

Caltagirone Editore chiude il primo semestre 2017 con ricavi in flessione del 6,2%

ROMA – *Caltagirone editore* chiude il primo semestre 2017 con ricavi pari a 71,3 milioni di euro, in flessione del 6,2% rispetto al corrispondente periodo del 2016, ma con **un risultato netto di gruppo positivo per 6 mila euro**, contro quello negativo per 270 mila euro registrato lo scorso anno. Lo rende noto una nota della società emessa dopo l'approvazione dei conti da parte del consiglio di amministrazione presieduto dall'**Avv. Francesco Gianni**. La nota spiega che *"I risultati continuano a risentire degli effetti negativi della contrazione dei ricavi pubblicitari e dei ricavi diffusionali che caratterizza ormai da anni il settore"*.



Per quanto riguarda l'anno in corso, si legge nella nota, *"proseguiranno le attività di riorganizzazione per aree funzionali del gruppo, nonché le iniziative finalizzate a valorizzare le versioni multimediali e migliorare le attività internet delle testate"*. Nello specifico *"i ricavi complessivi derivanti dalla vendita di quotidiani si sono attestati a 28,1 milioni di euro, con una flessione del 3,6% rispetto al corrispondente periodo del 2016 inferiore al dato tendenziale di mercato che, nel periodo gennaio-maggio 2017, ha registrato una flessione delle diffusioni delle copie cartacee e digitali del 10,5%. I ricavi da vendita delle edizioni cartacee delle testate del gruppo sono diminuiti, nel periodo, del 4,4%. E'*

*continuata la crescita delle vendite di copie e abbonamenti digitali che, pur con un'incidenza sui ricavi diffusionali ancora marginale, hanno segnato un +17,8% rispetto al corrispondente periodo del precedente esercizio. A partire dal mese di giugno il Gruppo ha applicato l'incremento del prezzo di vendita del quotidiano **IL Messaggero** (da 1.20 euro a 1.40 n.d.r.) in parte dell'area diffusionale".*

[CED_semestrale-2017](#)

La raccolta pubblicitaria del gruppo, si legge ancora, **"è diminuita del 7,8%. I ricavi pubblicitari sulle sole testate cartacee**, considerando anche la pubblicità raccolta per conto di terzi, hanno registrato **una contrazione del 9,2%** in linea con l'andamento del mercato; stabile invece la raccolta pubblicitaria su Internet che, considerando anche la raccolta effettuata per conto di terzi, ha registrato **un incremento dello 0,1%**. L'incidenza dell'area internet sul fatturato pubblicitario complessivo è giunta ormai al 14,1%. La Total Audience (pc o mobile) dei siti web del Gruppo ha registrato 1,06 milioni di utenti unici giornalieri medi, in crescita del 8,2% rispetto al primo semestre 2016".