



**Primo trimestre 2006, fatturato pari a 26 milioni di euro (+13%)**

**Ricavi pubblicitari in crescita del 14,8%, a 13,2 milioni di euro**

**Ebitda a 2,1 milioni (+37,3%)**

**Risultato di gruppo ante imposte +273,7%**

Milano, 15 Maggio 2006

Si è riunito oggi il Consiglio di amministrazione di Class Editori, presieduto dal prof. Victor Uckmar, per esaminare l'attività della casa editrice e i risultati consolidati relativi al primo trimestre dell'anno.

## **Risultati Consolidati**

Il fatturato del primo trimestre è risultato pari a 26 milioni di euro, in aumento del 13% rispetto allo stesso periodo del 2005 (23 milioni di euro). L'andamento è stato determinato principalmente dalla crescita della raccolta pubblicitaria, passata da 11,5 a 13,2 milioni di euro (+14,8%), e dei ricavi edicola, aumentati del 21,1% (da 2,95 a 3,57 milioni di euro), grazie anche all'ottimo risultato di vendita delle pubblicazioni allegate e, in particolare, della collana *I Grandi classici dell'economia*. A favorire la crescita pubblicitaria è stata la riorganizzazione della rete vendita e la ripresa del settore finanziario, oltre al buon andamento dei settori legati al mondo della moda, del design e dei consumi personali.

Il margine operativo lordo (Ebitda) è ammontato a 2,1 milioni di euro (+37,3% rispetto al 2005).

L'utile ante imposte, al netto della quota di terzi, è ammontato a 0,497 milioni di euro, in crescita (+273,7%) rispetto al corrispondente periodo del 2005 (0,133 milioni di euro).

L'indebitamento finanziario netto è pari a 8,7 milioni di euro, contro i 10,5 milioni di fine 2005 e i 16,9 milioni al 31.03.2005. Il miglioramento di circa 8 milioni di euro è dovuto alla gestione ordinaria degli incassi e dei pagamenti.

### **Primo trimestre: eventi significativi**

Il mensile *Class*, con una diffusione pari a circa 94 mila copie medie (80 mila nel corrispondente periodo del 2005, dati-Ads), ha mantenuto la leadership nel proprio mercato di riferimento.

*MF/ Milano Finanza*, ha avuto una diffusione media di circa 110.900 copie (media mobile, dati-Ads), raggiungendo così un significativo consolidamento dei dati diffusionali.

Da febbraio è in edicola, arricchito nei contenuti e con una nuova veste grafica, *ItaliaOggi*, il quotidiano economico, giuridico e politico di Class Editori. Il nuovo corso del newspaper, che ha alla portata l'obiettivo di 100mila copie di diffusione, si caratterizza graficamente per una nuova prima pagina con grandi foto a colori ed aperture dedicate alla politica, oltre che per una diversa gerarchizzazione delle notizie e per il maggiore uso del colore nelle sezioni interne. Dal punto di vista dei contenuti, *ItaliaOggi* si è aperto alla politica, fornendo così ai professionisti cui si rivolge un quadro d'insieme al cui interno meglio si possono comprendere le dinamiche della formazione delle leggi che li riguardano.

Da marzo ha preso il via il progetto *CartaSi Luna*, che nasce dall'idea di legare il mensile Luna a uno strumento di pagamento come CartaSi, che risponde alle esigenze delle lettrici di target alto del periodico. Inglobato con *CartaSi Luna*, che prende il via con l'obiettivo di raggiungere 120mila titolari entro i prossimi 24 mesi, ogni titolare ha un abbonamento a Luna. Il mensile raggiungerà in tal modo una diffusione molto elevata, di grande interesse per gli inserzionisti pubblicitari che potranno dirigere le loro comunicazioni a un target con forte potenzialità di acquisto del quale si conosceranno, ottenendo la banca dati CartaSi, le reali abitudini di acquisto e non solo trend ricavati da ricerche demografiche.

## Eventi successivi al primo trimestre

### - Editoria

Nel mese di aprile sono state lanciate due nuove testate, che arricchiscono l'offerta di periodici della casa editrice.

*IO & LEI*, il nuovo magazine femminile per le donne di *ItaliaOggi*, è il primo pensato per le professioniste dell'economia, del diritto e della politica, che già leggono *ItaliaOggi* (37% della readership) e che hanno meno tempo da dedicare allo shopping. *IO & LEI*, che si rivolge anche alle fidanzate, alle figlie e alle mogli dei professionisti che da sempre rappresentano il target di *ItaliaOggi*, è una guida in grande formato, che informa periodicamente sulle ultime novità nella moda, gioielli, design, cosmetica, hi tech, benessere, viaggi.

E' stato anche lanciato *MFL- Magazine for Living*. Il nuovo trimestrale di Class Editori dedicato al mondo del design e dello stile made in Italy, sul modello del già affermato *MF- Magazine for Fashion*, unisce il sapore della moda alle tendenze del design in un giornale unico, che non ha uguali sul mercato italiano. Il primo numero di 148 pagine full color in carta patinata, di grande formato, ha ottenuto un riscontro molto positivo dagli addetti ai lavori e dagli inserzionisti pubblicitari, con una raccolta di annunci superiore al budget: più di 50 pagine, tutte di investitori d'altissimo livello.

Continua su ottimi livelli di vendita l'opera *I Grandi Classici dell'Economia*, che per il CAPITALE di Carlo Marx ha superato le 20 mila copie.

### - Radio

Ai primi di maggio la società (collegata attraverso New Satellite Radio) WorldSpace Italia ha ottenuto dal ministero delle Comunicazioni l'autorizzazione ad avviare l'attività di radio satellitare sul modello americano di XM e Sirius.

## Evoluzione prevedibile della gestione

In generale, le attuali previsioni per il 2006 segnalano la possibilità di un andamento positivo nella raccolta pubblicitaria, in un mercato caratterizzato da una sostanziale stagnazione degli investimenti, e nei ricavi edicola e per abbonamenti.

## Conto economico consolidato al 31 Marzo 2006

(importi in migliaia di euro)

	31 marzo 2005	31 marzo 2006
Ricavi di vendita	22.996	25.972
Costi operativi	21.475	23.884
Margine lordo	1.521	2.088
Ammortamenti e svalutazioni	1.610	1.940
Risultato operativo	(89)	148
Oneri (Proventi) Finanziari netti	98	(39)
Risultato ante imposte	(187)	187
(Utile) Perdita ante imposte di terzi	320	310
Risultato ante imposte del gruppo	133	497

### I Ricavi al 31 Marzo sono così suddivisi

(importi in migliaia di euro)

	31 marzo 2005	31 marzo 2006
Ricavi edicola	2.951	3.574
Ricavi abbonamenti	7.451	7.383
Ricavi pubblicitari	11.485	13.193
Altri ricavi	1.109	1.822
Totale ricavi	22.996	25.972

### Situazione finanziaria consolidata al 31 Marzo 2006

(importi in migliaia di euro)

	31.03.2005	31.12.2005	31.03.2006
Indebitamento finanziario netto a medio / lungo termine	-1.343	-6.542	-4.910
Indebitamento finanziario netto a breve termine / disponibilita' monetarie nette a breve	-15.552	-3.992	-3.830
Di cui:			
Debiti finanziari	-18.737	-8.787	-9.160
Disponibilita' e crediti finanziari	3.185	4.795	5.333
Posizione finanziaria netta: Indebitamento netto / disponibilita' nette	-16.895	-10.534	-8.740

## **Class Editori**

Class Editori è la casa editrice italiana leader nell'informazione finanziaria, nel lifestyle e nei luxury good products. Fondata nel 1986 da Paolo Panerai, si è sviluppata negli anni sfruttando le possibilità offerte dalla tecnologia, fino a diventare un gruppo multimediale che diffonde informazioni attraverso tutti i mezzi di comunicazione.

Le sue attività abbracciano sia la stampa quotidiana (MF/Milano Finanza e Italia Oggi) sia la periodica (Capital, Class, Campus, Gentleman, Luna...), oltre che le agenzie di stampa (MF-DowJonesNews, joint venture con Dow Jones & Co).

Inoltre, la casa editrice è attiva nei new media, come la Televisione digitale via satellite (Class CNBC - già Cfn/Cnbc - in partnership con NBC-Vivendi Universal, Dow Jones, General Electric e Mediaset), la tv digitale terrestre (Class News, il nuovo canale televisivo all-news presente nel multiplex trasmesso da Mediaset) e Class Life, il primo canale televisivo dedicato al piacere di vivere. Completano l'offerta multimediale di Class Editori le piattaforme tecnologiche per servizi finanziari interattivi su TV digitale terrestre, i servizi di Corporate tv per le banche e le imprese, oltre alla radio (Radio Classica/Milano Finanza, Worldspace Italia) ed ai sistemi di video informazione (Telesia Sistemi) trasmessi nei network televisivi degli aeroporti e delle metropolitane.

Class Editori produce anche informazioni e fornisce servizi per i professionisti dell'economia (Class Professionale) e della finanza (Milano Finanza Intelligence Unit), oltre che dati e notiziari via satellite (MF Sat) e l'informazione e le piattaforme per il trading via Internet (MF Trading, [www.milanofinanza.it](http://www.milanofinanza.it), [www.italiaoggi.it](http://www.italiaoggi.it)).

I titoli di *Class Editori* (Simbolo: CLE) sono quotati alla Borsa di Milano dal 30 novembre 1998.

---

**Per ulteriori informazioni, contattare:**

**Gian Marco Giura**

Direzione Comunicazione

- Investor Relations -

Tel:02-58219395

Fax:02-58219452

E-mail: **Investitori e analisti**, [ir@class.it](mailto:ir@class.it)

**Stampa**, [press@class.it](mailto:press@class.it)