



## **Comunicato Stampa**

### ***Dati FCP ASSOQUOTIDIANI 1°trimestre***

I dati pubblicati nei giorni scorsi, relativi agli investimenti pubblicitari sottolineano un quadro complesso e mutevole per il mercato della stampa quotidiana. L'Osservatorio Stampa FCP indica un trend negativo, con **un calo del fatturato complessivo dei quotidiani del 11,3% nel periodo gennaio-marzo 2024** rispetto all'anno precedente. Questo declino è attribuito principalmente alla diminuzione degli investimenti pubblicitari con particolare attenzione ad alcune tipologie pubblicitarie che ne hanno risentito in misura maggiore e che hanno contribuito al risultato negativo del trimestre.

La pubblicità **commerciale nazionale e commerciale locale** mostrano entrambe una contrazione, seppur con dinamiche diverse. La prima subisce un calo del 9,0%, principalmente a causa di un rimbalzo rispetto al periodo positivo dell'anno precedente, dove si registrava una crescita del 3,5% (su base dati consolidata). D'altra parte, la pubblicità commerciale locale registra un calo inferiore, solo del 2,2%, risultando essere più "reattiva" rispetto alla componente nazionale.

Tuttavia, è la **pubblicità legale** a rappresentare il nodo cruciale della situazione, con una drastica diminuzione degli investimenti e una performance negativa al -40,5%. Questo calo è attribuito principalmente all'abolizione dell'obbligo di pubblicazione di bandi/esiti di gara sui quotidiani, decisione che ha fortemente influenzato il mercato pubblicitario nel perimetro delle concessionarie associate a FCP-Assoquotidiani.

Il presidente di FCP-Assoquotidiani, Walter Bonanno, sottolinea che questa diminuzione nella pubblicità legale ha un impatto significativo sul fatturato complessivo delle concessionarie, rappresentando l'11,2% del totale mercato pubblicitario. Questo valore, pari a **44,9 milioni di euro**, indica una riduzione significativa rispetto all'anno precedente e riflette purtroppo una tendenza di diminuzione continuativa.

**La decisione del governo di non rinnovare l'obbligo di pubblicazione sui quotidiani** ha posto una sfida importante per il settore della stampa quotidiana, poiché gli introiti derivanti dalla pubblicità legale potrebbero continuare a diminuire significativamente nei prossimi mesi.

Nonostante questi cambiamenti e le sfide che il settore affronta, la stampa quotidiana rimane un **pilastro importante dell'informazione nel Paese**, mantenendo un ruolo di garante della qualità e continuando a generare valore per lettori e investitori. Inoltre, la comunicazione integrata, inclusi gli eventi promossi e amplificati attraverso il mezzo stampa, rappresenta ancora un'opportunità per coinvolgere ed ingaggiare un'audience che presta grande attenzione a contenuti autorevoli e di valore.

*"La recente evoluzione del mercato pubblicitario della stampa quotidiana riflette una trasformazione profonda nel modo in cui le informazioni vengono veicolate e consumate dalla società moderna. Come Federazione, siamo consapevoli delle sfide che questo cambiamento impone al nostro settore. Tuttavia, restiamo fiduciosi nell'abilità dei nostri associati nell'adattarsi a queste nuove dinamiche e nell'identificare opportunità innovative per mantenere la rilevanza e il valore della stampa quotidiana nell'ecosistema mediatico contemporaneo" **dichiara Walter Bonanno, presidente FCP-Assoquotidiani.** "Continueremo a lavorare in stretta collaborazione con il mercato pubblicitario e le istituzioni per promuovere un ambiente favorevole alla crescita e alla sostenibilità del settore."*

In conclusione, il mercato della stampa quotidiana è in continua evoluzione, con cambiamenti normativi e tendenze nell'investimento pubblicitario che influenzano direttamente il reddito delle concessionarie e l'andamento complessivo del settore. La capacità di adattamento e innovazione sarà cruciale per affrontare le sfide future e mantenere la rilevanza nel panorama mediatico contemporaneo.