

□

RAPPORTO 2015

Sull' industria italiana dei quotidiani



WAN IFRA
World Association of Newspapers / International Federation of Publishers
Bologna, 18 giugno 2015


Observatorio Quotidiani
"Carlo Lombardi"

asig
ASSOCIAZIONE
STAMPATORI
ITALIANI
GIORNALI

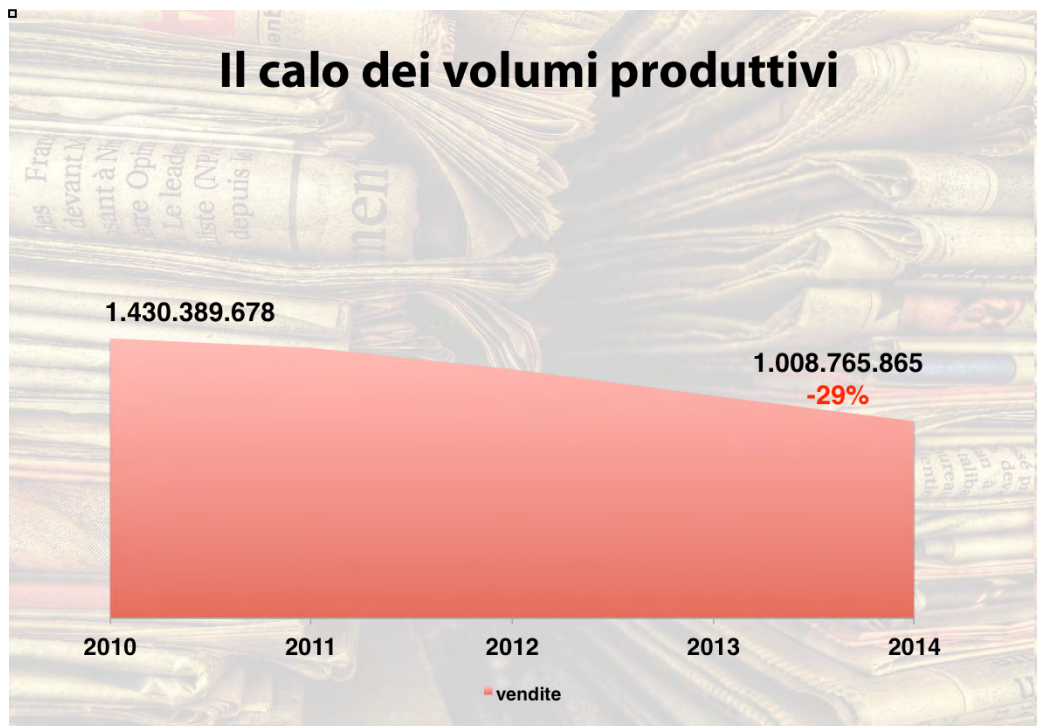
□

Agenda

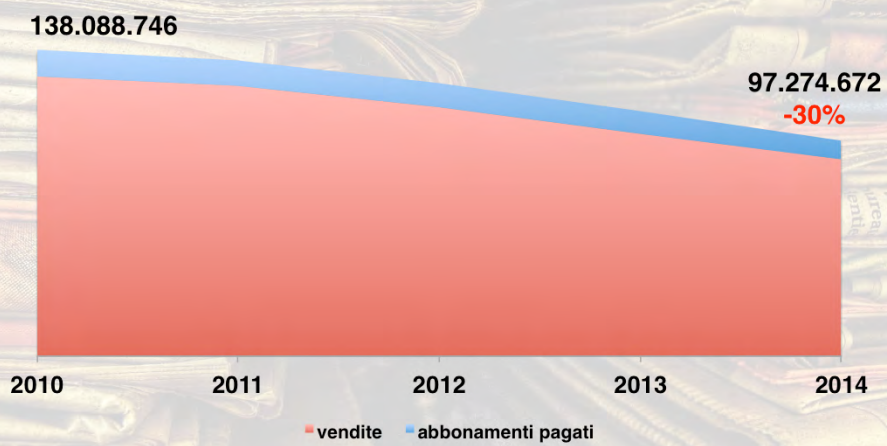
- **Diffusione**
 - Il calo dei volumi prodotti
 - Diseconomie del sistema produttivo
 - Il digitale
- **Pubblicità**
 - Calo congiunturale o strutturale?
 - Le difficoltà dei quotidiani
 - Dove va il mercato?
- **La struttura produttiva**
 - Stabilimenti, impianti, capacità produttiva
 - La mappa degli stabilimenti italiani
- **Il lavoro**
 - Il saldo occupazionale
 - Retribuzioni e ore lavorate
 - I riflessi sulla previdenza integrativa



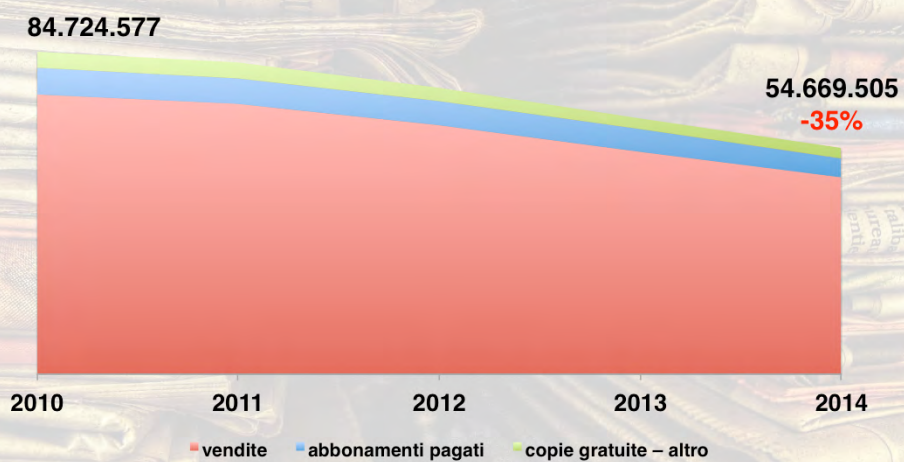
Il calo dei volumi produttivi

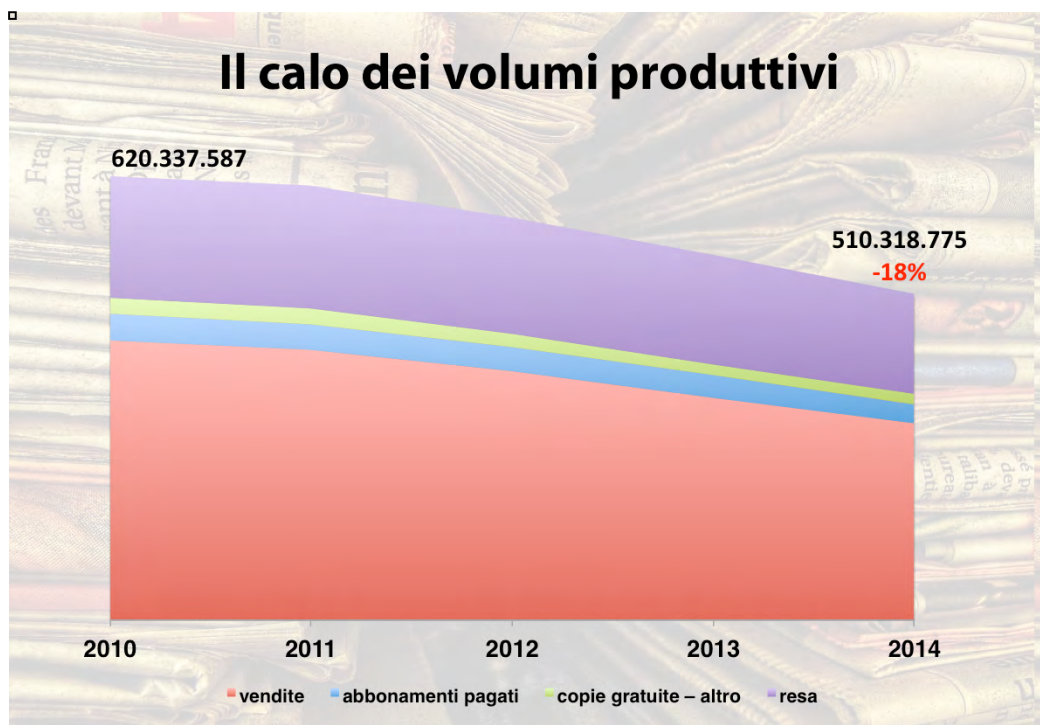


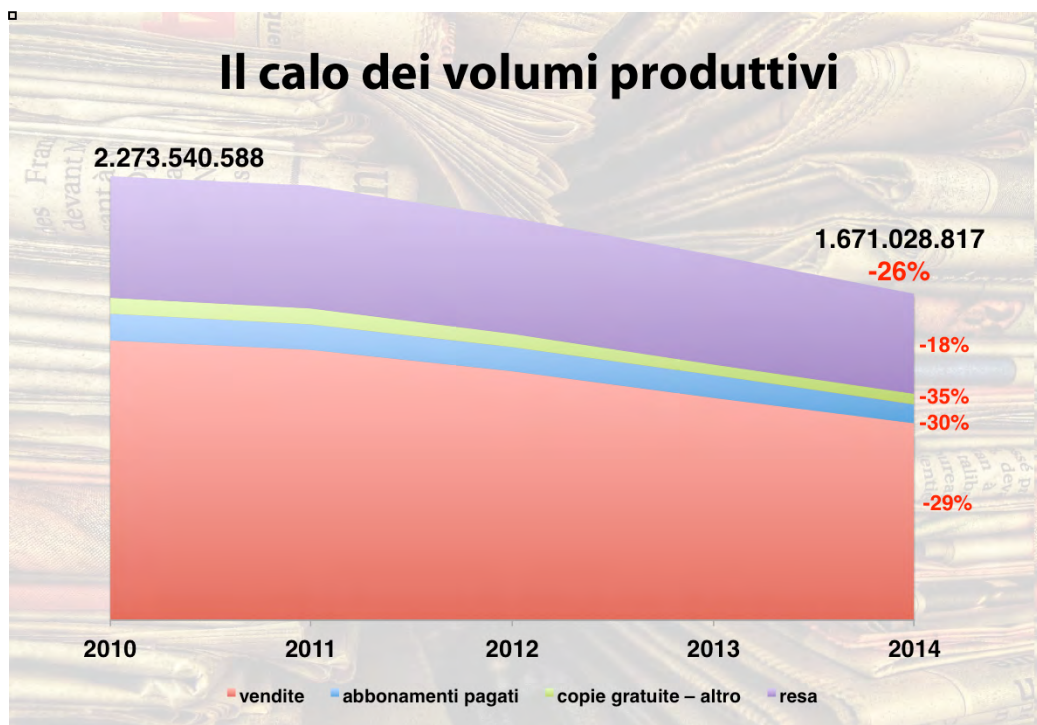
Il calo dei volumi produttivi



Il calo dei volumi produttivi







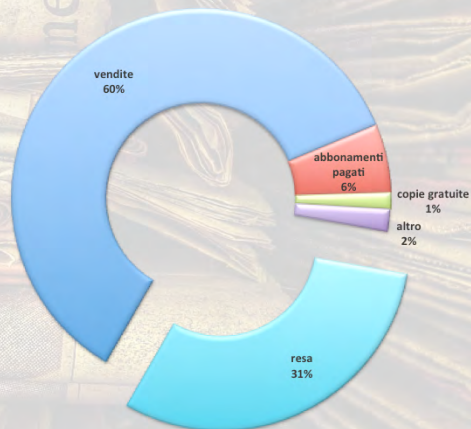
La riduzione delle copie vendute nel quinquennio è stata di 400 milioni, oltre un milione di copie al giorno.

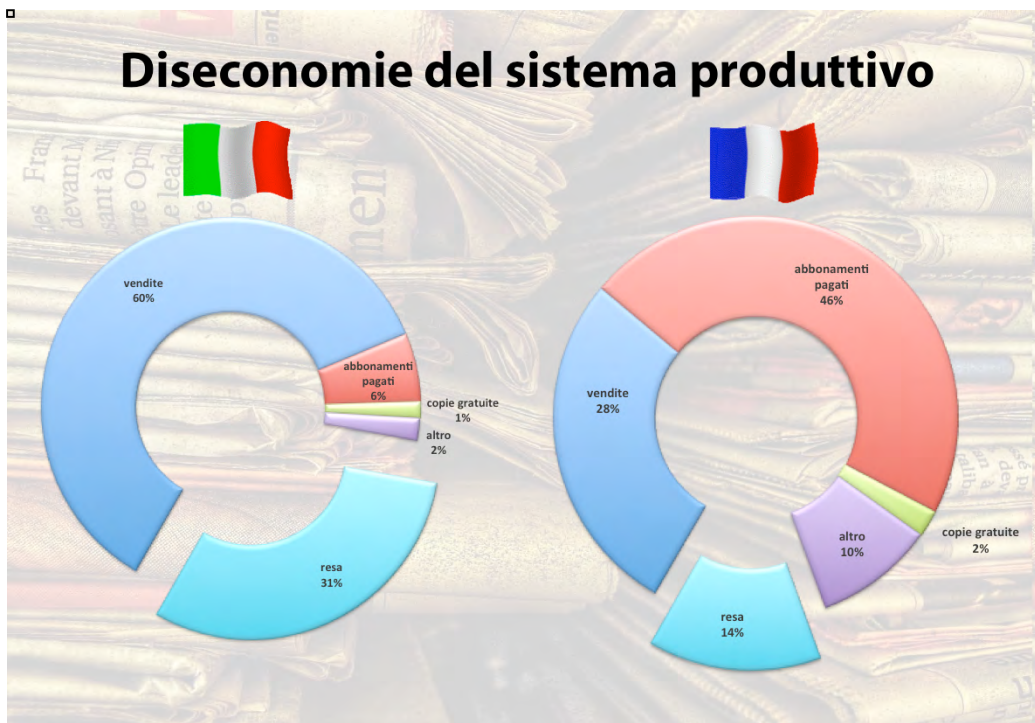
Lievemente meno accentuato il calo degli abbonamenti, passati da circa 380mila a 270mila, con un taglio di un quarto

Poco significative le altre copie (abbonamenti gratuiti, omaggi, copie vendute all'estero etc.) che comunque cubano nel 2014 150.000 copie al giorno e si sono ridotte di oltre un terzo rispetto alle 235mila del 2010.

Infine la resa, la categoria che percentualmente è scesa meno, soltanto del 18% da 620 a 510 milioni di copie. La struttura del sistema distributivo italiano fa sì che più si riduce la diffusione complessiva più aumenta la percentuale di resa. Ogni giorno vengono stampate 1,4 milioni di copie di giornale destinate al macero

Diseconomie del sistema produttivo





Il mercato francese vale circa il 50% in più di quello italiano: 6,9 milioni di copie prodotte al giorno contro meno di 4,5 (Dati OJD).

La differenza più significativa risiede nel peso degli abbonamenti sul totale delle copie utili: in Francia sono 3,2 milioni al giorno, undici volte di più che in Italia, e rappresentano quasi la metà della produzione.

Le copie vendute in edicola in Francia sono invece 1,9 milioni contro le 2,8 dell'Italia.

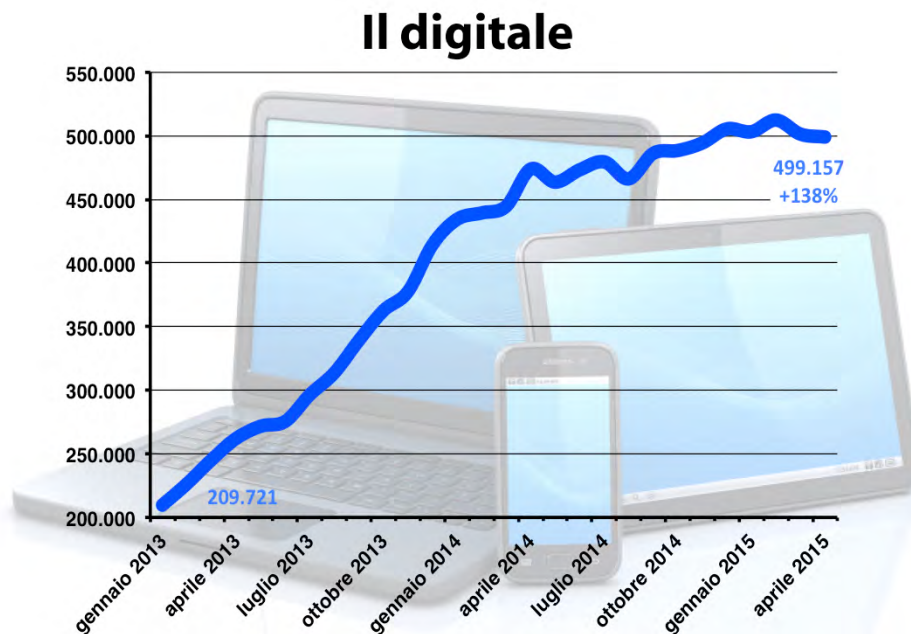
Il rapporto tra copie vendute in edicola e resa è analogo tra i due paesi (una copia di resa per ogni due vendute), ma il maggior peso degli abbonamenti fa sì che in Francia il numero complessivo delle copie rese sia inferiore al milione al giorno, contro 1,4 milioni dell'Italia, con una percentuale complessiva di resa sulla produzione del 14%, inferiore di oltre la metà rispetto all'Italia.

□

Il digitale



□



Al momento soltanto cinque quotidiani hanno una diffusione digitale giornaliera superiore alle 20.000 copie.

Sul totale della diffusione digitale poco più della metà è costituita da vendite di copie singole, ad un prezzo che in base al regolamento Ads deve essere pari almeno al 30% del prezzo di vendita dell'edizione cartacea; circa il 25% è costituito da copie multiple, cioè sostanzialmente la vendita di abbonamenti ai grandi clienti, nella quale si prevede, a fronte di un'unica transazione economica, la messa a disposizione di un certo numero di utenze. Circa il 20% della diffusione digitale è infine rappresentato da diffusione abbinata carta-digitale, con la quale si intende il totale delle copie dell'edizione digitale vendute in abbinamento con l'edizione cartacea della stessa testata ad un prezzo non inferiore al 50% del prezzo dell'edizione cartacea corrispondente.

Si può quindi stimare, in maniera casereccia, che da un punto di vista dei ricavi le 501mila copie digitali del marzo 2015 valgono grosso modo come 180mila copie vendute in edicola.

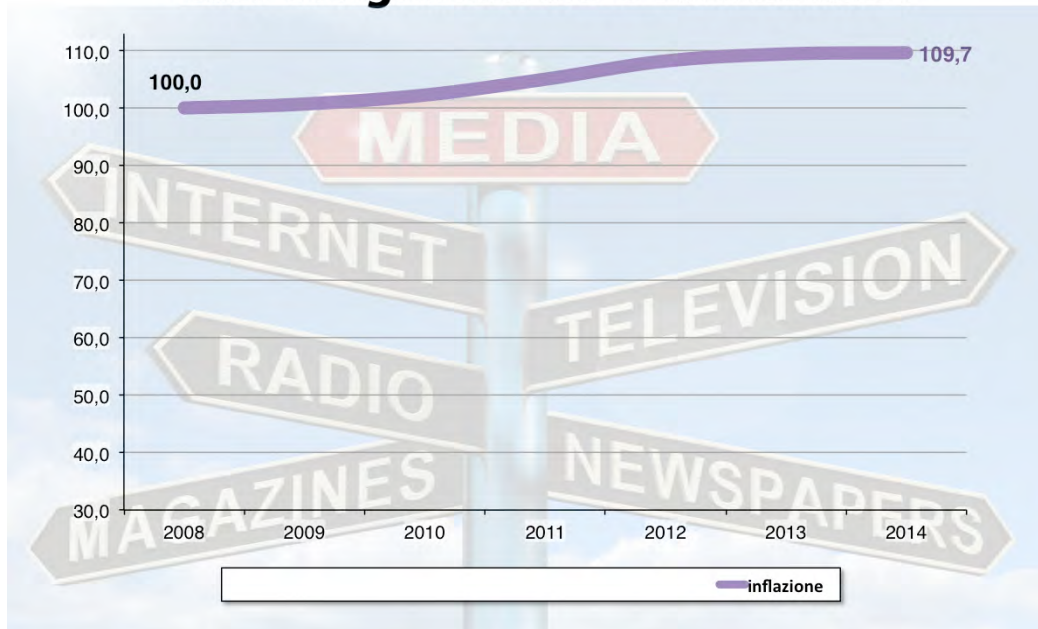
□

La pubblicità



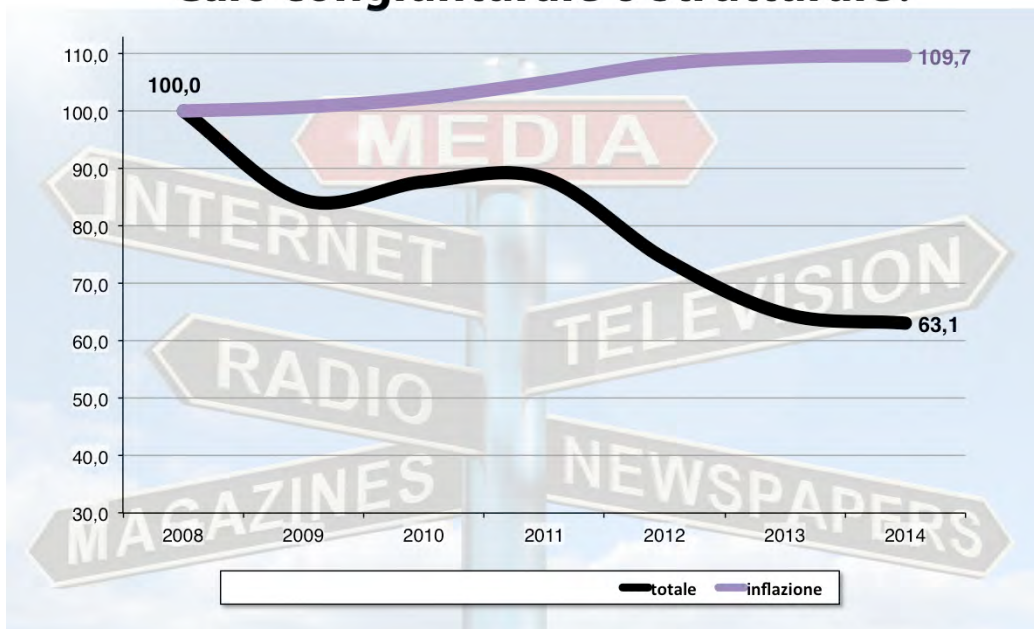
□

Calo congiunturale o strutturale?



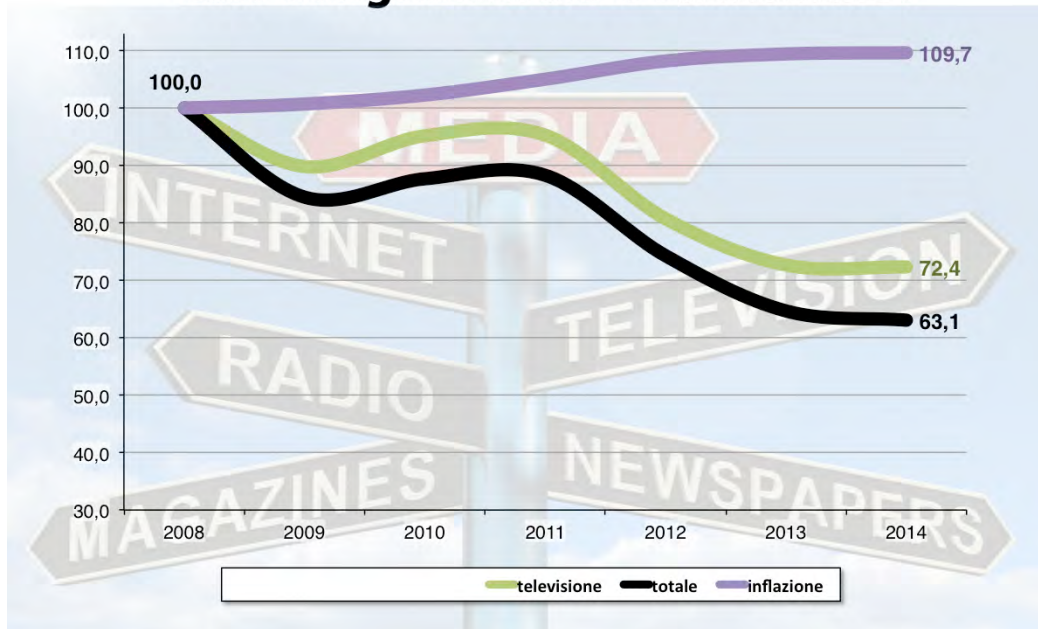
□

Calo congiunturale o strutturale?



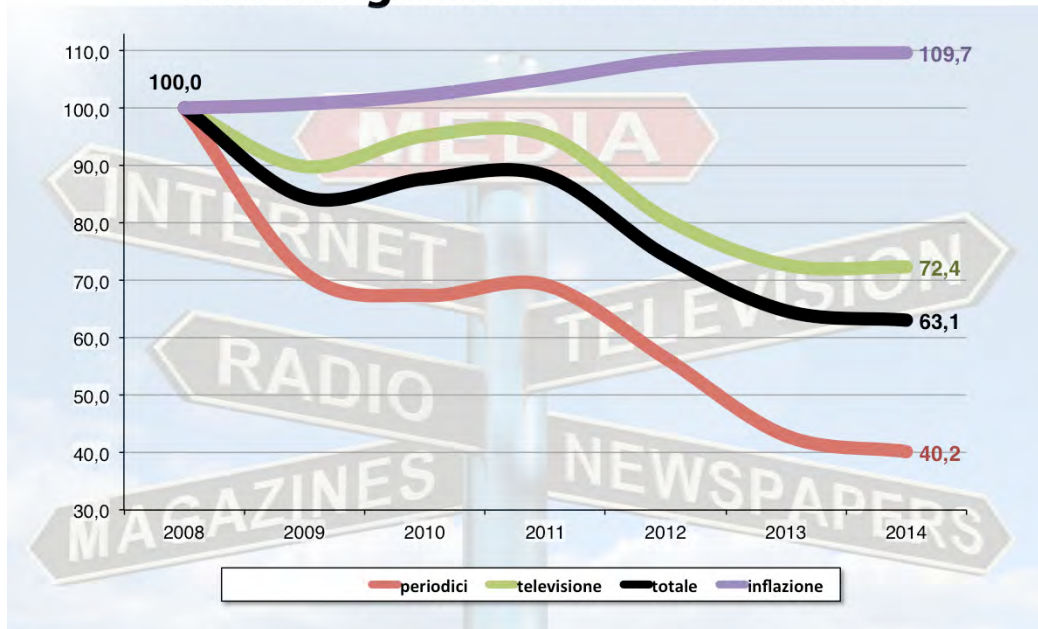
□

Calo congiunturale o strutturale?



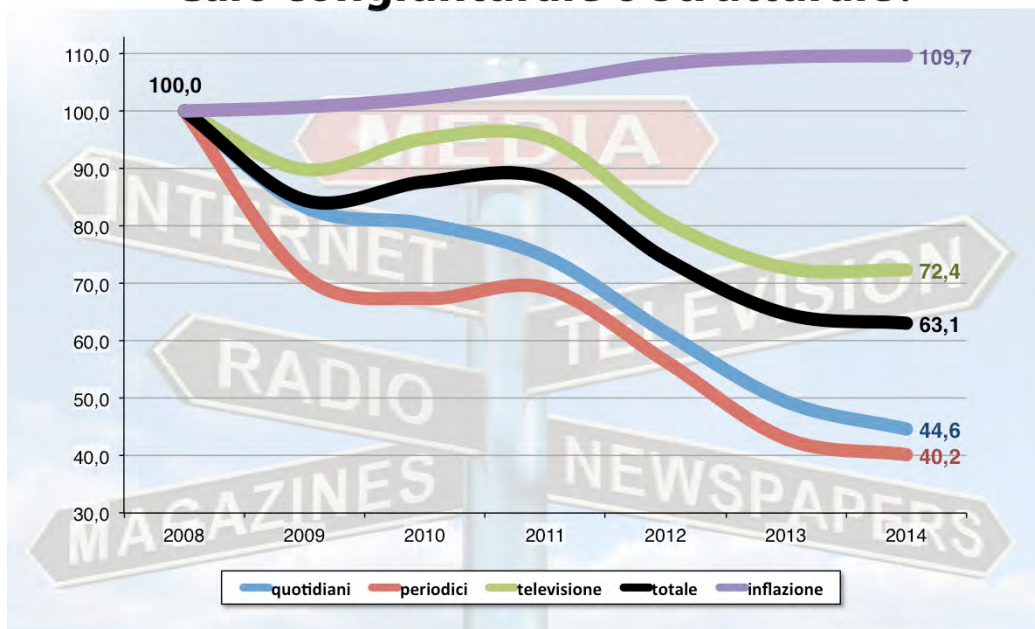
□

Calo congiunturale o strutturale?



□

Calo congiunturale o strutturale?

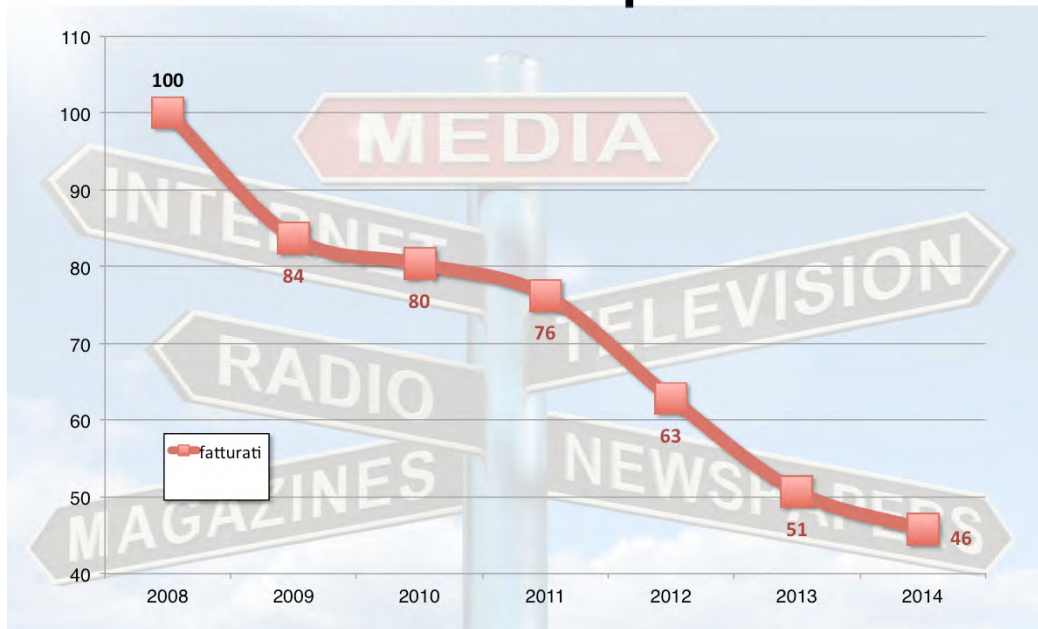


Dati che si commentano da soli. A fronte di un mercato che nel quinquennio ha perso circa il 43% del proprio valore di partenza, la televisione ha limitato i danni perdendo circa un terzo del proprio valore, mentre la carta stampata ha sottoperformato, chiudendo il periodo con un calo del 60% e vedendo quindi ridursi la propria quota complessiva di mercato.

Il primo quadrimestre del 2015 conferma questo trend: i dati nielsen certificano un calo complessivo del mercato del 2,3% rispetto allo stesso periodo del 2014, con una contrazione della tv del 2,2% e dei quotidiani del 7%. Da segnalare l'incremento dell'8,6% della radio.

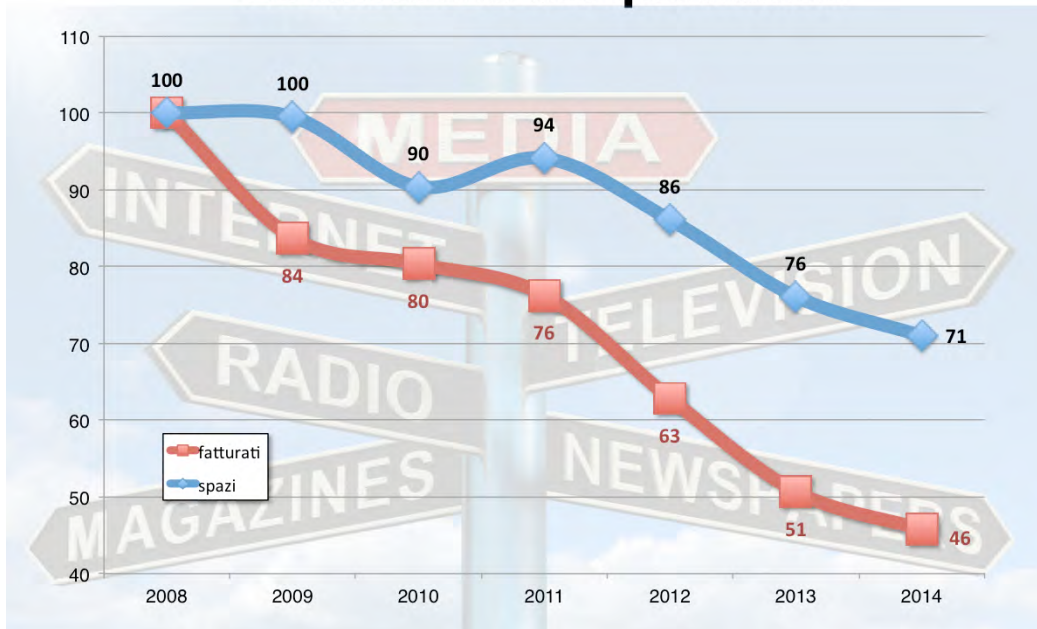
□

Le difficoltà dei quotidiani



□

Le difficoltà dei quotidiani

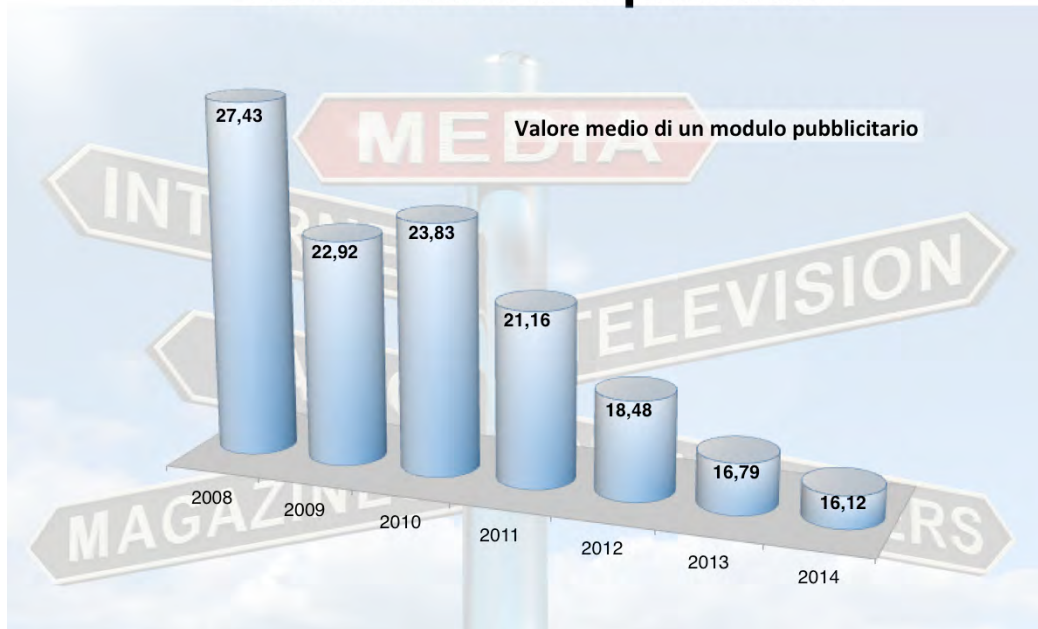


Le difficoltà dei quotidiani sono testimoniate dalla riduzione degli spazi pubblicitari, con una forbice che va allargandosi tra calo degli spazi e il calo dei fatturati...

Il primo quadrimestre 2015 conferma questo trend, con un calo del 6,9% dei fatturati pubblicitari a fronte di un calo del 3,1% degli spazi

□

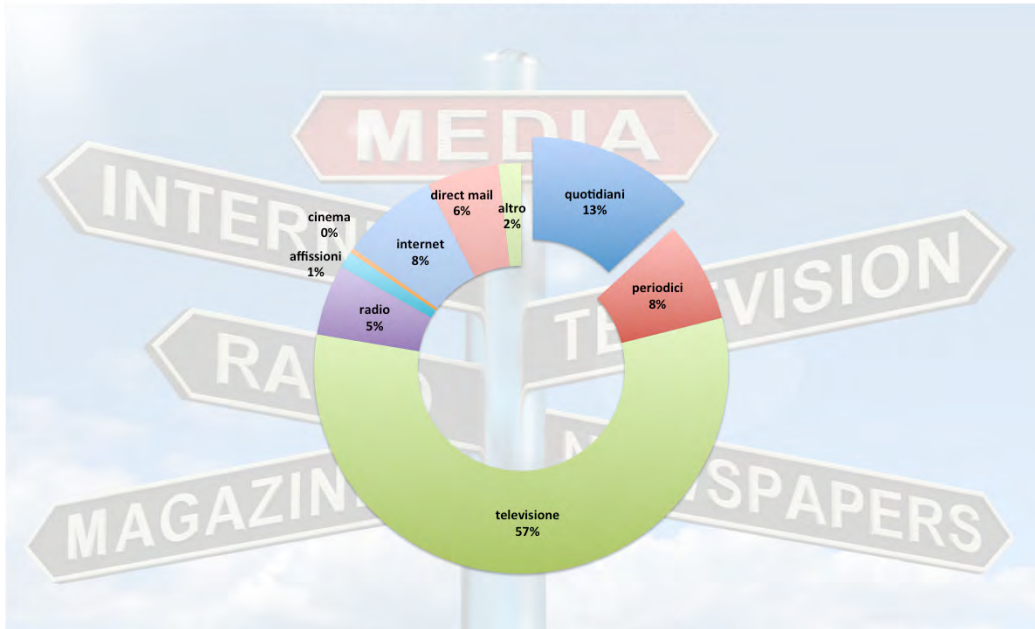
Le difficoltà dei quotidiani



Che si traduce in un calo del prezzo di vendita dei moduli pubblicitari, oggi inferiore del 40% circa rispetto alla situazione pre-crisi.

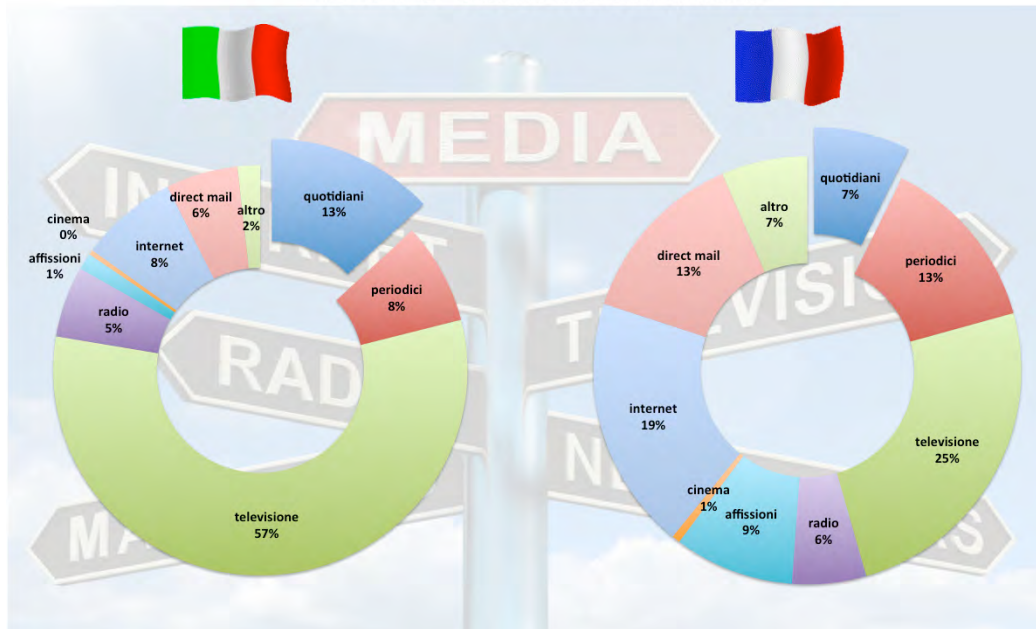
□

Dove va il mercato?



□

Dove va il mercato?



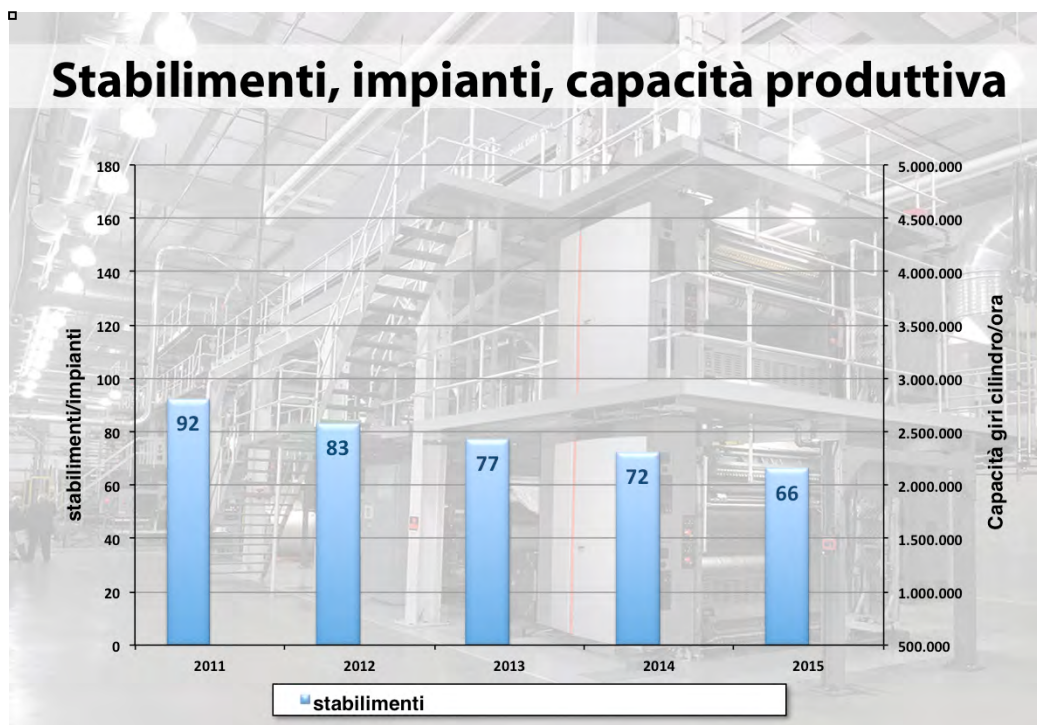
Il mercato pubblicitario francese vale circa 13 miliardi di euro (dati IREP), più del doppio di quello italiano che a fine 2014 valeva 6,2 miliardi (dati Nielsen)

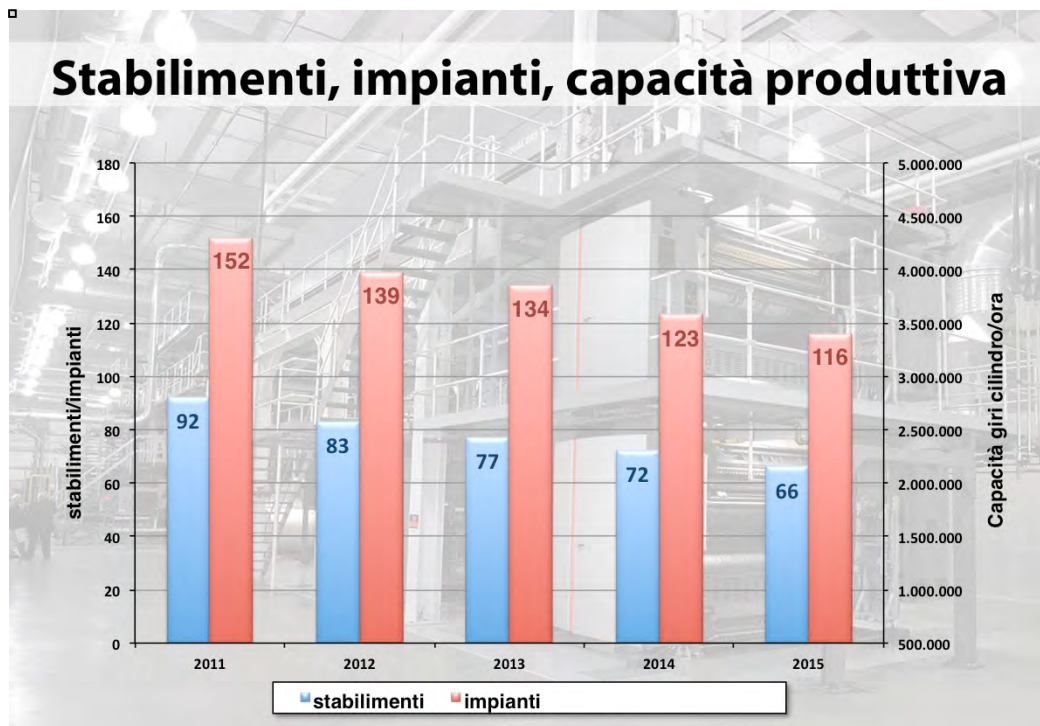
La differenza che salta subito agli occhi è il peso enorme della pubblicità televisiva in Italia, mentre in Francia la situazione è più equilibrata, con la tv che pur essendo il primo mezzo assorbe solo un quarto degli investimenti e con internet che ormai è arrivata a circa un quinto del mercato contro l'8% dell'Italia, e valori significativi per il direct mail (13%) e per le affissioni che in Italia assorbono l'1% degli investimenti contro il 9% della Francia.

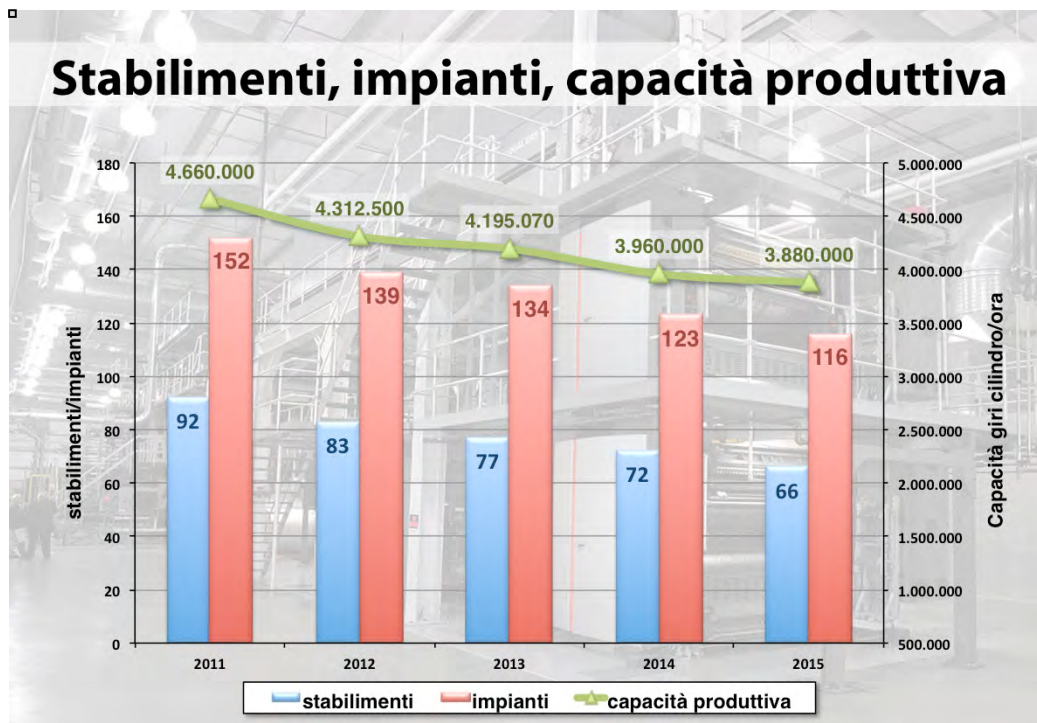
Per quanto riguarda la carta stampata, il valore assoluto degli investimenti pubblicitari sui quotidiani è abbastanza simile nei due paesi (940 milioni in Francia, 810 in Italia), ma va tenuto conto del diverso e più significativo peso che hanno in Francia i periodici, in special modo le pubblicazioni quindicinali, settimanali e plurisettimanali stampate su carta da giornale. Nel complesso, la carta stampata in Francia ha una percentuale analoga a quella italiana, intorno al 20% dell'investimento complessivo.

Da un rapido sguardo ad un mercato più maturo ed equilibrato del nostro emerge insomma che ben difficilmente la stampa potrà aumentare il proprio peso sul totale, e gli incrementi potranno piuttosto venire dal digitale, per il cui sviluppo è indispensabile però una maggiore diffusione della banda larga.







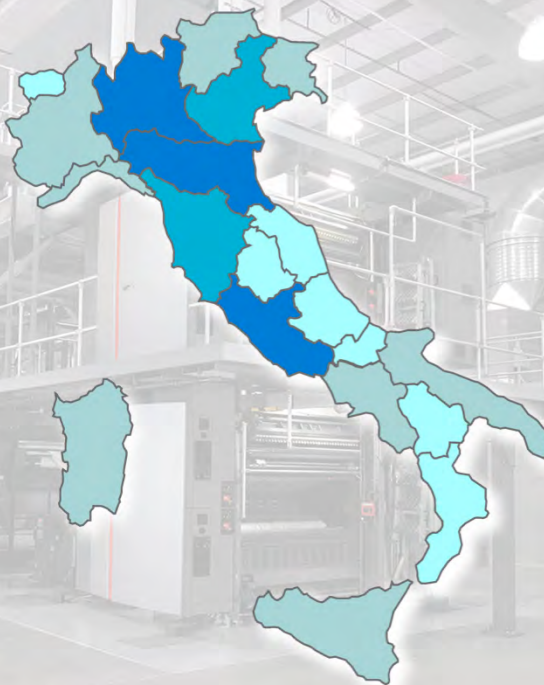


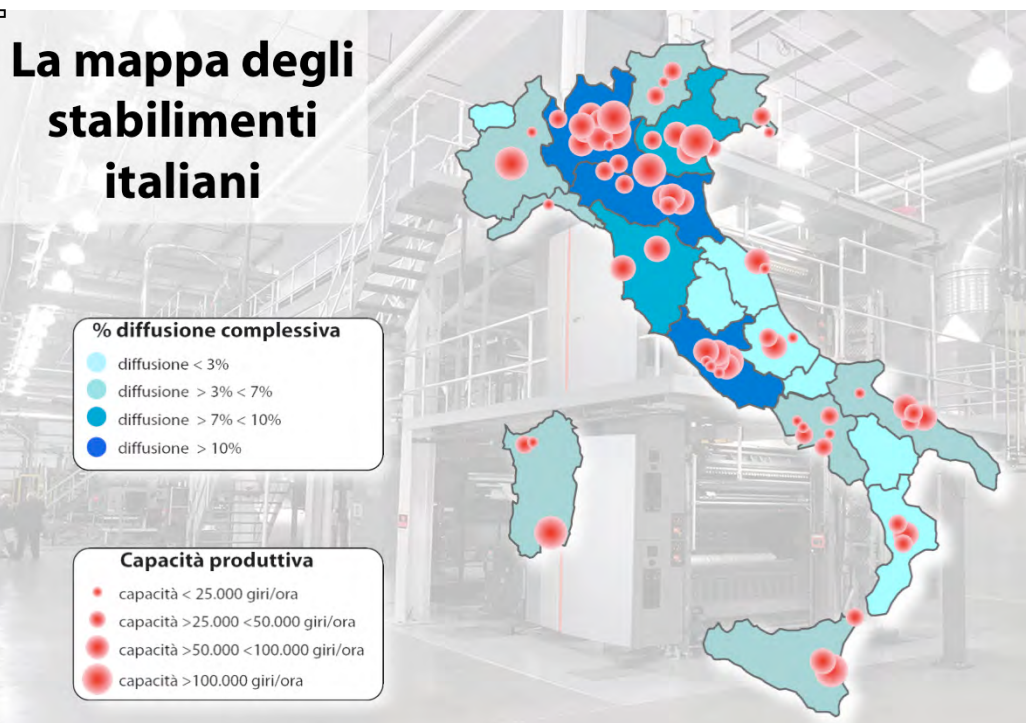
Nonostante il calo del numero di impianti e degli stabilimenti, la capacità produttiva è rimasta sostanzialmente inalterata, ne consegue che la capacità produttiva media per stabilimento è aumentata da 55mila a 59mila giri cilindro per ora

La mappa degli stabilimenti italiani

% diffusione complessiva

- diffusione < 3%
- diffusione > 3% < 7%
- diffusione > 7% < 10%
- diffusione > 10%





Dalla rappresentazione grafica appare evidente come vi sia un affollamento di stabilimenti di produzione nel triangolo Lombardia-Veneto-Emilia, che a fronte del 38% del consumo italiano di quotidiani rappresenta il 45% della capacità produttiva, con ben 23 stabilimenti di produzione. Le regioni con maggiore sovracapacità produttiva rispetto al consumo di quotidiani sono la Lombardia (18,5% consumo, 27,2% capacità), il Lazio (13,9% contro 11,1%), la Sicilia e la Puglia entrambe con circa il 2% di sovracapacità. Viceversa, le regioni con il maggior deficit produttivo rispetto ai livelli di consumo sono la Liguria, dove si consuma circa il 5% delle copie nazionali e la produzione si è praticamente azzerata, e la Toscana (4% produzione, 7,8% consumo).

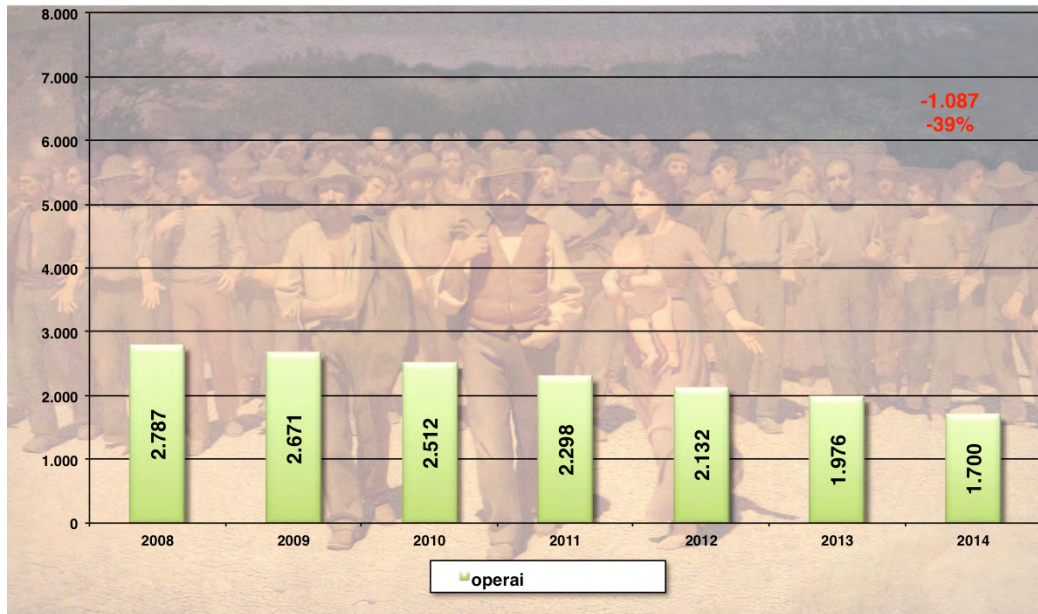
□

Il lavoro



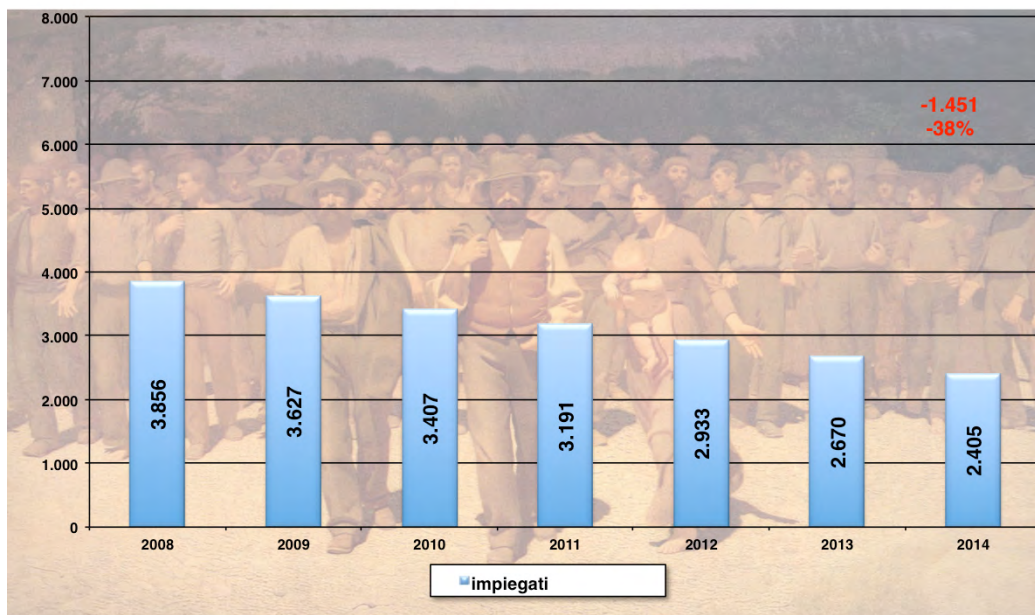
□

Il saldo occupazionale



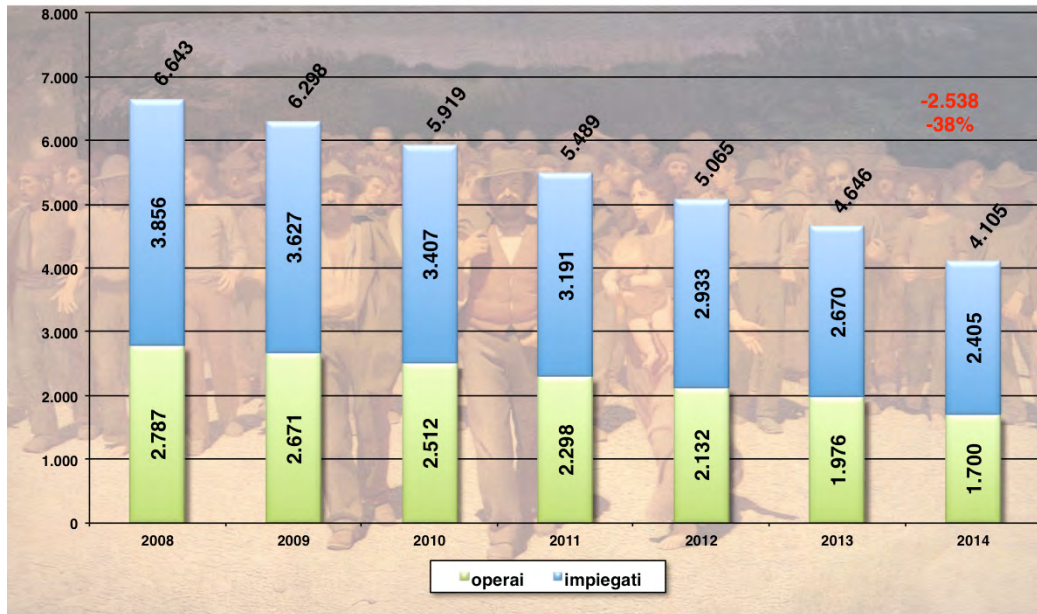
□

Il saldo occupazionale



□

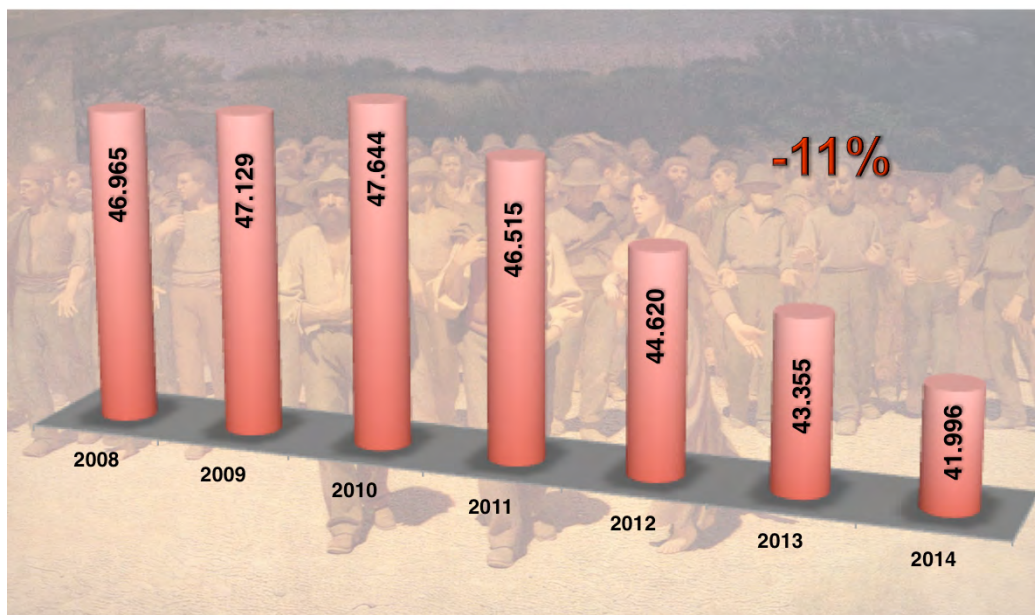
Il saldo occupazionale



Il calo è stato percentualmente distribuito in maniera omogenea tra operai e impiegati. Il saldo negativo nel solo 2014 è stato di oltre 500 unità, pari al 12%

□

Retribuzioni medie annue

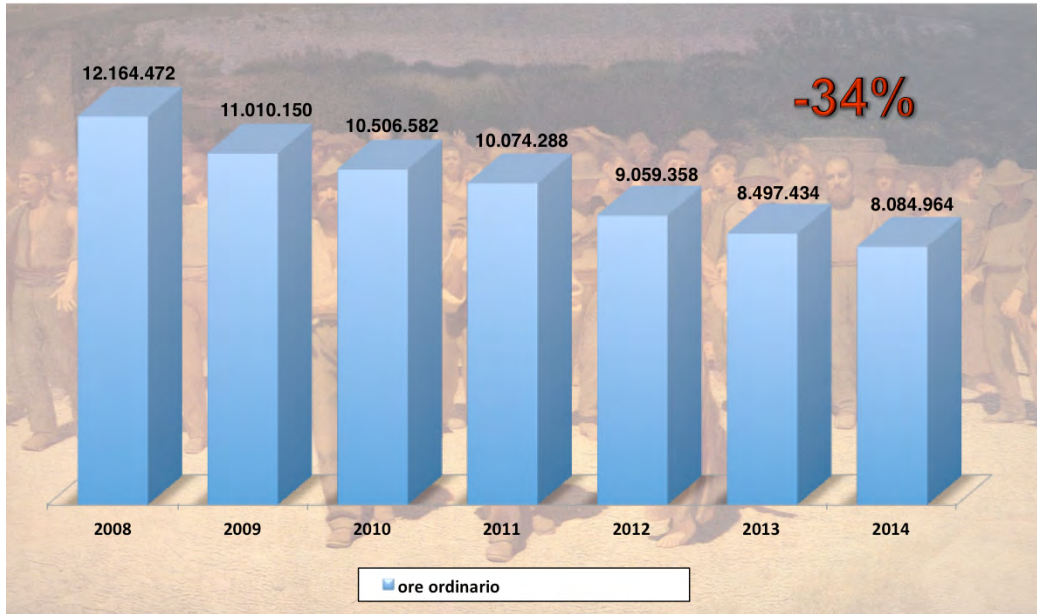


In forte calo la retribuzione straordinaria, che nel solo 2014 è diminuita da 1.550 a 1.020 euro annui, con una riduzione del 35%, mentre la retribuzione ordinaria è diminuita del 2%. Nel complesso, nel solo 2014 le retribuzioni hanno perso il 3% del loro valore.

Va sottolineato come vi siano significative differenze retributive in base alla tipologia di azienda. I dipendenti delle aziende stampatrici ibride nel 2014 hanno addirittura visto crescere le proprie retribuzioni del 2,2% a 46.000 euro, mentre i dipendenti dei centri stampa puri hanno subito un calo del 3% a 36.600 euro. I dipendenti di queste aziende guadagnano in media il 20% in meno dei loro colleghi delle società stampatrici ibride, e il 13% in meno di quelli delle società editrici e delle agenzie di stampa.

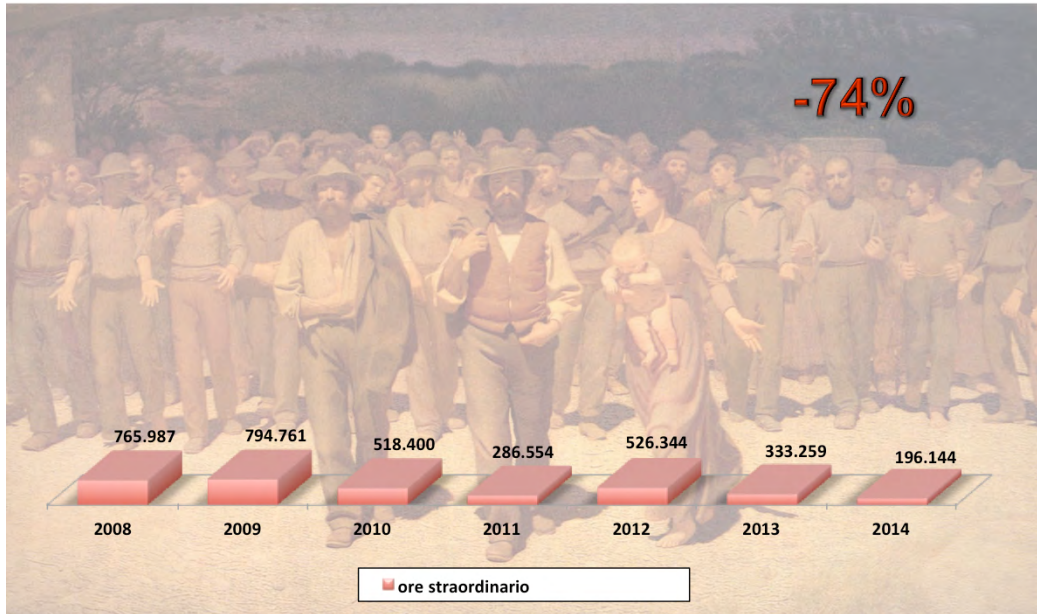
□

Ore lavorate



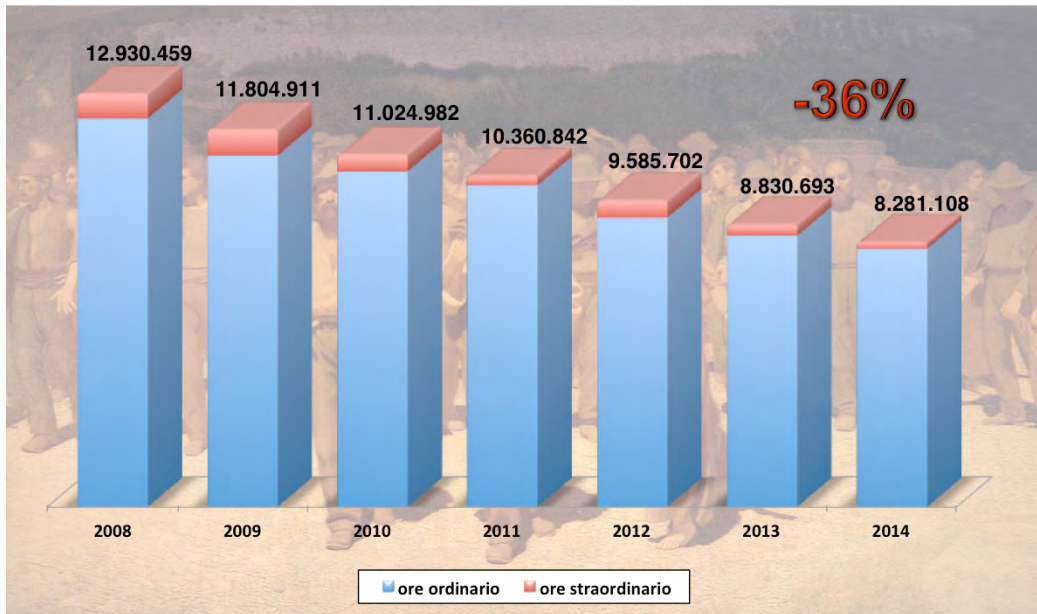
□

Ore lavorate



□

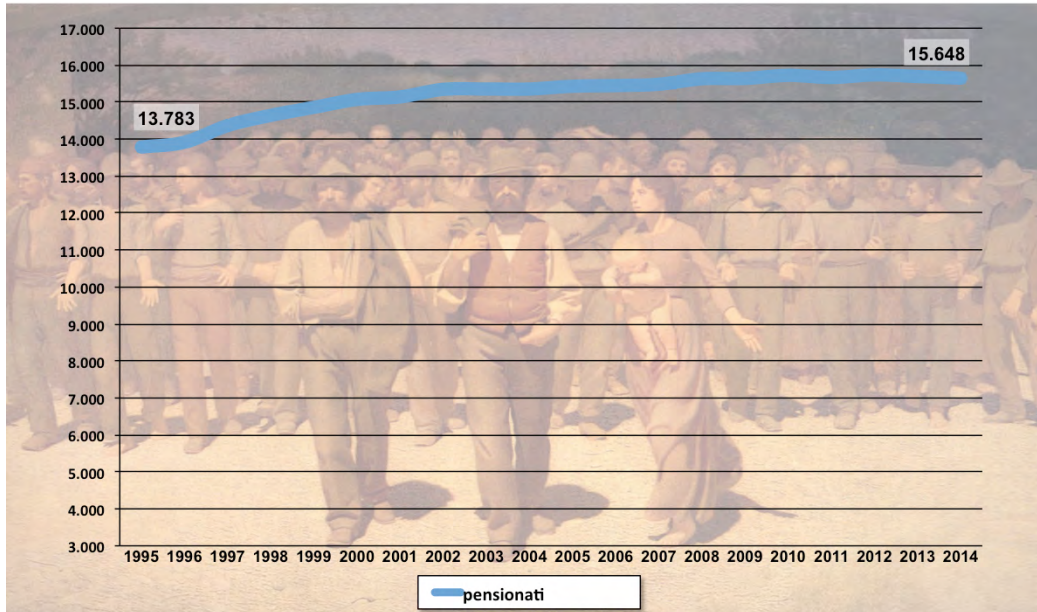
Ore lavorate



Solo nel 2014 il calo del numero di ore lavorate è stato superiore al 6%.

□

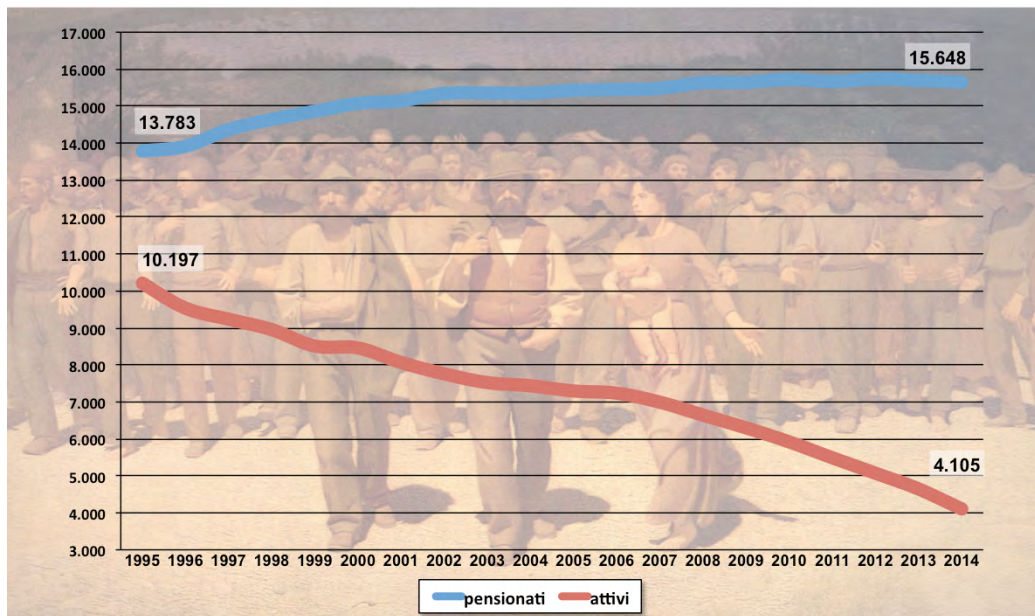
I riflessi sulla previdenza integrativa



A partire dal 1995 il numero dei pensionati è aumentato del 13% circa, una crescita che è stata più significativa durante gli anni 90 e duemila, principalmente per effetto delle ondate di ristrutturazioni e dei prepensionamenti connessi, e si è quasi azzerata negli ultimi quattro-cinque anni, nei quali il numero si è assestato intorno alle 15.600 unità.

□

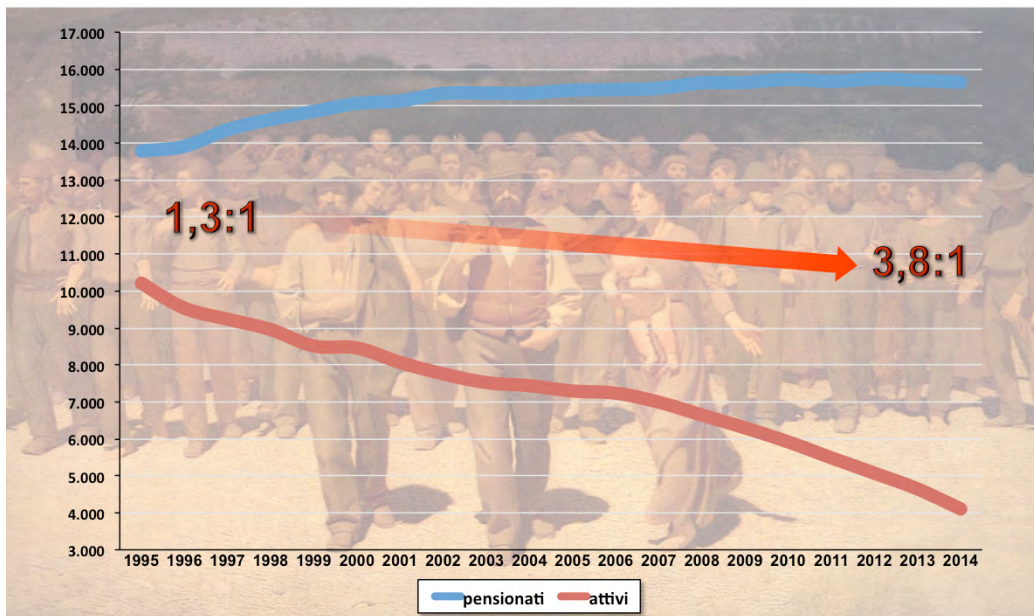
I riflessi sulla previdenza integrativa



Viceversa, nello stesso arco temporale il numero degli attivi si è ridotto del 60%

□

I riflessi sulla previdenza integrativa

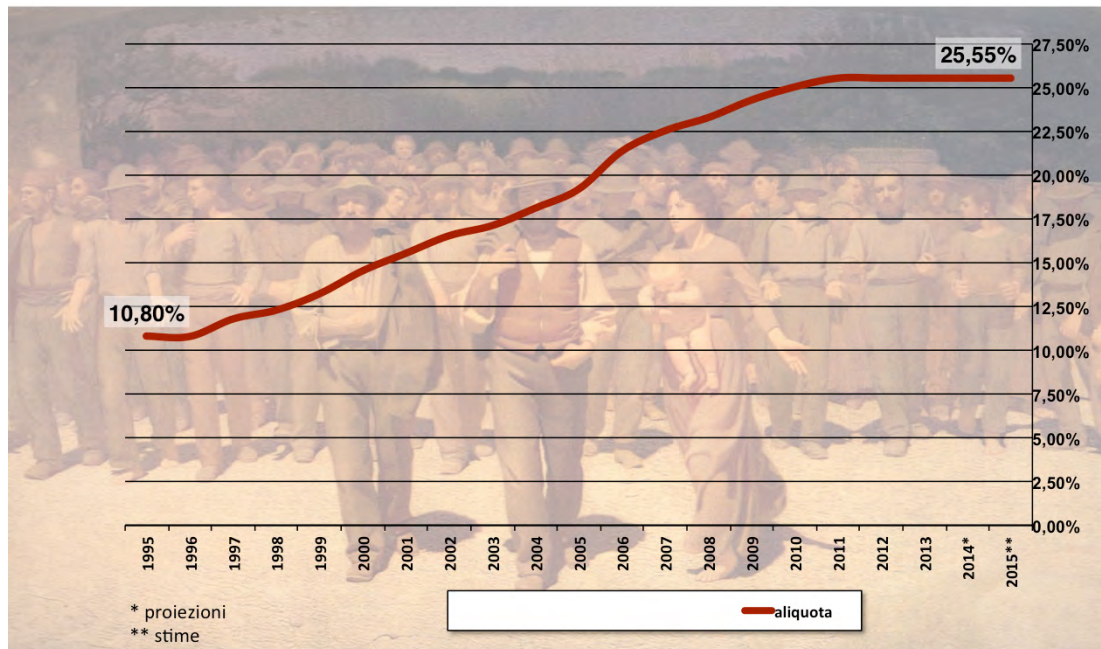


L'indice di dipendenza, che misura il rapporto tra il numero di pensionati ed il numero di attivi, è passato da 1,3 a 3,8. In pratica ogni attivo "mantiene" quasi quattro pensionati.

Per avere un termine di confronto, il bilancio INPGI 2014 si chiude con un numero di attivi a fine anno pari a 15.891, in calo di 1.043 unità rispetto al 2013, mentre sono aumentati di quasi 300 unità i pensionati, passati da poco più di 8.000 a poco più di 8.300. Il rapporto di dipendenza pensionati-attivi è pertanto pari a 0,52, in pratica poco meno di un pensionato ogni due attivi.

□

I riflessi sulla previdenza integrativa

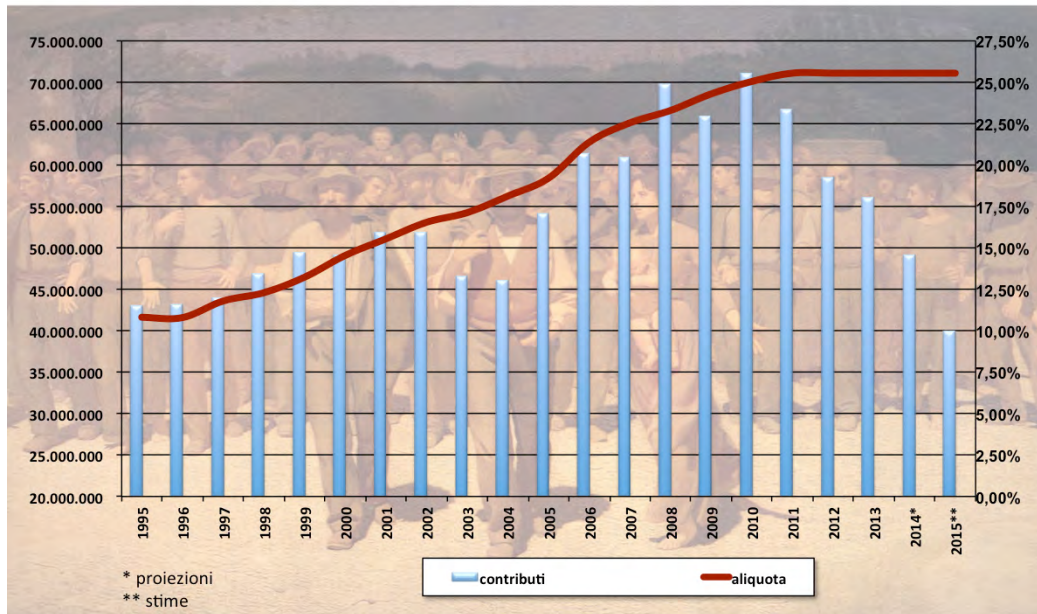


Abbiamo preso come spartiacque il 1995, anno in cui il Fondo Casella è passato dal sistema a prestazione definita o “retributivo” a quello a contribuzione definita o “a capitalizzazione”. Per i lavoratori che entrano nel settore a partire da questo anno la prestazione pensionistica viene calcolata sulla base dei contributi effettivamente versati e dell’aspettativa di vita al momento del pensionamento, mentre fino al 1995 l’assegno pensionistico veniva calcolato in base a parametri legati essenzialmente alla retribuzione percepita al momento del pensionamento, e gli attivi si facevano carico con una quota della contribuzione (detta appunto “di solidarietà”) di finanziare queste prestazioni. Per i lavoratori entrati nel settore prima del 1995 ed usciti dopo, la pensione è composta di due quote, ciascuna calcolata con i criteri di cui sopra.

Nel 1995, anno di avvio della nuova gestione, la quota a capitalizzazione, ovvero l’importo che viene versato nel conto individuale del lavoratore e che costituirà la sua pensione post 1995, fu fissato nel 3,80% della retribuzione lorda, di cui lo 0,50% a carico del lavoratore, ed è rimasta immutata sino ad oggi, mentre la contribuzione a solidarietà, necessaria per pagare le prestazioni ante 95 calcolate col sistema retributivo fu fissata al 7%. Il calo costante degli attivi, per le ragioni che conosciamo tutti, ha reso necessario il ritocco verso l’alto di questa aliquota, che oggi è del 21,75%.

□

I riflessi sulla previdenza integrativa

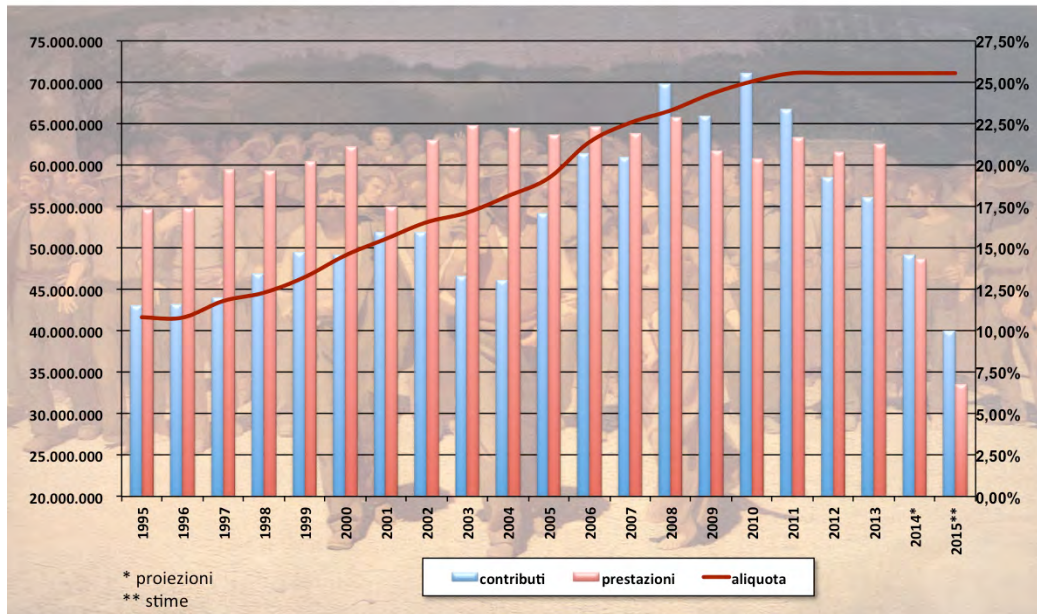


In questa slide i contributi indicati in azzurro sono esclusivamente quelli finalizzati alla gestione pre-1995, sono esclusi quelli che vengono accumulati nelle quote individuali a capitalizzazione per i quali di fatto il Fondo funziona come una banca: tanto depositi, tanto riscuoti (con gli interessi maturati) quando andrai in pensione.

Come si può vedere, sino ad una certa data, il 2010 circa, l'aumento delle aliquote si è tradotto in un aumento dei contributi, ma successivamente la riduzione degli organici ed il sempre più massiccio ricorso ad ammortizzatori sociali come la cassa integrazione e la solidarietà hanno portato ad una brusca riduzione, sino ai circa 40 milioni attesi per il 2015.

□

I riflessi sulla previdenza integrativa



Per contro, le prestazioni – anche in questo caso parliamo solo delle prestazioni per i periodi ante 1995 – a partire dal 2000 circa si sono stabilizzate tra i 60 e i 70 milioni annui, con un costante sbilancio al quale si è fatto fronte dapprima con la cessione degli immobili, quindi prendendo in prestito i fondi accumulati nei conti individuali degli attivi. Negli ultimi due anni, grazie ad un intervento legislativo che lo ha reso possibile, le Parti sono intervenute sulle prestazioni ante 95, con un taglio dapprima del 25% quindi di un ulteriore 25%, riportando in positivo la differenza tra contributi e prestazioni.

□

Conclusioni

- La carta è ancora la regina
 - 93% dei ricavi a livello mondiale, circa il 90% in Italia
 - 19 milioni di persone leggono un quotidiano tutti i giorni
- Digitale, avanti con giudizio
 - Integrazione e non sostituzione
 - Servizi in mobilità
 - Nuovi modelli di business
- La struttura produttiva
 - Efficienza del sistema e nuovi centri di ricavo
 - Sinergie tra centri di produzione
 - Sinergie tra produzione e distribuzione
- Il lavoro
 - Un settore da ripensare
 - Quale ruolo per poligrafici e giornalisti?
 - Quale futuro per il Fondo previdenziale?

□



WAN IFRA
World Association of Newspapers and News Publishers

Bologna, 18 giugno 2015

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Informazioni e contatti:

Via Sardegna 139
00187 ROMA
Tel. 06 488 5026 - Fax 06 488 3489
osservatorio@ediland.it

