



Il Cda approva la semestrale

Ricavi operativi a 55,7 milioni di euro (55,1 nel 2006)

Pubblicità +4,2%, a 36,8 milioni

Margine operativo lordo a 4,7 milioni di euro (+15,8%)

Utile ante imposte a 1,03 milioni di euro (+24,4%)

Milano 10 Settembre 2007

Il Consiglio di Amministrazione di Class Editori SpA, presieduto dal professor Victor Uckmar, si è riunito oggi per esaminare l'attività della casa editrice e i risultati consolidati relativi ai primi sei mesi dell'anno.

- Risultati Consolidati

I ricavi operativi al 30 giugno 2007 sono ammontati a 55,7 milioni di euro (55,1 milioni nel 2006). I ricavi totali del periodo sono stati pari a 57,9 milioni di euro (59,4 milioni nel 2006). Mentre è positivo l'andamento dei ricavi operativi, la flessione dei ricavi totali è dovuta a operazioni straordinarie realizzate nel primo semestre 2006 e non ripetute nel periodo.

Il margine operativo lordo (Ebitda) è stato pari a 4,7 milioni di euro, in aumento del 15,8% rispetto al 2006, con una maggiore incidenza sul fatturato rispetto allo stesso periodo del 2006: dal 6,8 all'8%. L'aumento della redditività è stato conseguito grazie a un'efficiente politica di riduzione dei costi operativi, pari a 53,3 milioni di euro (55,4 milioni nel 2006).

Il risultato operativo (Ebit) è passato da 0,81 milioni di euro a 1,09 milioni (+34,1%); l'utile ante imposte è aumentato del 24,4 %, da 0,83 a 1,03 milioni di euro.

La situazione finanziaria netta è passata da un indebitamento complessivo verso terzi di 14,7

milioni di euro a 12,8 milioni di euro, con un miglioramento di circa 1,9 milioni di euro. Il positivo andamento della posizione finanziaria netta ha consentito di limitare l'impatto negativo degli oneri finanziari determinato dalla crescita dei tassi a breve verificatasi negli ultimi 12 mesi.

- Aree di attività: eventi significativi del periodo

Editoria

- *MF/Milano Finanza* ha registrato una diffusione media del periodo di circa 112.000 copie (media mobile ADS), in crescita rispetto alle 110.600 copie del corrispondente periodo del 2006.

- La casa editrice si conferma leader nel segmento di riferimento dei periodici maschili con *Class*, che nel periodo ha diffuso circa 83.000 copie, con *Capital* che ha diffuso circa 81.000 copie (dati ADS) e *Gentleman*, leader assoluto per la raccolta pubblicitaria.

- Dal 16 febbraio è in edicola il nuovo *Luna*, il mensile femminile di Class Editori, che si rivolge alle donne fra i 28 e i 48 anni, appartenenti alla classe sociale superiore e media superiore, che non trovano nell'attuale panorama editoriale un mensile pensato appositamente per loro e quindi in grado di soddisfarne le esigenze, in termini di gusti e informazione. Il magazine garantisce la copertura del target anche grazie alla vendita abbinata con *ItaliaOggi*, il quotidiano dei professionisti e delle professioniste dell'economia, del management e del diritto, che ha una diffusione di circa 90 mila copie e una percentuale di lettorato femminile superiore al 35%.

- Dal 17 febbraio ha preso il via l'edizione in lingua inglese di *MF Fashion*, l'unico quotidiano della moda in Europa. Il newspaper, integralmente tradotto e impaginato appositamente per la distribuzione in via elettronica, è diffuso ogni mattina a una selezionata mailing list di abbonati e operatori di settore rilevanti a livello mondiale, per un totale di 4.500 destinatari.

MF Fashion è il veicolo ideale per le aziende che vogliono effettuare operazioni di comunicazione di portata internazionale, senza dispersione e con la garanzia di centrare il target di loro interesse, composto dai più importanti professionisti del settore che influenzano il mercato.

- Dagli inizi di marzo è in edicola il nuovo *Campus*, da quasi 20 anni il mensile dedicato agli studenti degli atenei, con una grafica rinnovata, un formato tabloid e una distribuzione allargata alle università delle dieci principali città italiane in versione free quality press.

- Dal 20 aprile è in edicola, allegato a *MF/Milano Finanza*, **Gentleman Real Estate**, il primo magazine italiano dedicato alle case, alle ville e alle dimore, agli uffici e al design di prestigio.

- Da sabato 19 maggio è in edicola con *MF/Milano Finanza* "I Grandi Dizionari delle Lingue Moderne", collana in 17 volumi, realizzata con l'Istituto Geografico De Agostini e Garzanti Linguistica, per imparare a conoscere meglio le lingue più importanti del mondo: inglese, francese, spagnolo, tedesco e, per la prima volta in Italia, cinese.

Editoria elettronica

- Class Editori e **Thomson Financial**, unità operativa di The Thomson Corporation e azienda leader per la fornitura di soluzioni informatiche e tecnologiche per la comunità finanziaria mondiale, hanno siglato un accordo strategico per la creazione di una workstation dedicata alla comunità finanziaria italiana con esigenze di alta informazione. La stazione di lavoro, che si chiama *MF/Thomson*, offre agli investitori italiani istituzionali e alle sale operative la più completa soluzione oggi disponibile, unendo i contenuti analitici sviluppati specificatamente per l'Italia da e-Class con l'offerta globale di dati di Thomson Financial, che offrono in maniera approfondita e particolareggiata i dati dei principali mercati mondiali.

La prima soluzione *MF/Thomson* è in fase di test in una delle maggiori banche italiane. *MF/Thomson* è stata scelta poiché garantisce, oltre alla completezza e alla facilità d'uso del servizio, significativi vantaggi economici.

- Nei primi sei mesi dell'anno i **siti internet** della Casa Editrice hanno registrato un forte incremento di visitatori unici, raggiungendo a maggio 2007 la punta di 507.000, +87% rispetto al dicembre 2006, a dimostrazione del crescente interesse del pubblico verso i contenuti multimediali di Class Editori.

- Dal mese di marzo, la controllata **Telesia** ha iniziato le trasmissioni dei propri servizi di videoinformazione all'interno della metropolitana di Roma, completando la copertura delle 20 stazioni principali. Aggiungendosi alla copertura all'interno delle stazioni metropolitane di Milano, questo sviluppo garantisce il consolidamento e il primato nel business della Outdoor TV.

- A maggio *eClass*, la società di editoria elettronica della casa editrice, ha lanciato il servizio **MFSAT**

Palm, che permette di seguire in tempo reale sui palmari, quindi in movimento, l'andamento dei principali mercati finanziari del mondo. *MFSAT Palm* è un applicativo di nuova generazione che rende disponibili su palmare, tramite una connessione Gprs, gli strumenti di cui hanno bisogno gli investitori e i trader che hanno esigenza di non perdere mai di vista il mercato e di seguirne l'andamento in tempo reale, ovunque si trovino, non solo per i prezzi principali ma per tutto il book di negoziazione.

Eventi successivi al periodo

- In seguito all'estensione dell'accordo già in essere fra la casa editrice e Banca Intesa, Class Editori realizza la Corporate TV di IntesaSanpaolo, fornendo un servizio di TV on-demand che raggiunge le oltre 5.800 filiali in Italia (via rete o via satellite). In seguito a quest'operazione Class Editori è diventato il fornitore della più grande Corporate Tv d'Europa, confermando il primato raggiunto nel settore: oltre che a Intesa Sanpaolo, infatti, la casa editrice fornisce servizi di Corporate TV ad altre fra le principali banche e assicurazioni italiane, fra cui Banca Generali, Banca Popolare di Vicenza e Ras.

- Class Editori e WorldSpace Italia, di cui la casa editrice possiede il 35% attraverso NewSatelliteRadio, e WorldSpace Inc (Nasdaq: WRSP), che possiede l'altro 65% della società, hanno firmato un contratto con Fiat Group Automobiles in virtù del quale Fiat Group Automobiles sarà il primo produttore di automobili in Italia e in Europa ad installare e distribuire le radio satellitari WorldSpace, che saranno installabili anche su altre vetture non Fiat con il ricevitore estraibile Plug & Play.

WorldSpace prevede di iniziare a trasmettere in tutta Italia, a partire dalla fine del 2008, 40-50 canali destinati a tutto il pubblico degli automobilisti: musica, notizie, intrattenimento e sport, 24 ore al giorno, utilizzando le tecnologie audio digitale più avanzate. Nella programmazione di WorldSpace Italia vi sarà anche un canale, innovativo e unico nel suo genere, Fiat Channel, realizzato per Fiat Group Automobiles e diretto alla rete di vendita, ai clienti e agli automobilisti in genere. Per la prima volta una casa automobilistica usufruirà di un canale radiofonico per fornire servizi di promozione e di assistenza clienti.

- Nei mesi estivi (luglio-agosto), nonostante la debolezza dei mercati pubblicitari, la raccolta pubblicitaria è stata particolarmente positiva per i mezzi della Casa Editrice, facendo segnare (nel

bimestre) una crescita di circa il 17% della raccolta, che così sale a +7% rispetto allo stesso periodo del 2006.

- Nel mese di agosto è stato raggiunto con il Gruppo Telecom un accordo (formalizzazione entro il 30 settembre) per il rinnovo della fornitura dei canali televisivi di Class Editori.

Evoluzione prevedibile della gestione

Il buon andamento della raccolta pubblicitaria, accentuatasi dopo il periodo, e l'azione di contenimento dei costi fanno ipotizzare una chiusura dell'esercizio migliore di quella del 2006.

Ai sensi del nuovo statuto, il Consiglio ha provveduto a nominare il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili aziendali.

Conto economico consolidato.

(in migliaia di euro)

	30.06.2006	31.12.2006	30.06.2007
Ricavi di vendita	59.415	121.824	57.954
Costi operativi	55.388	110.368	53.290
Margine lordo	4.027	11.456	4.664
Incidenza % sui ricavi	6,78	9,40	8,05
Ammortamenti	3.209	6.674	3.567
Risultato operativo	818	4.782	1.097
Incidenza % sui Ricavi	1,38	3,92	1,89
Proventi / (Oneri) Finanz. netti	17	(563)	(58)
Utile ante imposte	835	4.219	1.039
Imposte	(1.081)	(3.095)	(1.240)
Risultato di compe.za terzi	320	(158)	390
Risultato di comp. del gruppo	74	966	189

I ricavi del periodo sono così suddivisi.

(in migliaia di euro)

	30.06.06	30.06.07	Variaz. %
Ricavi edicola	7.030	5.700	(19)%
Ricavi abbonamenti	12.631	12.746	1%
Ricavi pubblicitari	35.308	36.788	4%
Altri ricavi	4.092	2.388	(41)%
Totale ricavi	59.061	57.622	(2)%
Contrib. in c.to esercizio	354	332	(6)%
Totale	59.415	57.954	(2,5)%

Posizione finanziaria netta.

(in migliaia di euro)

	31/12/2006	30/06/2007	Variazioni 2007/2006	%
Titoli	800	800	0	
Disponibilità liquide	4.804	5.838	1.034	
Debiti finanziari non correnti	(5.520)	(4.524)	996	
Debiti finanziari correnti	(14.763)	(14.884)	(121)	
Posizione finanziaria netta	(14.679)	(12.770)	1.909	13,0%

Per ulteriori informazioni si prega di contattare:

Gian Marco Giura

Responsabile Comunicazione

- Investor Relations -

Class Editori

Tel: 02-58219395

Cell: 328-4178927

E-mail: **Investitori e analisti**, ir@class.it

Stampa, press@class.it