



## **Il Cda ha approvato i conti relativi ai primi nove mesi dell'anno**

**Ricavi in crescita a 92,7 milioni di euro (+5,3%)**

Milano, 14 Novembre 2011

Il Consiglio di Amministrazione di Class Editori SpA, riunito oggi, ha approvato i risultati consolidati relativi ai primi nove mesi dell'anno.

### **- Risultati consolidati**

I ricavi totali sono stati pari a 92,7 milioni di euro, in aumento del 5,3% rispetto allo stesso periodo del 2010. La crescita è stata determinata principalmente dalla crescita dei ricavi legati all'operazione C25, ideata in occasione dei 25 anni della casa editrice e del magazine Class, e dalla raccolta nelle aree digitali (tv e internet).

I costi operativi sono passati da 84,3 a 94,2 milioni di euro, a causa degli elevati investimenti effettuati per il lancio dei nuovi canali televisivi, in personale, strutture commerciali e attività di produzione.

Il margine operativo lordo (ebitda) è negativo per 1,46 milioni di euro (+3,76 milioni di euro al 30 settembre 2010).

Il risultato netto di gruppo dopo gli interessi di terzi è negativo per 6,33 milioni di euro contro una perdita di 3,49 milioni di euro registrata l'anno scorso, mentre il risultato del terzo trimestre è praticamente in linea con quello dello stesso periodo del 2010.

### **- Principali eventi economico-finanziari del periodo**

Persevera la situazione di crisi economica e finanziaria che ha influenzato in modo decisamente negativo il mercato editoriale e della pubblicità in Italia. Come si evince dai dati di Nielsen, nei primi otto mesi del 2011 sono calati i ricavi per i quotidiani a pagamento (-5,6%, pubblicità nazionale e commerciale), per i periodici (-1,6%), e anche per la tv (-4,7%).

Nonostante questo difficile contesto, la raccolta pubblicitaria di Class Editori è cresciuta, recuperando quote di mercato, ma in maniera ancora insoddisfacente a rendere economica l'espansione della Casa editrice in particolare nella Tv.

La casa editrice ha infatti definito la strategia di sviluppo principalmente nelle aree digitali (TV e Internet) con la creazione, l'acquisizione ed il rafforzamento di nuovi canali (ClassTVMsnbc, in onda sul digitale terrestre dal secondo semestre del 2010, e ClassTVModa, in onda su Sky), arricchendo e rinnovando programmi e palinsesti. In particolare con teche di serial e film per rafforzare il prime time, oltre a tutto ciò che riguarda news in tempo reale, moda, tendenze, design, cultura, motori, sapori, arte.

I costi redazionali, tecnici e commerciali per la realizzazione delle nuove attività, che dal 2011 vanno a regime da inizio anno, sono particolarmente significativi. I segnali di crescita sui ricavi sembrano dar ragione alla correttezza della linea di sviluppo intrapresa, anche se la forbice tra costi e ricavi è ancora sbilanciata generando perdite, e questo anche a causa dei ritardi con cui il segnale TV del digitale terrestre è entrato nelle case degli italiani.

Alcune categorie di spese hanno poi subito incrementi in quanto legate alla crescita degli investimenti (e dei relativi ricavi) e delle attività delle società in cui sono state generate (in particolare MF Honyvem Spa e Global Finance Media).

Il 2011 è l'anno in cui il mensile Class e la Casa Editrice hanno compiuto 25 anni dalla loro nascita.

In occasione di questo anniversario è nato il progetto Class25-Options of Luxury, nel quale attraverso tutti i suoi mezzi, quotidiani, periodici, canali televisivi, radio e portali, la Casa Editrice, interlocutore principale dei marchi e delle aziende della moda, del lusso e del design, ha raccontato e racconterà la storia e l'evoluzione dei marchi e dei prodotti nazionali ed internazionali più prestigiosi degli ultimi 25 anni, in una grande mostra multimediale allestita alla Triennale di Milano dall'8 settembre al 2 ottobre 2011.

La sede della mostra, che verrà riallestita nel 2012 a New York ed in Asia, punti di riferimento della cultura mondiale, e un grande curatore, l'architetto Italo Rota, al quale si deve fra l'altro la realizzazione del Museo del Novecento a Milano, testimoniano quali risorse Class Editori abbia messo in campo per questo evento.

Tra le altre ragioni che hanno portato all'incremento nei costi operativi, si segnalano la crescita dei costi di acquisto delle materie prime (carta, +10% da inizio anno), delle spese commerciali legate alla vendita (tra cui provvigioni e commissioni d'agenzia) e delle spese di struttura della concessionaria di pubblicità, delle aree della business information e i costi legati all'iniziativa Class25.

Per i giornali della Casa Editrice, i dati diffusionali del periodo si mantengono su livelli soddisfacenti, in considerazione delle difficoltà esistenti sul mercato: Class registra nel periodo (media mobile aggiornata) una diffusione di circa 86.400 copie, Capital di 75.700 copie e Milano Finanza di 102.900 copie.

In attesa di un'inversione di tendenza sul mercato della pubblicità ed a causa degli scarsi risultati in termini di raccolta, dal mese di settembre è stata sospesa la pubblicazione di Campus, il mensile dedicato al mondo dell'orientamento universitario.

Il traffico sui siti web di Class Editori è cresciuto nei primi nove mesi del 2011 del 16,1% in termini di pagine viste medie giornaliere e del 34,1% in termini di browser unici medi giornalieri (media primi nove mesi 2011/10, fonte *AW Report - Audiweb*), passando da 1,3 a 1,5 milioni di pagine giornaliere viste e da 51.649 a 69.270 browser unici medi giornalieri.

Nel mese di settembre sono stati raggiunti nuovi record sia in termini di pagine viste (2,3 milioni considerando i soli giorni lavorativi), sia in termini di browser unici (104.462 nei soli giorni lavorativi): nel primo caso la crescita del terzo trimestre 2011 rispetto allo stesso trimestre del 2010 si attesta a +47,9%, salendo a +51,5% in riferimento al numero di browser unici medi giornalieri.

La posizione finanziaria netta al 30 settembre 2011 mostra un indebitamento netto pari a 60,8 milioni di euro, con un incremento di 17,0 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2010; la crescita è dovuta in parte all'acconto pagato a fine marzo per l'acquisto di ulteriori quote della controllata Telesia Spa, in parte alla situazione congiunturale di mercato (maggior ritardo rispetto al passato negli incassi da parte dei clienti) ed in parte ai forti investimenti (costi) effettuati negli ultimi mesi.

Il recupero di crediti scaduti, unitamente al previsto incasso derivante dall'operazione di cessione di MF Honyvem (evento successivo al 30 settembre 2011), previsto entro la fine dell'anno, sono destinati a determinare una consistente riduzione dell'indebitamento a breve termine della Casa Editrice.

### **Principali eventi successivi al 30 settembre 2011**

L'evento più rilevante riguarda la cessione del 70% della società MF Honyvem Spa a Cerved Group Spa. Come comunicato lo scorso 10 ottobre, Class Editori e Intesa Sanpaolo hanno firmato un contratto vincolante per la cessione al Gruppo Cerved del 100% di MF Honyvem, finora posseduto al 70% dalla Casa Editrice e al 30% dall'istituto di credito. MF Honyvem, società di business information con sede a Brescia, da quando è

stata acquisita da Class Editori (quattro anni fa) e dopo il successivo ingresso di Intesa Sanpaolo (ottobre 2009) ha accresciuto significativamente la sua quota di mercato.

L'accordo si estende potenzialmente all'attività commerciale e televisiva, essendo il Gruppo Cerved socio del canale televisivo Class CNBC fin dalla fondazione, e alla comunicazione istituzionale sul territorio.

L'enterprise value è stato fissato a 45 milioni di euro. La partecipazione del 70% di MF Honyvem è iscritta nel bilancio di Class Editori ad un prezzo di carico di 9,38 milioni di euro. L'operazione contempla l'approvazione in corso dell'Autorità garante per la concorrenza ed il mercato.

Class Editori e Solaris Mobile (joint Venture fra SES Astra ed Eutelsat e pioniere nello sviluppo della prossima rete europea di comunicazione mobile) hanno raggiunto un accordo per lanciare un bouquet di servizi radio agli ascoltatori in tutta Italia. La fase di test ha preso avvio nel mese di ottobre con la realizzazione di una rete ibrida, satellitare/terrestre a Milano. Solaris Mobile, che ha base a Dublino, sta a questo proposito stringendo delle partnership con uno dei principali fornitori di reti di trasmissione terrestre in Italia. Se si riterrà un successo la fase di test, si prevede la partenza del lancio commerciale nel 2012.

Class Editori è il fornitore esclusivo dei contenuti che saranno trasmessi in Italia attraverso la rete gestita da Solaris Mobile. Grazie a questo accordo per la prima volta i radioascoltatori italiani potranno ricevere dozzine di nuovi canali radio che trasmetteranno musica, notizie, intrattenimento e sport, nel loro format originale e con una continuità di segnale in tutto il territorio nazionale.

Il traffico Internet del mese di ottobre, caratterizzato dal lancio della nuova sezione di Milanofinanza.it dedicata interamente al risparmio gestito, con aggiornamento quotidiano delle classifiche e delle news relative a Fondi & Sicav, ha confermato pienamente i numeri record del mese di settembre.

In un contesto di mercato così difficile come quello attuale, la casa editrice è fortemente impegnata nello sviluppo della strategia di crescita, in particolare delle attività televisive e digitali, i cui frutti sono attesi per il prossimo futuro. Continuano infine tutti gli sforzi per contenere i costi in maniera tale da poter ottenere anche per l'anno in corso il raggiungimento di risultati accettabili.

-----  
**Per ulteriori informazioni si prega di contattare:**

**Gian Marco Giura**  
Responsabile Comunicazione  
Class Editori  
Tel: 02-58219395  
Cell: 334-6737093  
E-mail: [gmggiura@class.it](mailto:gmggiura@class.it)

*A seguire le tabelle di Conto Economico*

*Il Rendiconto intermedio di gestione è disponibile per il pubblico sul sito Internet della casa editrice, [www.classeditori.it](http://www.classeditori.it)*

---

*Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Emilio Adinolfi, dichiara ai sensi del comma 2 dell'articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.*

#### **- Conto Economico consolidato al 30 Settembre 2011**

<b>CONTO ECONOMICO</b>	<b>30/09/10</b>	<b>30/09/11</b>
<i>Migliaia di euro</i>		
<b>RICAVI</b>		
Ricavi delle vendite	81.729	87.561
Altri proventi operativi	6.355	5.149
Totale ricavi	88.084	92.710
<b>COSTI</b>		
Costi operativi	84.319	94.167
Margine operativo lordo – Ebitda	3.765	(1.457)
Ammortamenti e svalutazioni	7.170	3.462
Risultato operativo – Ebit	(3.405)	(4.919)
Proventi (oneri) finanziari netti	(519)	(1.279)
Risultato netto	(3.924)	(6.198)
(Utile) perdita di terzi ante imposte	437	(128)
Risultato netto di Gruppo	(3.487)	(6.326)

#### **- I Ricavi sono così suddivisi**

<i>Milioni di euro</i>	<b>30/09/2010</b>	<b>30/09/2011</b>	<b>Variatz. %</b>
Ricavi edicola	6,35	6,06	(4,5%)
Ricavi abbonamenti	32,18	31,6	(1,8%)
Ricavi pubblicitari	41,40	48,7	17,6%
Altri ricavi	8,15	6,35	(22,0%)
Totale	88,08	92,71	5,3%

#### **-Posizione Finanziaria netta consolidata al 30 Settembre 2011**

<b>Migliaia di euro</b>	<b>31/12/2010</b>	<b>30/06/2011</b>	<b>30/09/2011</b>
Indebitamento finanziario netto a medio/lungo termine	(1.521)	(1.320)	(1.320)
Indebitamento finanziario netto a breve termine/disponibilità monetarie nette a breve	(42.326)	(53.078)	(59.521)
Di cui:			
Debiti finanziari	(55.773)	(67.113)	(75.897)
Disponibilità e crediti finanziari	13.447	14.035	16.376
Posizione finanziaria netta: indebitamento netto/disponibilità nette	(43.847)	(54.398)	(60.841)

**- Conto Economico consolidato relativo al terzo trimestre del 2011**

<b>CONTO ECONOMICO</b>	<b>III Trimestre 2010</b>	<b>III Trimestre 2011</b>
<i>Migliaia di euro</i>		
<b>RICAVI</b>		
Ricavi delle vendite	25.990	30.575
Altri proventi operativi	1.566	1.028
Totale ricavi	27.556	31.603
<b>COSTI</b>		
Costi operativi	27.471	32.178
Margine operativo lordo – Ebitda	85	(575)
Ammortamenti e svalutazioni	2.069	916
Risultato operativo – Ebit	(1.984)	(1.491)
Proventi (oneri) finanziari netti	(255)	(575)
Risultato netto	(2.239)	(2.066)
(Utile) perdita di terzi ante imposte	233	(110)
Risultato netto di Gruppo	(2.006)	(2.176)