

Mondadori alla svolta nell'area media: sorpasso del digitale sulla carta nel 2025

DI MARCO A. CAPISANI

Mondadori si avvia a uno storico cambio di passo nella sua divisione media, quella che comprende le testate periodiche (come *Chi*, *Focus* e *TV Sorrisi e Canzoni*) ma oggi anche siti web e profili social di marchi tematici (Cucina o Salute & Benessere), le social agency (tra cui Zenzero) e il polo martech con Adkaora. Il sorpasso atteso riguarda proprio i ricavi complessivi dal digitale che, nel 2025, supereranno in percentuale quelli da carta stampata sul totale fatturato della divisione. La stima complessiva sul digitale, per l'anno prossimo, è di ricavi per circa 70 milioni di euro, secondo quanto anticipato ieri dall'a.d. e d.g. **Antonio Porro**, durante l'appuntamento con gli analisti per la presentazione dei risultati della casa editrice nei primi nove mesi dell'anno. Un risultato importante per il gruppo presieduto da **Marina Berlusconi** che, ormai da tempo, punta la sua strategia su un duplice binario: i libri e il digitale. Quest'ultimo, tra l'altro, pensato proprio per riorganizzare e rendere sostenibile il business dei tradizionali magazine.

Al 30 settembre scorso, intanto, le attività digitali valgono il 43% di tutti i ricavi della divisione media, pari a 106,4 milioni di euro, su del 5%, beneficiando di una raccolta digitale a +24,5%. Pubblicità, a conferma, trainata proprio dal polo martech, da Webboh e dalle social agency. Anche le pubblicazioni tradizionali fanno bene sul fronte pubblicitario, ha precisato ieri Porro, ma i loro ricavi complessivi finiscono per flettere del 6,9%, a causa dei trend diffusionali.

A proposito invece del business principale dei libri, come in altri settori del largo consumo, «il mercato si è appiattito a settembre e ottobre si conferma debole ma credo sia un riallineamento con le previsioni iniziali, date in calo, prima di un periodo che si è rivelato sopra le

attese», ha spiegato Porro, aggiornando i dati ai primi novembre per cui il comparto flette dell'1,1% mentre Mondadori resta in positivo «al pelo» (+0,1%). A pesare sul mondo libri la rimodulazione della Carta della cultura e del merito per gli studenti e i fondi da 30 milioni per la campagna acquisti libri delle biblioteche, solo di recente sbloccati (vedere *ItaliaOggi* del 12/11/2024). Formalmente, fino alla fine dello scorso settembre, la divisione libri trade segna ricavi per 281,9 milioni di euro (+7,5% e +0,7% a perimetro costante), con un ebitda adjusted per 42,2 milioni, su del 3%, anche in questo caso grazie a digitale e il raffreddamento dei costi industriali, la carta prima di tutto.

A livello consolidato, il gruppo di Segrate chiude i primi 9 mesi con un fatturato da 705,8 milioni di euro (+3,8%), un ebitda pari a 134,2 milioni (+2,1% e +3,1% a livello adjusted) e un risultato netto positivo per 59,3 milioni a -10,6% (sostanzialmente stabile sui 63,2 milioni a livello adjusted). Mondadori prevede di distribuire agli azionisti dividendi per 15,5 milioni di euro il prossimo 20 novembre, seconda tranche dopo quella da altri 15,5 milioni di euro dello scorso 22 maggio (per un totale di circa 31 milioni di euro).

— © Riproduzione riservata —



Antonio Porro

