

undefined

Gruppo Il Sole 24 Ore chiude il 2025 in utile, cassa positiva e accelerazione su digitale e AI

Editoria

Ricavi a 213,9 milioni, profitti a 4 milioni e posizione finanziaria netta a +6,1 milioni

Balzano i ricavi di Radiocor (+9,3%) e sale la pubblicità spinta da Eventi e Radio 24

Conti in ordine, cassa positiva e un modello che continua a evolvere verso servizi e digitale. Il Gruppo Il Sole 24 Ore chiude il 2025 con un utile netto di 4 milioni di euro, ricavi consolidati pari a 213,9 milioni e una posizione finanziaria netta positiva per 6,1 milioni, in miglioramento di 12,6 milioni rispetto al dato di fine 2024. Un segnale di rafforzamento che arriva in un contesto che resta complesso per l'editoria, stretto fra calo strutturale della carta, volatilità pubblicitaria e pressione competitiva delle piattaforme.

La fotografia dei conti racconta una tenuta che non è solo difensiva. I ricavi restano sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente, ma cambia la loro composizione: a crescere con maggiore intensità sono le aree ad alto valore aggiunto: banche dati (+3%), software (+20,8%), spinto dall'integrazione di soluzioni di intelligenza artificiale, e l'agenzia Radiocor (+9,3%). È qui che si gioca una parte rilevante della trasformazione del gruppo, sempre più orientata a valorizzare contenuti e competenze attraverso servizi per imprese e professionisti.

Sul fronte pubblicitario il Gruppo Il Sole 24 Ore nel corso del 2025 ha visto i ricavi attestarsi a 90,7 milioni di euro, in crescita dell'1,5%. A trainare sono in particolare gli Eventi – con il miglior andamento del Festival di Trento – e Radio 24, che mette a segno un incremento del 2,8%, superiore al mercato radiofonico fermo all'1,8%. È un dato, quest'ultimo, che ha un peso specifico rilevante: non solo perché certifica la capacità commerciale della radio, ma perché conferma che nell'ecosistema Sole la raccolta pubblicitaria si alimenta sempre più di formati, occasioni di contatto e piattaforme diverse.

In questo scenario Radio 24 consolida infatti la propria base con 2,615 milioni di ascoltatori nel giorno medio, mentre la piattaforma digitale Radio 24-4.0 raggiunge circa 9 milioni di pagine viste mensili e 1,5 milioni di utenti unici. Ancora più marcata la crescita dei podcast di Radio 24, che toccano 96,6 milioni di audio stream complessivi nell'anno, pari a circa 8 milioni di download al mese, segno di un cambiamento nelle modalità di fruizione che il gruppo sta intercettando.

Sul piano della redditività, l'ebbitda si attesta a 22,1 milioni, in calo rispetto ai 29 milioni del 2024 anche per effetto di una diversa dinamica delle componenti non ricorrenti: negativi per 1,1 milioni nel 2025, contro componenti positive per 1,7 milioni nell'esercizio precedente. Il

risultato netto, pur in riduzione rispetto ai 9,1 milioni dell'anno precedente, resta positivo, sconta oneri e proventi non ricorrenti negativi per 0,8 milioni di euro (positivi per 1,7 milioni di euro nel 2024) e si accompagna a un patrimonio netto in crescita a 36,6 milioni (+4,1 milioni rispetto al 31 dicembre 2024).

Dato molto significativo resta inoltre quello della cassa: il ritorno a una posizione finanziaria netta positiva segna un passaggio chiave.

La diffusione complessiva del quotidiano, carta più digitale, si attesta a 115.297 copie medie giorno, in calo del 3,4%, ma con una performance migliore rispetto a un mercato che arretra del 6,2%. Ancora più significativo il dato del Total Paid For Circulation medio, che sale del 5,2% a 180.051 copie, includendo tutte le copie digitali multiple vendute.

Sul sito ilsole24ore.com la media giornaliera supera 1 milione di browser unici, in crescita del 3,2%, mentre le pagine viste si attestano a 5,5 milioni al giorno. La parte media conferma a sua volta un'evoluzione del mix: i podcast del sistema Sole arrivano a quasi 1 milione di ascolti mensili medi, con un balzo del 29,8%, mentre i video raggiungono 16,7 milioni di visualizzazioni medie mensili, comprese le dirette, in aumento del 7,6%. Sono dati che certificano la crescente capacità del gruppo di presidiare formati e linguaggi diversi, intercettando pubblici differenti senza disperdere l'identità del marchio.

C'è poi il capitolo social, che non è più un semplice canale di distribuzione laterale, ma un indicatore della capacità di presidiare comu-



Editoria

Bilancio 2025 in crescita per il Gruppo Il Sole 24 Ore

Il 2025, peraltro, non è stato soltanto un anno di tenuta economica, ma anche di forte spinta progettuale. Nell'anno dei 160 anni del Sole 24 Ore il gruppo ha messo in campo un ampio palinsesto di iniziative celebrative, dal progetto "Opinion Reader" al Silent Reading Tour, fino agli appuntamenti di Trento, Roma e Milano, rafforzando il legame con lettori, imprese, professionisti e istituzioni. Ma soprattutto ha accelerato nella costruzione di una piattaforma editoriale completa: il lancio di 24ORE Salute, l'integrazione dell'AI nelle banche dati professionali (già adottata da oltre 7.000 clienti), nuove soluzioni come Valore24 AI Office scelto da oltre 1.500 clienti, il debutto di ilsole24oreTV il 24 giugno, la versione inglese del sito e, a novembre, la beta di 24GPT, il primo agent AI del Sole 24 Ore dedicato all'informazione e alla divulgazione economico-finanziaria.

—R. FI.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il Sole 24 Ore conferma il primato su LinkedIn fra gli editori e la total social audience del gruppo ha superato i 10 milioni