

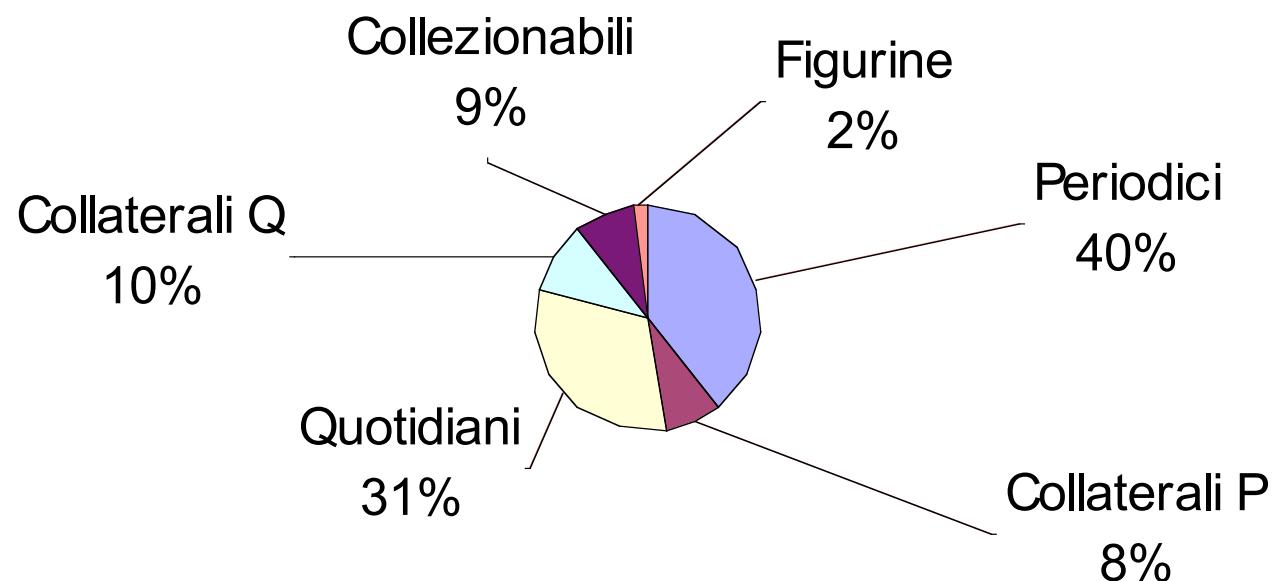
Il Mondo della distribuzione dei giornali e dei prodotti editoriali in Italia

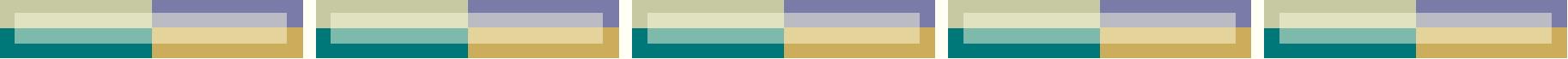
TecnoMeeting ASIG
Milano 24 settembre 2008

Uberto Frascerra

Il mercato dei prodotti editoriali in Italia

■ Periodici	■ Collaterali P	■ Quotidiani
■ Collaterali Q	■ Collezionabili	■ Figurine





Mercato dei giornali in Italia

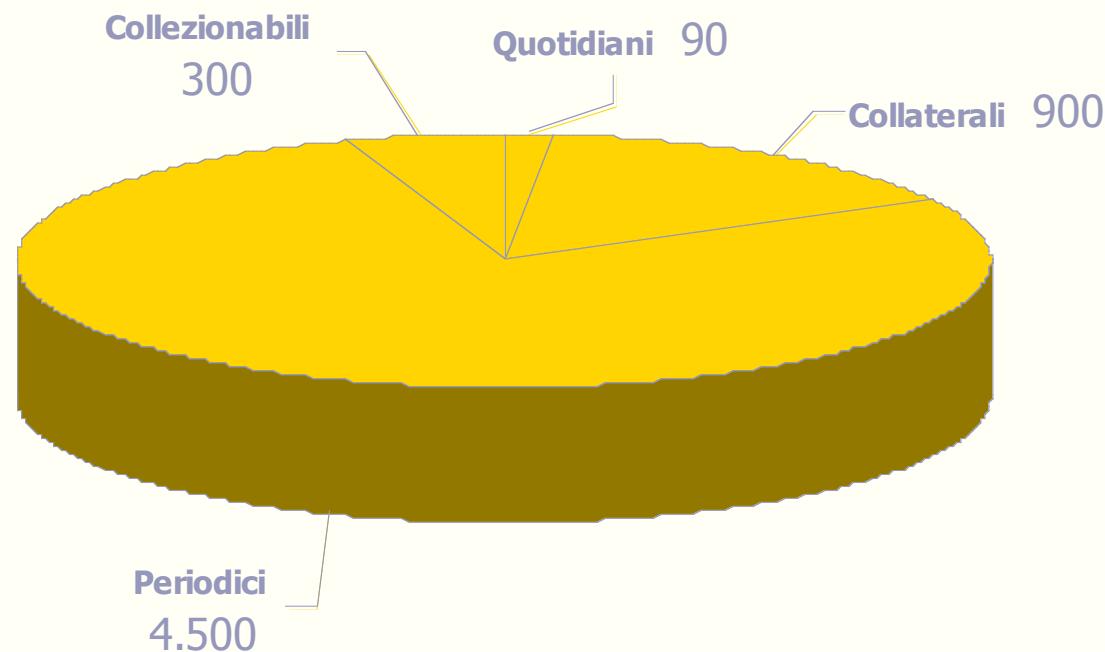
2007 a valore € 4.200mio

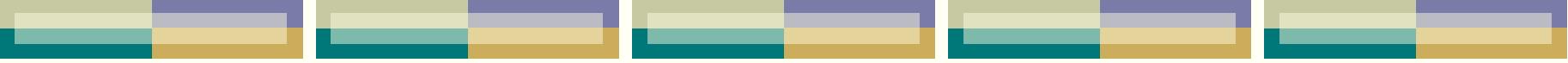
- Mercato in contrazione, previsione -5/-6% entro il 2010 sia per quotidiani che per periodici
- Previsioni di crescita per altri canali media, Internet etc. ma noi vendiamo carta stampata
- Quindi redditività in calo per tutta la filiera. L'exploit dei collaterali sembra entrato in una dinamica discendente, i prezzi medi dei periodici calano a beneficio di una raccolta pubblicitaria per altro pure questa in contrazione





Titoli





Alta frammentazione delle vendite dovuta alla veloce e costante evoluzione del prodotto

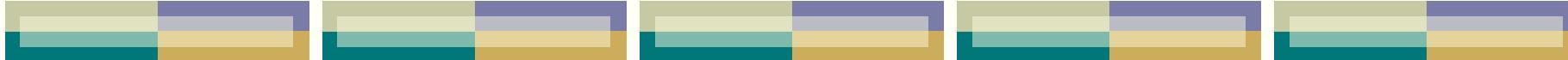
Opportunità:

- Sempre in linea con le evoluzioni del mercato e con le nuove tendenze.

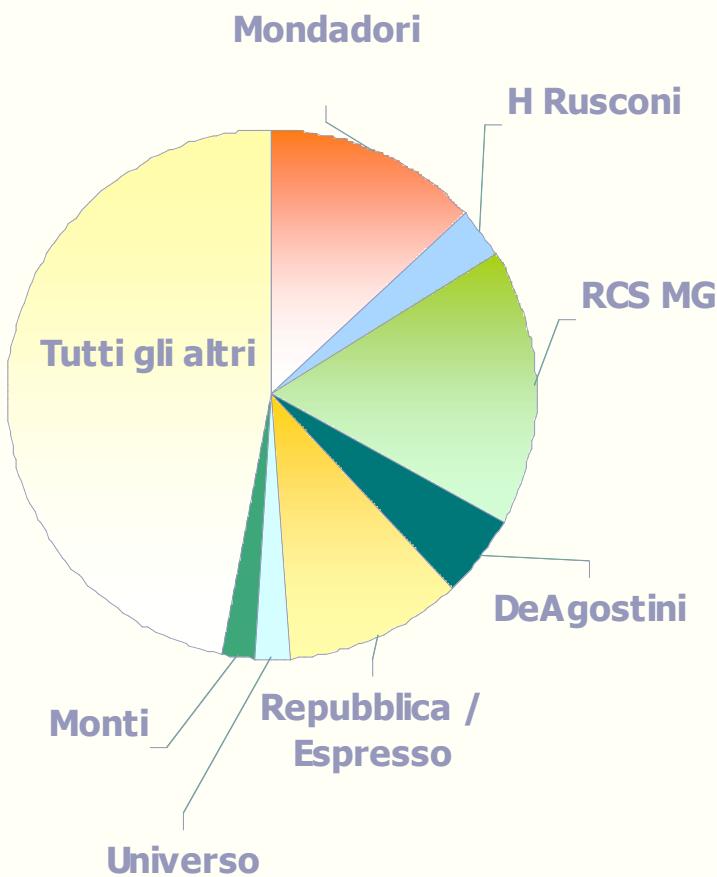
Minacce:

- Turn over superiore al 15%. Il prodotto editoriale se non esposto brucia risorse rendendo il mercato sempre più povero (da una analisi svolta a Milano, il prodotto nuovo rientra il giorno successivo nella misura di circa il 40% del distribuito).
- Edicole inadeguate per ricevere il prodotto editoriale odierno.





Editori





Mercato Editori molto frazionato (900 Editori)

- Condominio (trasporti comuni, D.L. comuni) perché è il modo più economico per raggiungere le edicole
- Un condominio dove i millesimi contano
- Condizionato da parte dei più grandi editori
- Molta attenzione al costo di distribuzione
- Poca attenzione alla qualità della distribuzione
- Punto vendita poco conosciuto e ritenuto marginale
- Scarsa concentrazione verso i fattori di sviluppo e di miglioramento del mercato



Troppe rivendite

- Non adeguate al prodotto editoriale di oggi
- Quando una rivendita si ammodern/aumenta gli spazi espositivi, le vendite raddoppiano
- I nostri prodotti si devono vedere, sia quotidiani che periodici.
- Progetto comune della filiera per le nuove edicole appositamente studiate per il prodotto/mercato.
- Agevolazioni per le ristrutturazioni

Cambiamo il domani tutti insieme

Distributori Nazionali

M - Dis

Sodip

Espresso/Repubblica

MEPE

Pieroni

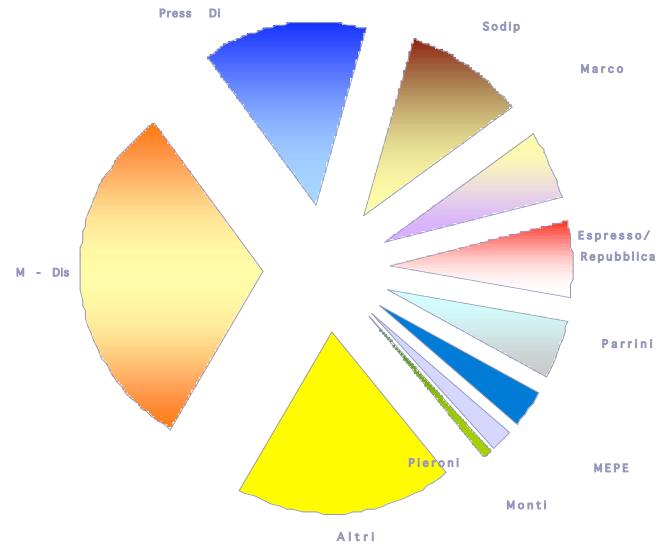
Press Di

Marco

Parrini

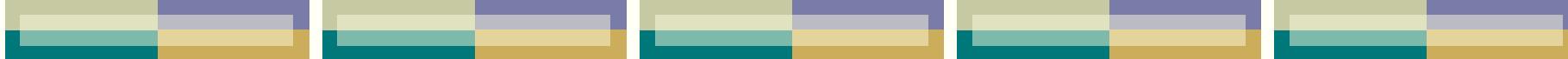
Monti

Altri



Distribuzione Periodici

- D.N. 40% quota di mercato
- Distributori Editori Grandi 60%
- Compensi alla filiera D.N. 60%
- Questi fattori non sono percepiti dalla filiera
- Importanza di questa “Editoria”



Un confronto

ITALIA

- Popolazione 60 milo
- Edicole 35 mila
- Titoli 5.200
- Tot.vendite 4.200 milo

SPAGNA

- Popolazione 45 milo
- Edicole 25 mila
- Titoli 3.500
- Tot.vendite 4.100 milo

