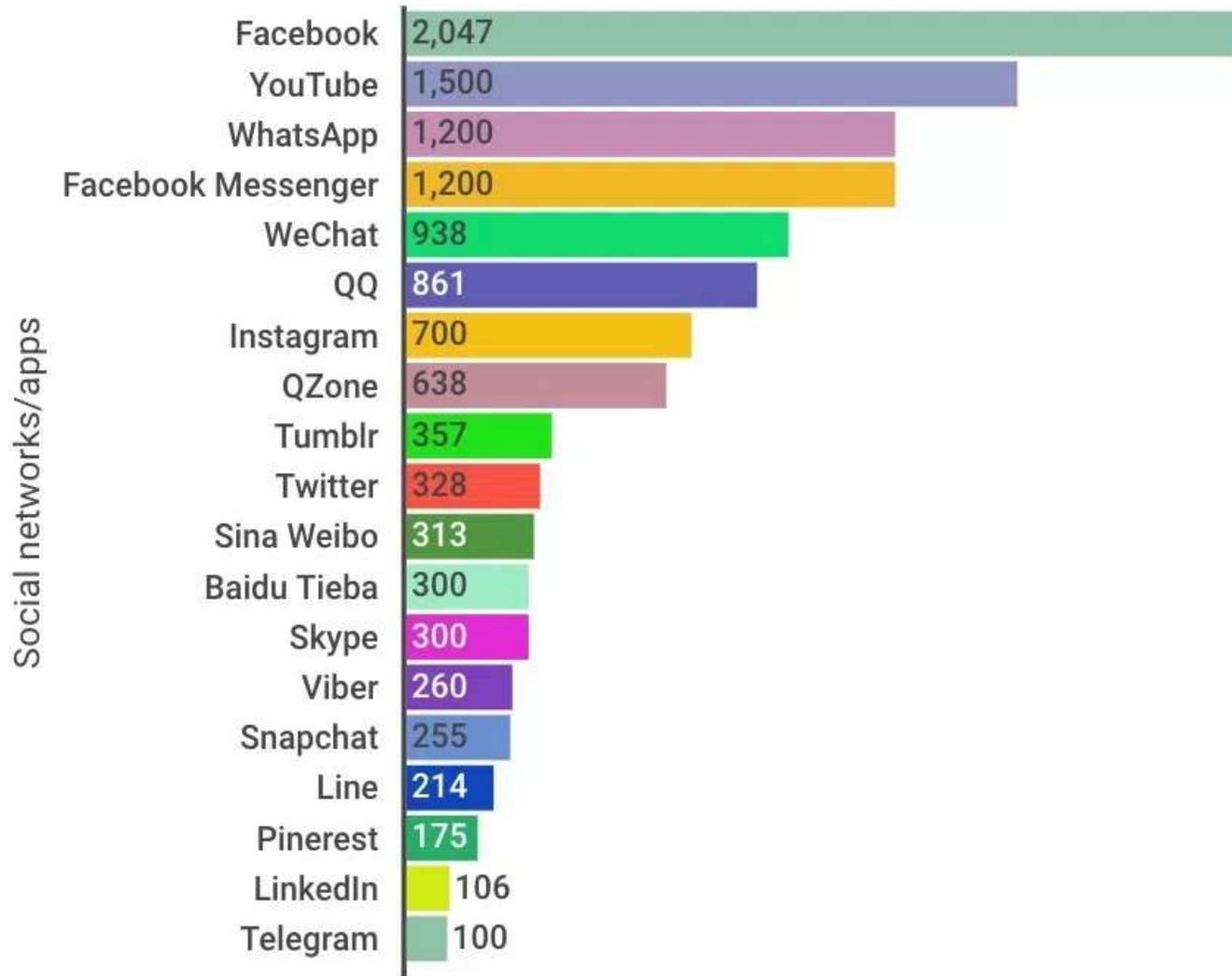
Dati aprile 2017 Smart Insights

SOCIAL NETWORKS

Leading social media networks according to country



SOCIAL NETWORKS GLI UTENTI



Number of active users in August 2017 (millions)

I MOTORI DI ACQUISTO / INTERMEDIAZIONE



COME LOTTANO TRA DI LORO ?

asig



- IMPLEMENTA GOOGLE PLAY PER GLI ACQUISTI
- GOOGLE EXPRESS-WALL MART PER ORDINI VERBALI ON LINE
- ASSISTENTE VIRTUALE E HALLO
- IMPLEMENTA GOOGLE HANGOUTS PER CHAT
- NEL 2016 HA TENTATO DI ACQUISIRE SNAPCHAT



- STA SPERIMENTANDO WATCH PER VIDEO UTENTI
- PROGETTA REALTA' AUMENTATA SU FOTO
- NUOVO ASSISTENTE VIRTUALE DI MESSENGER M / SERVIZIO ALLE AZIENDE
- IMPLEMENTA FACEBOOK MARKETPLACE X CONDIVISIONE ACQUISTI



- STA STUDIANDO UNA NUOVA APP CHAT
- ASSISTENTE VIRTUALE ALEXA E ECHO
- STA INIZIANDO A INTEGRARE :
- INTERMEDIAZIONE E VENDITA DIRETTA (ACQUISIZIONE WHOLE-FOODS-MARKETS)
- INTERMEDIAZIONE E INFORMAZIONE (WASHINGTON POST)

COME INTERAGISCONO CON L'EDITORIA ?

asig



- FINANZIA PROGETTI INNOVATIVI (DIGITAL NEWS INITITIVES) E NEWSLAB
- HA LANCIATO IL CANALE YOU TUBE PER GLI EDITORI, LOTTA ALLE FAKE NEWS
- UTIIZZA AMP (EQUIVALENTE DI INSTANT ARTICLES) X AIUTARE ABBONAMENTI EDITORI
- GOOGLE NEWS SI STA EVOLVENDO IN GOOGLE FEED (DA NEWS GENERALI A NEWS PERSONALIZZATE)
- STA ATTIVANDO ADSBLOCK IN CHROME

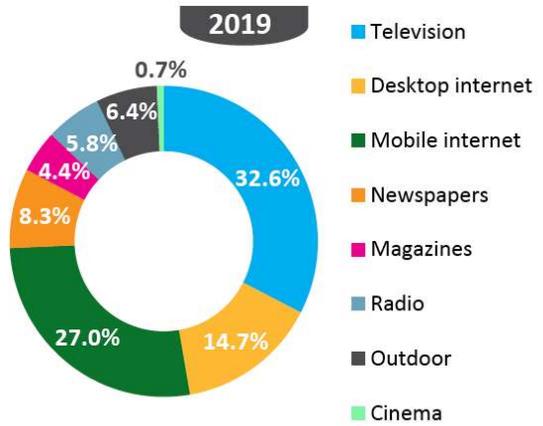
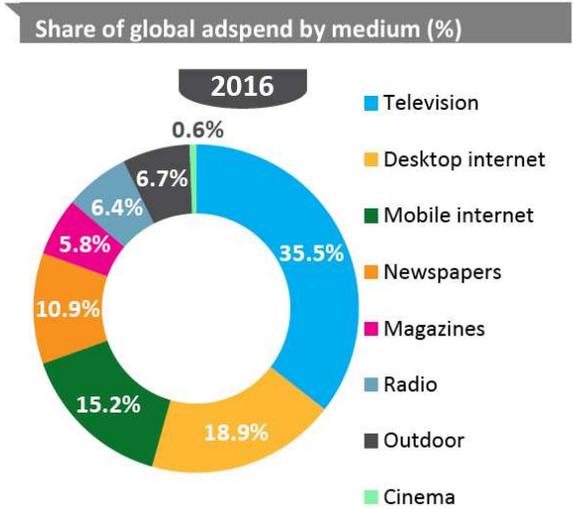
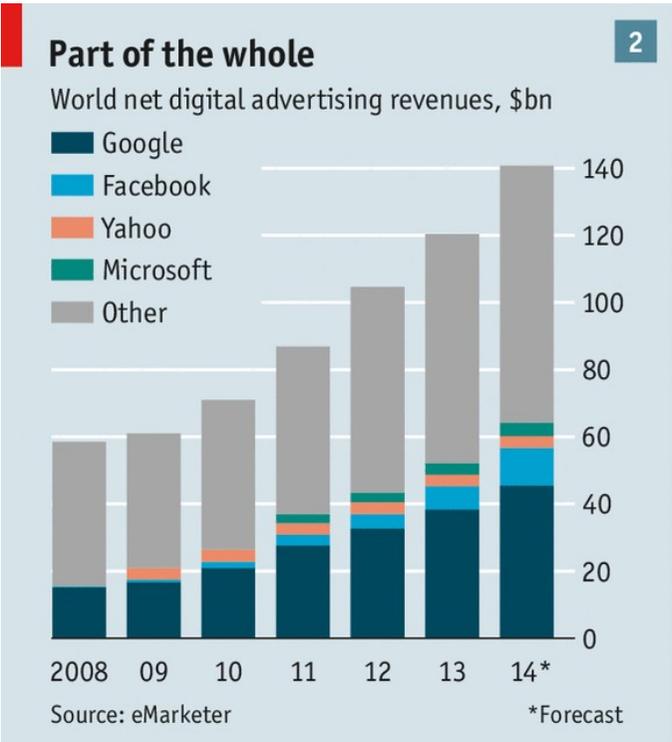


- SI STA ORGANIZZANDO PER FORNIRE NEWS ORIGINALI IN COLLABORAZIONE CON EDITORI NAZIONALI E LOCALI
- SPERIMENTERA' PAGAMENTO AGLI EDITORI X INSTANT ARTICLES E ABBONAMENTI SU FB
- LOTTA ALLE FAKE NEWS
- USAINFORMATION CHATBOT



- STA SPERIMENTANDO CON LA SUA ACQUISIZIONE WASHINGTON POST, UN NUOVO MODELLO DI GIORNALE COMPATIBILE CON IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE GLOBALE
- TALK PIATTAFORMA CHATBOT CON I LETTORI
- HA LANCIATO AMAZON VIDEO DIRECT PER GLI EDITORI
- STA SPERIMENTANDO LA FUNZIONE DI DISTRIBUZIONE PER I GIORNALI (PRIME / EL PAIS)

COME INTERAGISCONO NELLA PUBBLICITA' DIGITALE



Source: Zenith

- **FATTURATO PUBBLICITA' DIGITALE USA GOOGLE+FACEBOOK**
- **2015 64 % 2016 67 % 1° TRIM 2017 71 %**

COME PUO' L'EDITORIA CONVIVERE CON LORO ?



INFORMAZIONI : SCRITTE/ SONORE/VIDEO/VIDEO 360

DATI SEMPLICI O ELABORATI (ANALISI, FACT CHECKING ETC)

SERVIZI PER I CLIENTI (ACQUISTI, SALUTE, CUCINA ETC)

REALTA' AUMENTATA / VIRTUALE, EVENTI

CLIENTI CUI RIVOLGERSI :

LETTORE ATTIVO, PARTECIPATIVO, CONSOCIATIVO, MULTILINGUA

ORGANIZZAZIONE :

COLLOQUIALE (BLOG E CHATBOTS CON AI)

VERTICALE PER PRODOTTO / PERSONA

RAZIONALIZZAZIONE REDAZIONI E CONCENTRAZIONE COSTI

CANALI :

CARTA

RADIO / PODCAST/ TV/ASSISTENTI HOME

WEB SITI / BLOGS / APPS/ NEWSLETTERS/WEB PUSH/SOCIAL NETWORKS

DESKTOP / TABLET / SMARTPHONE

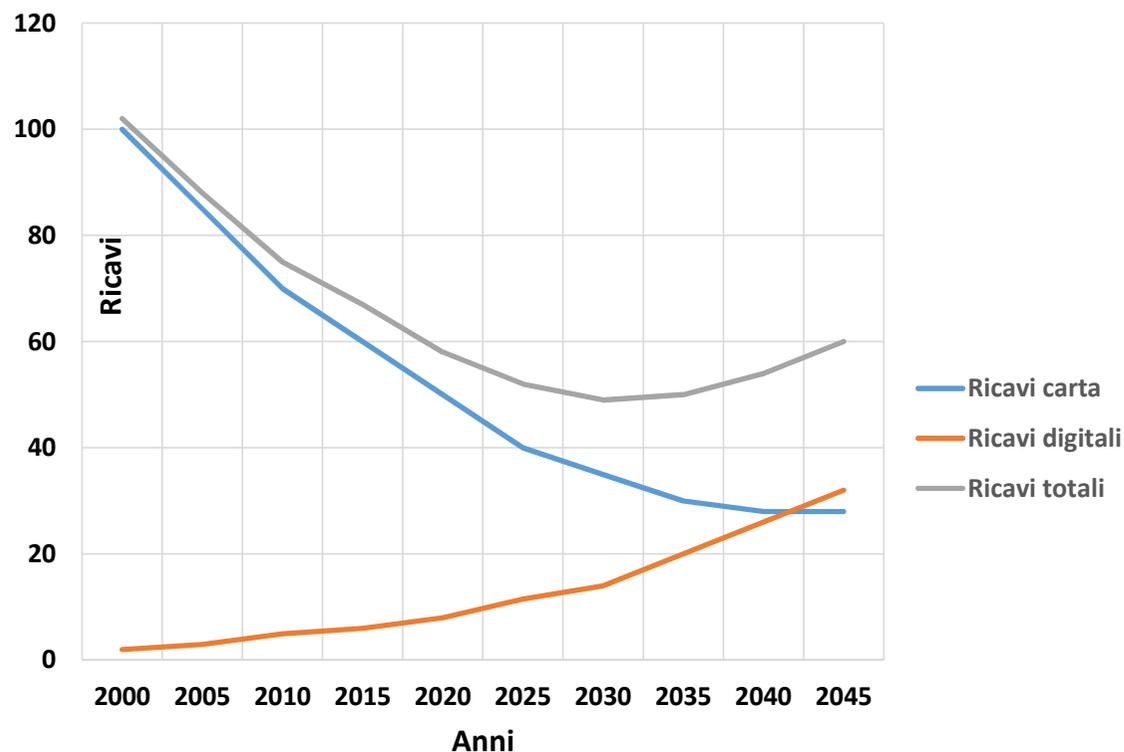
EVENTI E VENDITE BRAND

MODELLI DI FINANZIAMENTO: PAGAMENTO PER CANALE

ABBONAMENTI, LOTTI, SINGOLO PRODOTTO, SINGOLO ARTICOLO

STRATEGIE SUI RICAVI

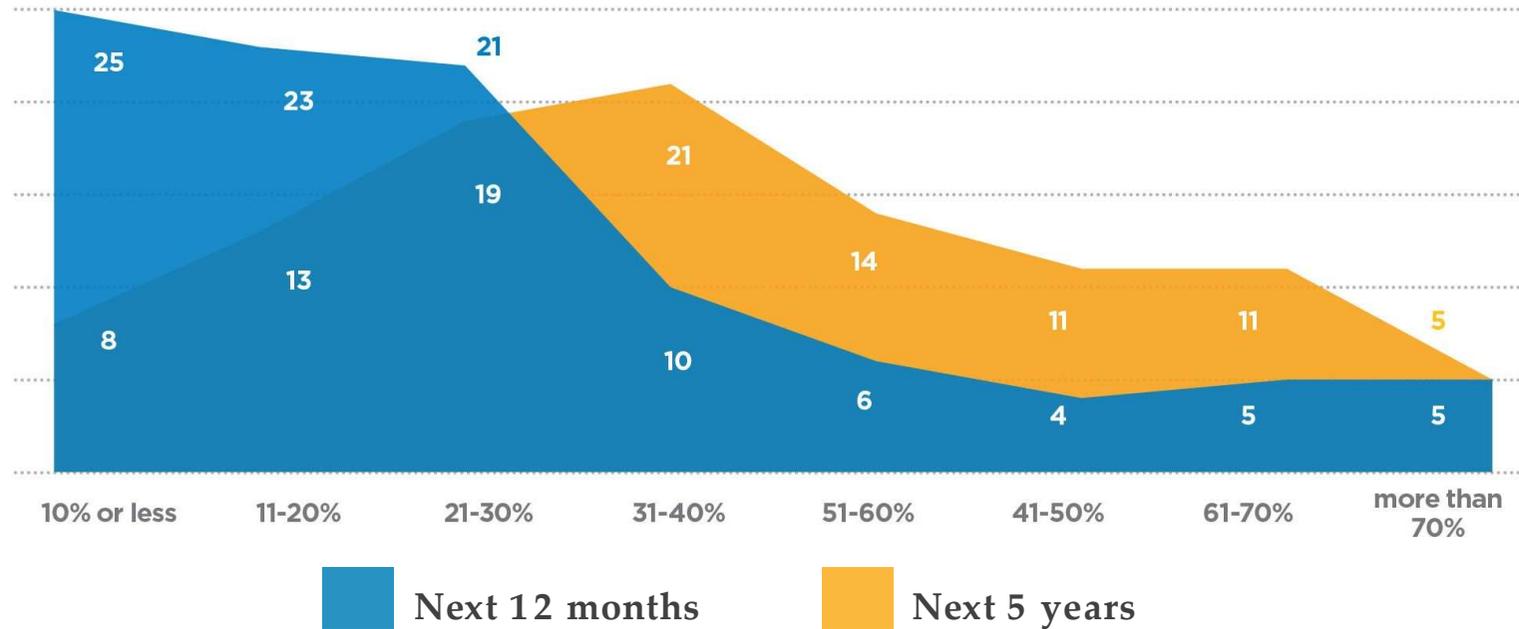
Andamento ricavi Carta / Digitale/Totali



E' necessario :
creare più nuove fonti
possibili di ricavi tra tutti
quelli citati per accelerare
il punto di pareggio

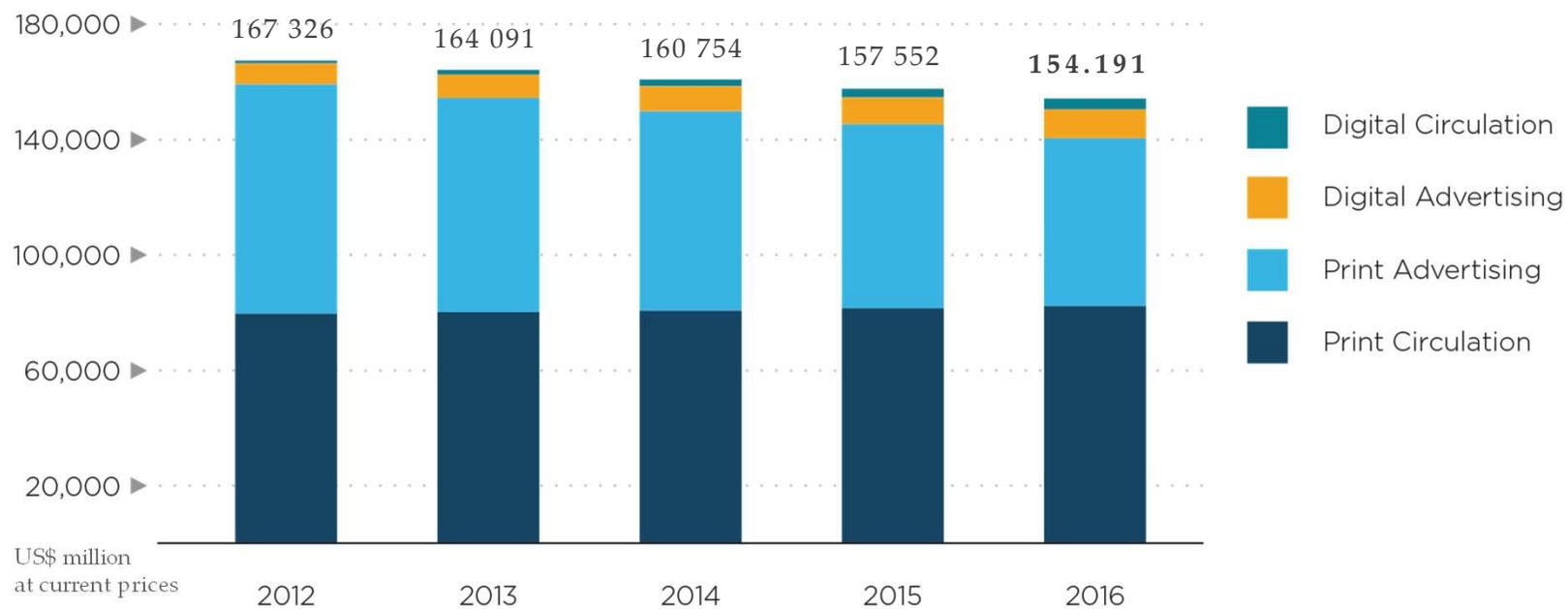
LA INSTANCABILE RICERCA DI NUOVE FONTI DI RICAVO

Total company revenue/income from non-traditional media activities (content sales and advertising)



Source: World News Media Outlook 2017 – Innovation Research Group, & WAN-IFRA

RICAVI TRADIZIONALI DEI GIORNALI 2012/2017

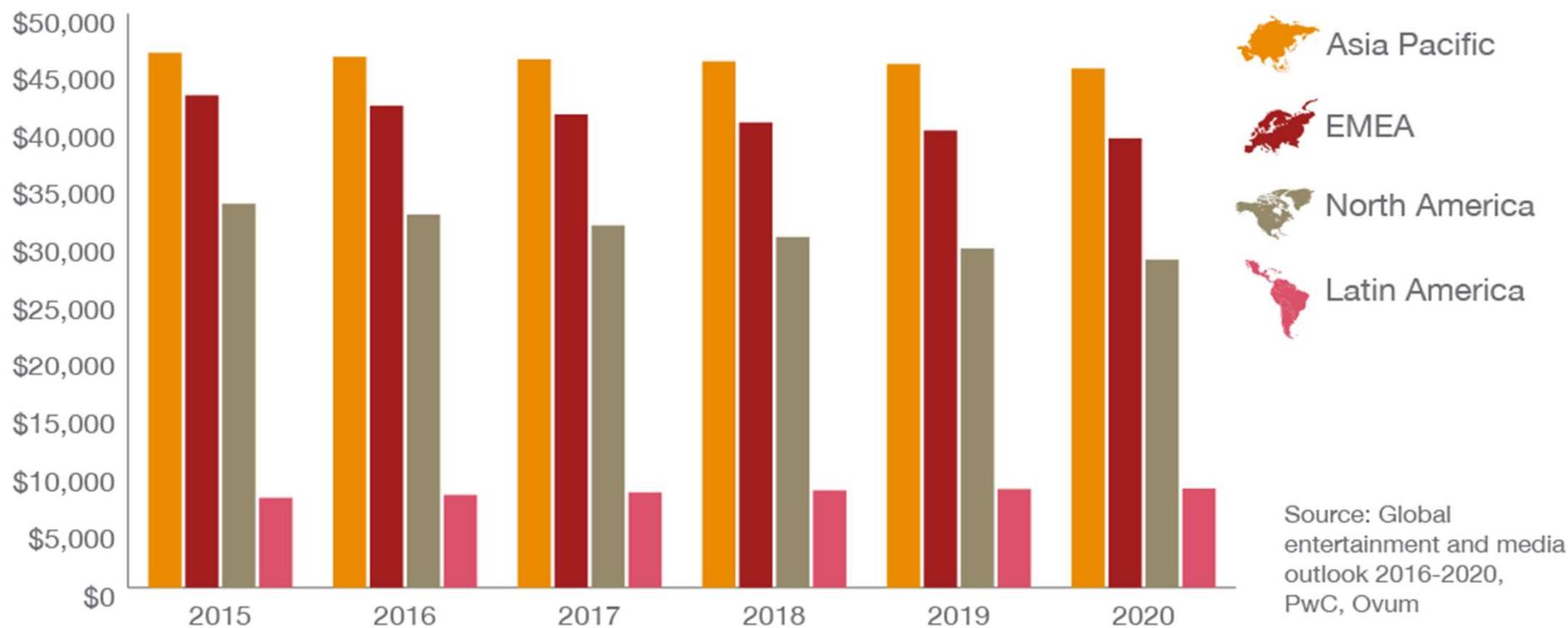


Source: WPT Analysis, ZenithOptimedia and PwC Global Entertainment and Media Outlook: 2016-2020

ANDAMENTO RICAVI GIORNALI 2015 - 2020

Looking across the world, Latin America is the only region whose newspaper industry is continuing to grow—driven by digital charging schemes

Total newspaper revenue by region (US\$m), 2015-2020



STRATEGIE SUI COSTI : CONCENTRARE SERVIZI PRIMARI, DECENTRARE E TERZIARIZZARE SERVIZI NON PRIMARI, OTTIMIZZARE PRODUZIONE CONTENUTI



AMMINISTRAZIONE E PRODUZIONE

**CREARE CONCENTRAZIONI EDITORIALI
PER :**
GESTIONE TECNOLOGICA
GESTIONE PRODUTTIVA
RACCOLTA PUBBLICITARIA
ANALISI MERCATI VERTICALI E LOCALI

REDAZIONI



RIDUZIONE DRASTICA COLLABORATORI FISSI
MANTENIMENTO E VALORIZZAZIONE FIRME DI RICHIAMO
INTRODUZIONE FORMAZIONE IT/ANALISI AUDIENCE/BIG DATA
ORGANIZZAZIONE PER CONTENUTI / MEDIA
MAGGIORE FLESSIBILITA' PER CONTENUTI SPONSORIZZATI
MANTENIMENTO DELLE SOLE PROFESSIONALITA' UTILI A FINI DI BUSINESS
FORTE AUMENTO DEI SERVIZI DI QUALITA' TERZIARIZZATI
UTILIZZO ROBOT X CHAT, NEWS MINORI, NEWSLETTERS, ANALISI LETTORI

I CAMPIONI DEL PUBLISHING USA



The
Washington
Post

TECNOLOGIA : WEB PAGES/MOBILE DA 4 SEC A 1 SEC, LOXODO ANALISI LETTORI ,
GIORNALE PRECARICATO IN KINDLE, CONTENUTI IN FACEBOOK

PRODOTTI : PODCAST A TEMA / MORNING REVIEW X ALEXA/POLLY X MOBILE
VISITE A REALTA' AUMENTATA / FACT CHECKER / «LILY» PER DONNE

MILLENNIALS SU FACEBOOK-ISTAGRAM /«WORLDVIEW» PER ESTERO/ OWN PER
PUBBLICITA' PERSONALIZZATA AUTOMATICA

INTERATTIVITA' : «POST THIS» FACEBOOK CON BLOG LETTORI, DAILY NEWSLETTER
SPERIMENTAZIONE «MODBOT» PER ANALISI E RISPOSTA COMMENTI

DISTRIBUZIONE : SPERIMENTAZIONE EL PAIS CON UN ACQUISTO AMAZON

The
New York
Times

TECNOLOGIA : CONTENUTI IN FACEBOOK, ISTAGRAM, SNAPCHAT

PRODOTTI : PODCAST «DAILY»

INTERATTIVITA' : CENTRO LETTORI, BOTS SPORT «SAM» E POLITICA
SPERIMENTAZIONE «MODERATOR» PER ANALISI E RISPOSTA COMMENTI

DISTRIBUZIONE : EDIZIONI CINESE, SPAGNOLO, VENDITE PROGRAMMATE ADS WORLD

I CAMPIONI DEL PUBLISHING EUROPA

TECNOLOGIA : EXT CHROME X BI NEWS, FACEBOOK X ABBONAMENTI BILD

PRODOTTI : AGGREGATORE UPDAY, DAILY SPIEGEL

INTERATTIVITA' : ARTICOLI SU FACEBOOK, CHATBOT X VIAGGI

INVESTIMENTI : BUSINESS INSIDER, BLENDLE, NINE MEDIA

DISTRIBUZIONE : SEDE IN NEW YORK, ADESIONE A VOX EUROPE (TRADUZ INSTANT)

TECNOLOGIA : HUB TECNOLOGICI (500 ADDETTI) IN BARCELLONA, CRACOVIA, OSLO, PARIGI, STOCOLMA, LONDRA IN COLLABORAZIONE CON EDITORI, SITI ETC LOCALI

PRODOTTI : TARGETING ENGINE PER ANNUNCI ORIENTATI AI VARI STATI EUROPEI

INTERATTIVITA' : SPECIALIZZAZIONE SU RICERCA PRODOTTI ; SUBITO, PAGOMENO, INFOJOBS

DISTRIBUZIONE : SCHIBSTED MEDIA PLATFORM PER CONTENUTI PROPRI ED ALTRI EDITORI EUROPEI

axel springer 



讀賣新聞
THE YOMIURI SHIMBUN

朝日新聞


जागरण


THE TIMES OF INDIA

 **毎日新聞** 

I CAMPIONI DEL PUBLISHING ASIA

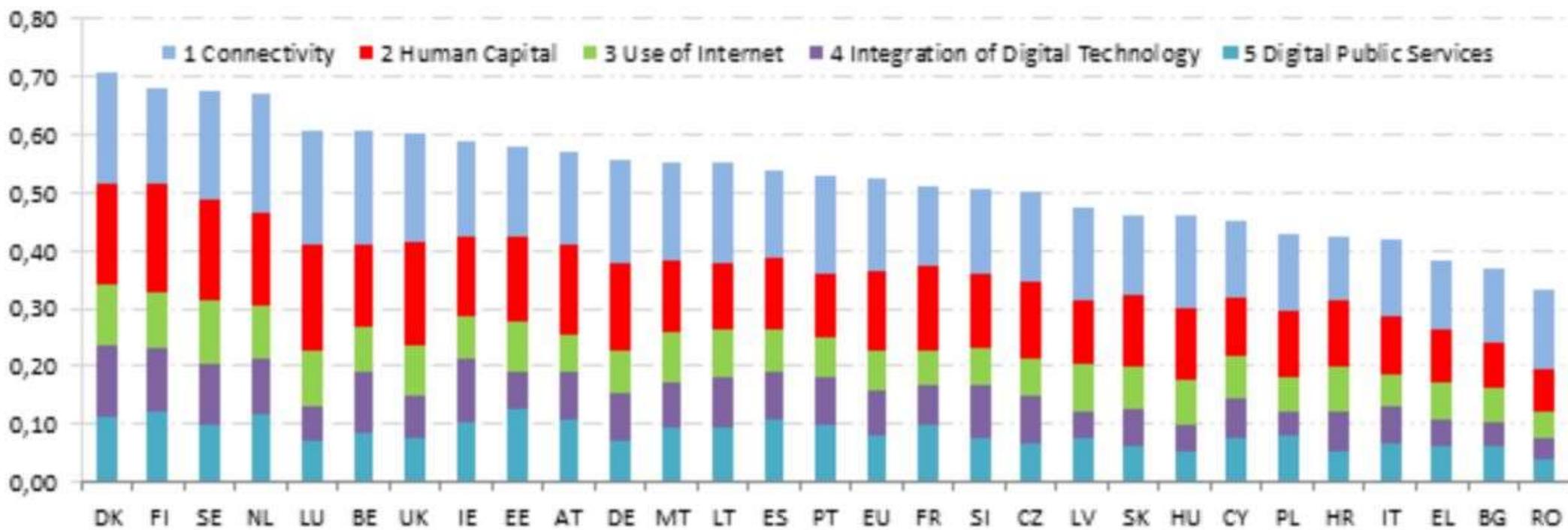
Newspaper	Country	Mcp 2007	Mcp 2017	Perdite % 2007-2017
Yomiuri Shimbun	Japan	10,042	9,017	10,21%
Asahi Shimbun	Japan	8,094	6,584	18,66%
Dainik Jagran	India	2,523	3,921	-55,41%
The Times of India	India	2,951	3,184	-7,90%
Mainichi Shimbun	Japan	3,857	3,093	19,81%

LA CARTA IN ITALIA

Quotidiani Nazionali	Vendite gennaio 2007	Vendite gennaio 2016	Vendite gennaio 2017	Perdite % 2017- 2007	Perdite % 2017- 2016
La Repubblica	430.563	214.582	188.393	56,24%	12,20%
Il Corriere della Sera	428.154	209.285	201.581	52,92%	3,68%
La Stampa	228.007	139.820	120.876	46,99%	13,55%
Il Sole 24 Ore	185.914	86.427	58.264	68,66%	32,59%
Il Giornale	157.269	70.836	57.988	63,13%	18,14%
Libero	109.259	33.481	24.292	77,77%	27,45%
Il Fatto Quotidiano		34.246	34.986		-2,16%
Italia Oggi	29.758	23.986	20.009	32,76%	16,58%
Avvenire	27.855	24.937	23.345	16,19%	6,38%
Il Manifesto	21.676	8.439	8.375	61,36%	0,76%
TOTALE NAZIONALI	1.618.455	846.039	738.109	54,39%	12,76%
Quotidiani Locali	Vendite gennaio 2007	Vendite gennaio 2016	Vendite gennaio 2017	Perdite % 2017- 2007	Perdite % 2017- 2016
Il Messaggero	190.072	100.858	90.646	52,31%	10,13%
Il Resto del Carlino	154.045	99.996	94.462	38,68%	5,53%
La Nazione	126.169	77.682	70.034	44,49%	9,85%
Il Gazzettino	87.635	51.722	47.612	45,67%	7,95%
Il Secolo XIX	94.392	46.760	41.759	55,76%	10,70%
Il Giorno	62.034	39.931	40.266	35,09%	-0,84%
Il Tirreno	80.386	44.176	39.388	51,00%	10,84%
Messaggero Veneto	47.782	40.332	37.912	20,66%	6,00%
Unione Sarda	59.537	40.190	37.166	37,57%	7,52%
Il Mattino	72.565	36.352	32.130	55,72%	11,61%
Nuova Sardegna	54.110	35.609	32.704	39,56%	8,16%
L'Arena di Verona	29.006	26.421	23.703	18,28%	10,29%
L'Eco di Bergamo	41.423	26.220	23.754	42,66%	9,41%
Il Giornale di Vicenza	37.259	25.133	22.515	39,57%	10,42%
La Gazzetta del Sud	46.266	24.031	21.258	54,05%	11,54%
Il Piccolo	37.939	22.797	20.984	44,69%	7,95%
TOTALE LOCALI	1.220.620	738.210	676.293	44,59%	8,39%
TOTALE ITALIA	2.839.075	1.584.249	1.414.402	50,18%	10,72%

L'ANDAMENTO DELLO SVILUPPO DIGITALE IN ITALIA

Digital Economy and Society Index (DESI) 2017 ranking

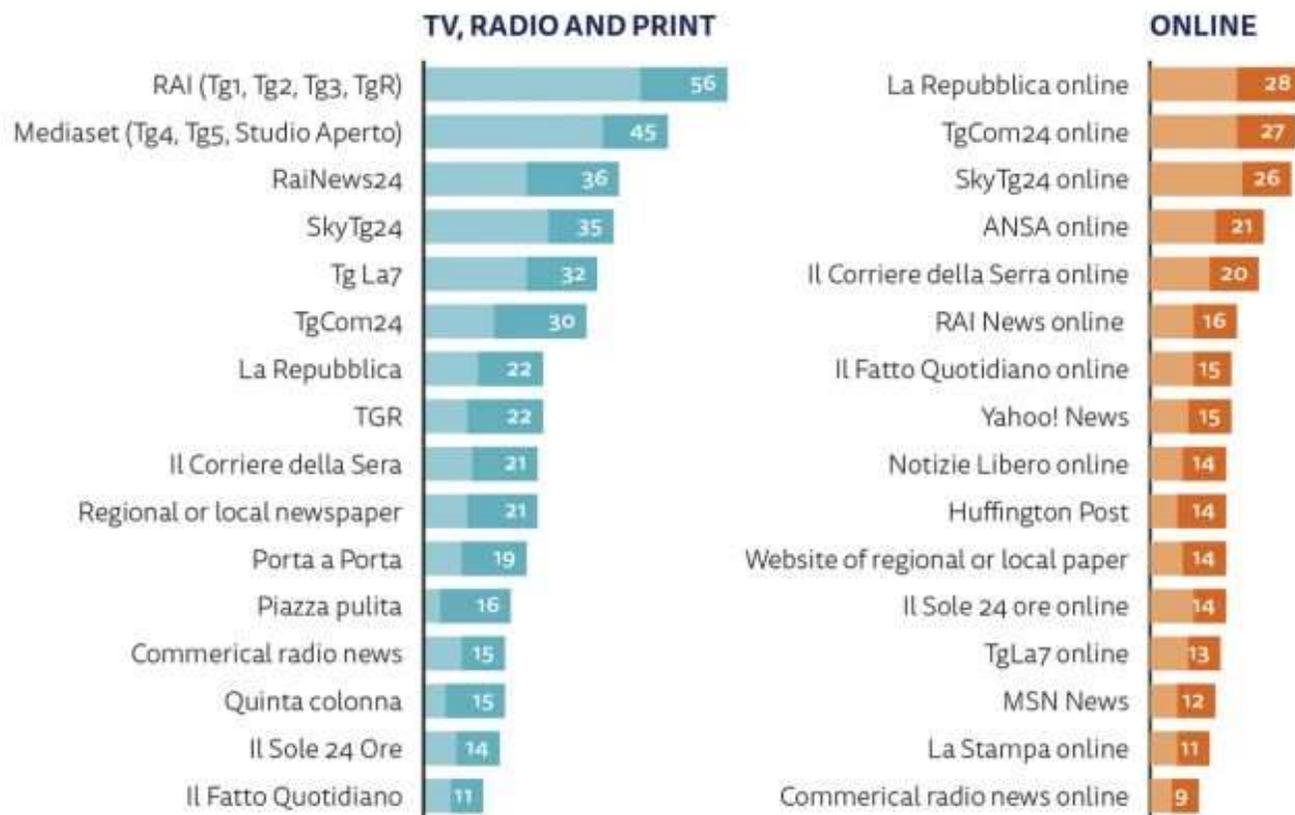


I TOP BRANDS DIGITALI IN ITALIA

TOP BRANDS

% Weekly usage

- **Weekly use**
TV, radio & print
- **More than 3 days per week**
TV, radio & print
- **Weekly use**
online brands
- **More than 3 days per week**
online brands



• FONTE REUTERS 2017

CONCLUSIONI

**NON ABBIAMO ASSOLUTAMENTE PIU' TEMPO
DA PERDERE PER CAMBIARE IL NOSTRO BUSINESS**

**MA SE ANCORA CI ILLUDEREMO DI POTER
RESTARE COME SIAMO STATI FINO A IERI
L'UNICO MEZZO PER **RINASCERE** SARA'**

**SEGUIRE L'ESEMPIO
DEL MAINICHI SHIMBURN
CON IL SUO
« **GREEN NEWSPAPER** »
(4 MILIONI DI COPIE VENDUTE)**

Green Newspaper



**STAMPATO SU CARTA SPECIALE
MIX DI RICICLATA E SEMI DI PIANTE O FIORI
DA PIANTARE NEL GIARDINO DOPO
AVERLO LETTO**



**Grazie per l'attenzione
e buon lavoro**

Sergio Vitelli Segretario ASIG