



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.