Gli ultimi dati confermano il collasso dei giornali mainstream italiani

Gli introiti della stampa mainstream italiana sono, da anni, **in caduta libera**. A certificarlo, fornendo nuovi spunti relativi al confronto tra il 2023 e le annate precedenti, sono le statistiche diramate da **ADS** (Accertamenti Diffusione Stampa, società che certifica diffusione e vendita delle copie dei giornali nel nostro Paese), che segnalano un **brusco calo** in quasi tutte le voci. Specie nel settore del **cartaceo**, che fa acqua da tutte le parti.

I dati, che passano in rassegna il primo semestre dell'anno corrente, attestano che le copie vendute nel giorno medio sono state **1,49 milioni**, comprendendo nel conteggio sia le copie **cartacee** sia quelle **digitali**. Nei primi sei mesi del 2022 erano 1,60 milioni e, nello stesso arco temporale del 2021, 1,74 milioni. Nello specifico, la flessione registratasi nella prima metà del 2023 è di **112mila copie** rispetto al 2022 (-7%) e di **248mila** sul 2021 (-14,3%). Nello specifico, il canale che incide di più in questo decremento è quello delle **edicole**, che rappresenta il 70% del totale. In tale settore, quest'anno la vendita si è fermata a **1,052 milioni** di copie medie, calando di **117mila copie** rispetto all'anno precedente (-10%) e di ben **244mila copie** sul 2021 (-18,8%).

Si difende il mercato giornalistico **digitale** – che detiene un peso sul totale del 23% -, ma è facile constatare come i numeri migliorino soltanto quando le copie online vengono vendute a un prezzo compreso **tra il 10 e il 30% del costo pieno**. Infatti, le copie vendute a un prezzo uguale o superiore a tale soglia sono ferme a circa **195mila unità medie** fin dal 2017.

A rappresentare un eloquente spaccato sull'importante crollo delle vendite sono i dati legati a quattro delle principali testate giornalistiche italiane. *Il Corriere della Sera*, nei primi sei mesi del 2023, fa ad esempio registrare la vendita di 225 mila copie medie, perdendo **8.800 copie** sullo stesso periodo del 2022 (**-3,8%**). Il canale edicola segna addirittura un **-10,6%** a causa della perdita di circa **16mila copie**. Rispetto al 2022, *La Repubblica*, con 115mila copie medie, perde invece nel complesso addirittura **il 12,3%**, con **-10.640** copie medie vendute in edicola e **-5.520** copie medie digitali. *Il Sole 24 Ore*, che fa registrare 92.400 copie medie (con una preponderanza di quelle digitali, che sono ben 58mila), va a perdere rispetto all'anno precedente il **4,4%**. Le copie digitali vendute a prezzi più bassi rappresentano la voce di maggior peso sul volume di venduto: 37%. In ultimo, *La Stampa*, con 76.700 copie medie, vede una netta flessione degli abbonamenti cartacei (con addirittura un **-59%** sul 2021). Per quanto riguarda le copie vendute in edicola rispetto all'anno scorso, si attesta un'altra importante flessione (**-16,10%**).

Mettendo a confronto le vendite del mese di luglio 2023 con quelle di luglio 2022, i numeri risultano **impietosi** per la quasi totalità delle testate nazionali, con picchi fino al **-11,93%** e pochissime eccezioni. Nelle statistiche riferite alla diffusione totale delle copie cartacee e

digitali, grazie all'online fanno registrare un incremento delle vendite soltanto i giornali sportivi *Gazzetta dello Sport* (+50,97%) e *Corriere dello Sport* (+5,42%) e le testate *La Repubblica* (8,56%) e *Avvenire* (+3,27%). Tutte le altre **sono in rosso**. Se poi si guarda alla tabella concernente le sole vendite in edicola, la situazione è ancora più preoccupante. Tutti i giornali, ad eccezione solo di *Libero* (+9,84%, comunque in calo rispetto al mese precedente), presentano **cali in rosso**, con picchi che raggiungono il **-16,93%**. E nulla fa pensare che questo declino possa arrestarsi.

[di Stefano Baudino]