



CHE COSA C'È NELL'EDICOLA DEL GRUPPO

Dall'acquisto del primo giornale locale, 18 mesi fa, Gatehouse media (gruppo Fortress investment) non ha perso tempo. Ecco l'attuale portafoglio

QUOTIDIANI	75
SETTIMANALI	231
SITI LOCALI WEB	230
GUIDE PER LO SHOPPING	117
ANNUARI	2

BusinessWeek EDITORIA DAGLI USA BUONE NOTIZIE PER LE NOTIZIE LOCALI

È la stampa (di provincia), bellezza!

A sorpresa, la società Gatehouse media fa profitti acquistando piccoli giornali. Ne ha già collezionati 75

Nell'ultimo anno, i fondi di private equity hanno speso decine di miliardi di dollari per acquisire alcune delle aziende americane più gettonate dai media. Nel frattempo Fortress investment group, la società di hedge fund appena quotata a Wall street, dove ha registrato un esordio col botto, ha condotto diverse due diligence in luoghi come Sleepy Eye, in Minnesota, Heber Springs in Arkansas o Canandaigua nello Stato di New York. In silenzio e metodicamente, Fortress ha messo insieme la più ampia rete di quotidiani di provincia negli Usa: oltre 400 testate in tutto (compresi settimanali e siti web) detenute attraverso la società Gatehouse media. Per quest'anno stima 400 milioni di dollari di ricavi e 23 milioni di utile netto. Gatehouse si è quotata in Borsa lo scorso ottobre, raccogliendo 248 milioni di dollari, ma Fortress ne controlla ancora il 60%.

Considerato il suo stato critico, la stampa quotidiana non sembra un grande investimento. Ma nella crisi delle catene nazionali e nella fuga verso il Web di lettori e inserzionisti Fortress ha individuato un'anomalia: si possono fare buoni profitti pubblicando giornali nel-

le piccole città. In questi centri i lettori sono numerosi e fedeli. E le aziende locali li ricercano. Ciò assicura a Gatehouse margini del 40%, il doppio di quelli dei medi e grandi quotidiani.

La scommessa sui giornali locali è per Fortress il primo approccio al mondo dei media. Fin dall'inizio la strategia è stata di individuare testate con poca o nulla competizione e poi costruire dei gruppi regionali, integrando le attività di back office e reinvestendo i risparmi per costruire una forte presenza online. La prima operazione è stata l'acquisto, nel giugno 2005, di Liberty group publishing, una catena di quotidiani di piccole città dell'Illinois.

Che cos'ha visto Fortress e che cos'è sfuggito agli altri? Prima di tutto, il boom, economico e di popolazione, di alcune piccole e medie città americane, poco o per nulla coperte dai grandi quotidiani, dalle tv nazionali, dalle compagnie telefoniche e dalle tv via cavo. In queste città il quotidiano locale è letto dal 70% degli abitanti (contro il 40% delle città). Sotto il profilo editoriale, questa strategia iper-locale di Gatehouse significa che se al consiglio di

scuola scoppia un diverbio, finisce in prima pagina. Così le imprese sportive dei ragazzi del liceo locale. Sotto il profilo pubblicitario, il giornale locale è il media privilegiato dal commercio al dettaglio. Gatehouse va anche a caccia di inserzionisti regionali. Per esempio, con la sua rete di 125 testate che formano un anello intorno a Boston, è in grado di offrire pacchetti forfetari per tutta la zona, facendo competizione al *Boston globe* e al *Boston herald*.

Per crescere, la società deve continuare a siglare nuove acquisizioni. E generare flussi di cassa sufficienti per ripagare 560 milioni di dollari di debito, continuare a investire sul web e produrre dividendi, come lo scorso anno, quando ha restituito ai suoi azionisti 1,28 dollari per ogni azione, con un rendimento di quasi il 7%. L'amministratore delegato Mike Reed dovrà macinare ancora molte miglia lungo le strade degli Usa, a caccia di affari. Ma non dovrebbe essere così difficile trovarne, se è vero che negli Usa si stampano oltre ottomila quotidiani e settimanali.

Tom Lowry
(Copyright BusinessWeek)