

EDITORIA, AGCOM: NEI PRIMI TRE MESI DEL 2022 -8.5 PER CENTO VENDITE QUOTIDIANI

1 Agosto 2022



ROMA – Continua l'andamento negativo nel settore dell'editoria dei quotidiani.

Lo rileva l'Agcom che oggi ha pubblicato i dati dell'Osservatorio sulle Comunicazioni relativi al primo trimestre dell'anno.

Nel corso del primo trimestre 2022, in media, giornalmente, sono state vendute 1,61 milioni di copie, in flessione dell'8,5% rispetto al corrispondente valore 2021 e del 31,6% rispetto ai corrispondenti livelli di vendita del 2018.

Guardando alla distribuzione territoriale delle copie vendute, cioè tra ambito nazionale (che nel primo trimestre dell'anno rappresentano il 48,1% delle copie complessive) e locale, le seconde su base annua hanno registrato una flessione maggiormente marcata rispetto a quanto fatto registrare dalle testate nazionali (-11,0% contro -5,6%).

Le copie vendute quotidianamente in formato cartaceo hanno visto nei primi mesi del 2022 una riduzione del 9,3% rispetto al 2021, e del 35,5% nei confronti del corrispondente valore del 2018.

I quotidiani venduti in formato digitale non hanno registrato variazioni di particolare rilievo (oscillano intorno ad una media di 210 mila copie giornaliere nel 2022), con una riduzione maggiormente contenuta su base annua (-2,7%) ma in crescita rispetto ad inizio periodo (+12,7%), quando le copie erano circa 190 mila unità giornaliere.

Appare opportuno osservare, sottolinea l'Agcom, come la distribuzione delle vendite di copie digitali appaia maggiormente concentrata rispetto a quella cartacea: le prime cinque testate del segmento digitale rappresentano poco meno del 60% delle copie complessivamente vendute nel primo trimestre del 2022, mentre il corrispondente valore per la versione cartacea quasi si dimezza (34,4%).

In relazione ai diversi "generi" editoriali presenti sul mercato, i principali cinque quotidiani a diffusione nazionale considerati "generalisti" (L'Avvenire, Il Corriere della Sera, Il Messaggero, La Repubblica, La Stampa) vedono nei primi tre mesi dell'anno una flessione nella vendita di copie cartacee pari al -9,2% rispetto al primo trimestre del 2021, dato sostanzialmente in linea con il valore medio. Si evidenzia peraltro come questi abbiano registrato, allo stesso tempo, una riduzione nella vendita giornaliera di copie in formato digitale leggermente più contenuta (-1,1%).

Corrispondentemente, le altre testate nazionali considerate 'generaliste' e quelle locali mostrano una flessione delle copie

cartacee nell'ordine del 12%, mentre le uniche a crescere (+7,1%) sono le testate sportive. Relativamente al campione preso in considerazione da ADS, l'analisi per operatore vede, in termini di copie complessivamente vendute da inizio anno, GEDI quale principale gruppo editoriale (20,6%) seguito da Cairo/RCS (17,7%) e da Caltagirone Editore e Monrif Group (rispettivamente con l'8,8 e l'8,5%).