

Gruppo Athesis: primo semestre '25 all'insegna di crescita e sviluppo

Grandi eventi sold-out, nuovi prodotti digitali, lettori in aumento e L'Arena primo quotidiano provinciale d'Italia per utenti unici secondo le ultime rilevazioni Audicom

Verona, 22 luglio 2025 – Il 2025 si apre con importanti risultati per il Gruppo Athesis, che conferma la propria leadership nell'area lombardo-veneta in un contesto di trasformazione del settore editoriale. Sebbene il mercato registri un progressivo calo delle vendite in edicola, i dati Audipress mostrano una tendenza positiva sul fronte della lettura: negli ultimi anni, infatti, è aumentato il numero medio di lettori dei quotidiani del Gruppo. Le testate del Gruppo raggiungono oggi circa **522.000 lettori quotidiani** (fonte: Audipress), attestandosi come voce autorevole e punto di riferimento per l'informazione locale. A questi numeri si affiancano le performance digitali, con **oltre 31 milioni di utenti unici** sui siti del Gruppo e una presenza social in costante crescita, che ha generato **oltre 40 milioni di contatti** tra utenti raggiunti e visualizzazioni video.

Tutti i quotidiani del Gruppo rientrano nella **top ten dei quotidiani locali per utenti unici** secondo l'ultima rilevazione Audicom, a maggio 2025. Il quotidiano **L'Arena** conferma il suo ruolo di leader nell'informazione locale consolidandosi come **primo quotidiano provinciale in Italia**. **Il Giornale di Vicenza** ottiene il **quarto** posto, **Bresciaoggi** il **sesto**, **Gazzetta di Mantova** l'**ottavo**.

La conferma del ruolo dei newsbrand Athesis si espande poi ulteriormente grazie a **oltre 50 eventi** organizzati nel territorio in questa prima parte dell'anno, ripetutamente **sold out**, capaci di coinvolgere comunità locali e aziende, raccogliendo **oltre 10.500 presenze in sala**, milioni di contatti online e la fiducia di oltre **300 partner**.

«Siamo un media & communication group che da oltre 360 anni racconta storie, persone e territori, ma soprattutto accompagna il cambiamento con linguaggi e strumenti sempre nuovi», afferma l'Amministratore Delegato **Andrea Pietro Faltracco**. *«Abbiamo, come media&communication company di riferimento dei nostri territori, il compito di rappresentare tutti gli stakeholders che compongono le nostre comunità: i cittadini, le amministrazioni locali, le imprese, le organizzazioni del terzo settore, le istituzioni culturali. Il nostro core business è il contenuto - che creiamo dal 1664- con il quale realizziamo la nostra mission di informare, raccontare e comunicare in modo autorevole, tempestivo e libero.*

Eventi sold out che uniscono territori e community

Il primo semestre ha visto il successo di eventi diffusi in tutte le province di **Verona, Vicenza, Mantova e Brescia**, registrando sold out dopo sold out e creando nuove occasioni di incontro e di confronto con il territorio. Dal roadshow *Guerra e Pace* dedicato alla geopolitica, a *Top500*, l'evento che celebra le **eccellenze imprenditoriali locali**, fino a *OltreCultura*, la serie di incontri che valorizza i **talenti e le storie culturali del territorio**. Sul palco degli eventi Athesis grandi nomi del dibattito quotidiano e della cultura come **Dario Fabbri, Gad Lerner, Carlo Cottarelli, Paolo Nespoli,**

Alessandro Barbero, Laura Pepe e molti altri, rendendo ogni appuntamento un'occasione di **dialogo e crescita condivisa**.

Innovazione digitale: nuovi format e community in crescita

L'informazione evolve e Athesis ne intercetta i linguaggi. Nei primi sei mesi dell'anno sono state lanciate le newsletter *Il Colore dei Soldi* ed *Eroi del Clima*, che stanno riscuotendo **interesse trasversale** fra lettori e stakeholder. Sul fronte audio, il podcast originale *Tabula Mundi*, un **viaggio fra storia e trasformazioni globali** curato da Massimo Mamoli, ha debuttato ottenendo ampi consensi dai lettori delle testate Athesis e da un **pubblico nuovo e più ampio**.

Lo sviluppo di una **nuova presenza su TikTok** sta contribuendo alla nascita di una community sempre più ampia, composta da lettori che scelgono di fruire l'informazione in modi **innovativi, immediati e coinvolgenti**, rafforzando la capacità del Gruppo di adattarsi alle **abitudini di consumo in costante evoluzione**.

Un ecosistema di brand e competenze

Gruppo Editoriale Athesis integra un sistema articolato di **media, servizi di comunicazione e narrativa d'autore**: i quotidiani storici *L'Arena*, *Il Giornale di Vicenza*, *Bresciaoggi* e *Giornale di Mantova*; le emittenti **radio e televisive** *Telearena*, *Telemantova* e *Radio Verona*; la media agency *Publiadige*, specializzata in **soluzioni pubblicitarie multicanale**; e *Zeep!*, agenzia di **marketing e creatività** che sviluppa progetti digitali, branding e comunicazione per aziende e istituzioni. A completare l'offerta di Gruppo **Neri Pozza**, eccellenza nel panorama letterario italiano e internazionale, che ha visto il primo semestre del 2025 segnato da importanti uscite come **Un mondo altrove** di Barbara Kingsolver, **Di spalle a questo mondo** di Wanda Marasco, finalista ai maggiori premi letterati italiani e **Il velo di Lucrezia** di Carla Maria Russo

Lo sguardo al domani

Una crescita destinata a continuare nel secondo semestre con nuove occasioni ed **appuntamenti pensati per rafforzare il legame tra informazione, territori e comunità**. Tornerà in nuovo format *Pianeta Sostenibilità*, la rassegna che mette al centro il **futuro green delle imprese e delle città**, e prenderà vita la seconda edizione di *WunderKammer*, il festival letterario di **Neri Pozza Editore**, che porterà ancora una volta a Verona voci autorevoli del **panorama culturale nazionale e internazionale**. A novembre, la sesta edizione del *Festival del Futuro* a Job&Orienta e le sue altre 4 tappe dislocate sul territorio sarà interamente dedicata all'**intelligenza artificiale**, tema chiave per comprendere le trasformazioni sociali ed economiche dei prossimi anni.

Accanto a questi appuntamenti, proseguirà lo sviluppo di **nuovi progetti digitali e format innovativi** che estenderanno la fruizione dell'informazione e arricchiranno l'esperienza dei lettori su tutte le piattaforme. Verranno introdotti **nuovi canali e prodotti digitali** pensati per rendere ancora più accessibili e personalizzati i contenuti, ampliando le modalità di dialogo con le nostre community online.

La modalità di fruizione dell'informazione sta profondamente cambiando e si stanno moltiplicando i "touch point" con i quali ognuno di noi si informa: la sfida di un moderno Gruppo Editoriale come

Athesis è quella di offrire sempre maggiori prodotti informativi per essere presenti in tutte le nuove forme di consumo dell'informazione: ecco che gli eventi rappresentano uno di questi, ma ci sono poi altri prodotti che si affiancano ai giornali cartacei come i siti web delle testate, che saranno oggetto di profonda trasformazione, i podcast, le newsletter, la presenza sui Social e molto altro” sottolinea Andrea Pietro Faltracco. «Il nostro obiettivo, con una roadmap di sviluppo che guarda ben oltre il 2025, è continuare a innovare, sviluppando strumenti e contenuti che mantengano vivo il dialogo con le nostre community e aprano nuove opportunità per il territorio, per le imprese e per i cittadini».