



**Il Consiglio di Amministrazione approva
la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno
Ricavi pari a 38,6 milioni di euro, +0,1%
Costi operativi -9,5%**

Milano 28 Agosto 2014

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

I ricavi caratteristici da vendite sono ammontati a 38,61 milioni di euro rispetto a 38,59 milioni di euro del primo semestre 2013, segnando una stabilizzazione e un piccolo segno positivo (+ 0,1%). Gli altri ricavi sono risultati pari a 2,23 milioni di euro (2,99 milioni di euro l'anno precedente).

I ricavi totali sono ammontati a 40,85 milioni di euro rispetto ai 41,58 milioni del corrispondente periodo del 2013 (-1,8%), una riduzione dovuta agli altri ricavi, categoria che include i proventi non direttamente attinenti la gestione caratteristica, tra cui i riaddebiti di spese alle società collegate.

I costi operativi sono ammontati a 45,1 milioni di euro, in diminuzione del 9,5% rispetto ai 49,8 milioni di euro al 30 giugno 2013. Il decremento delle spese operative consegue ad azioni di contenimento e risparmio intraprese ad inizio anno che, nel corso del secondo trimestre, sono andate a regime e hanno generato consistenti risparmi. L'incremento negli ammortamenti e nelle svalutazioni, pari complessivamente a 4,2 milioni di euro contro 1,9 milioni del 30 giugno 2013, è dovuto agli investimenti fatti nell'area digitale, alle svalutazioni effettuate negli immobilizzi immateriali (impairment test), e agli accantonamenti ai fondi rischi e crediti per contenziosi in corso o svalutazioni. Quindi, a investimenti e a operazioni presumibilmente non ricorrenti. Il margine operativo lordo (ebitda) è negativo per 4,2 milioni di euro, con un miglioramento del 49% rispetto all'ebitda del 2013, negativo per 8,2 milioni di euro. Il risultato netto di Class Editori e società controllate al 30 giugno 2014, dopo gli interessi di terzi e le imposte, è pari a -8,4 milioni di euro e migliora dell'8% il risultato netto di -9,1 milioni di euro dell'anno precedente.

La posizione finanziaria netta della Casa editrice presenta alla data del 30 giugno 2014 un indebitamento netto pari a 74,1 milioni di euro, contro i 65,6 milioni al 31 dicembre 2013.

La variazione è stata determinata principalmente dai risultati di periodo e dalla conseguente riduzione delle disponibilità liquide. Un significativo miglioramento della posizione finanziaria netta è atteso nella seconda parte dell'anno, in seguito all'aumento di capitale finalizzato in luglio, per la parte che residuerà dal riequilibrio del capitale circolante netto.

Principali eventi economici - finanziari del periodo

I dati di Nielsen riguardanti il mercato della pubblicità in Italia nel primo semestre del 2014 hanno evidenziato un calo complessivo del 2,4% (-3,3% nel primo trimestre), inferiore rispetto allo stesso periodo del 2013 quando il mercato pubblicitario aveva perso nel suo complesso il 17,5% di valore.

In particolare, il settore televisivo è tornato a crescere, con un incremento dell'1,3% (-16,4% nel primo semestre 2013), i mezzi stampa hanno registrato una diminuzione del 10,6%, in sostanza equivalente tra quotidiani e periodici (-24% nello stesso periodo del 2013). Il settore della radio è diminuito del 2,6% ed anche i mezzi Internet hanno registrato una crescita stabile rispetto al 2013, quando nel primo semestre segnavano un -3,2%.

La raccolta pubblicitaria sui mezzi della Casa editrice ha fatto meglio del mercato italiano soprattutto nel settore dei quotidiani: -2,4% contro il -10,4% del mercato.

In forte crescita la raccolta sui mezzi Internet: +15,3% rispetto al +0,1% del mercato.

MF-Milano Finanza ha registrato nel primo semestre una diffusione media di 70 mila copie (76 mila nel 2013), Class di circa 62 mila copie (78 mila la media del 2013), Capital di 62 mila copie (72 mila la media del 2013). L'andamento si accompagna anche a un mix di produzione e di vendita che si è fortemente spostato dalle copie stampate alle copie digitali, con l'effetto da un lato di avere un prezzo medio di vendita più basso (e di conseguenza minori ricavi diffusionali), ma dall'altro un più che proporzionale risparmio di costi industriali e distributivi, con un effetto molto positivo sui margini industriali.

Il positivo riscontro nella diffusione digitale si ha anche sui dati di traffico sui siti web della Casa editrice, che nel secondo trimestre del 2014 è cresciuto del 6% rispetto al secondo trimestre 2013 (fonte AudiWeb AWDatabase), in netta controtendenza rispetto al mercato, passando da 81.333 a 86.237 utenti unici medi giornalieri, con un picco a giugno (88.427), che ha segnato una crescita del 14,3% rispetto a giugno 2013. Su base mensile gli utenti unici mese si sono attestati a giugno a 867 mila visitatori, con una crescita del 13,9%, anche in questo caso in netta controtendenza con il mercato e i principali competitor che hanno registrato andamenti negativi. Le pagine viste su base mensile nel secondo trimestre sono state in media 19,3 milioni, in crescita del 4,3% rispetto al secondo trimestre 2013. Il numero di lettori che seguono in tempo reale le notizie dei siti attraverso Twitter, ha superato le 77 mila unità per MF-Milano Finanza e le 21 mila unità per la collegata Italia Oggi. Entrambi i newspaper sono leggibili in formato digitale su tutte le piattaforme tablet presenti sul mercato.

Si segnalano tra gli eventi del primo semestre:

- il 9 gennaio il Consiglio di amministrazione ha approvato il piano industriale, durante l'elaborazione del quale era emersa l'opportunità di un rafforzamento della struttura finanziaria, per dare continuità ed efficacia all'attività aziendale. Il piano della Casa editrice si basa, oltre che su un consolidamento delle posizioni di rilievo già raggiunte nell'informazione finanziaria, in un rafforzamento dell'offerta in ambito digitale per tutti i media, con il lancio di nuove piattaforme, app per tablet, e progetti di e-commerce, ed in un significativo sviluppo nell'area internazionale, in particolare Cina e Sud America, anche attraverso l'aumento della diffusione all'estero dei periodici della Casa editrice;
- Angelo Sajeve, proveniente dalla Mondadori Pubblicità, di cui era presidente e amministratore delegato, nonché vicepresidente di Mediamond, ha assunto la carica di consigliere per le strategie e lo sviluppo di Class Editori e contemporaneamente la carica di presidente di Class Pubblicità;
- nell'ottica di far crescere lo sviluppo nelle aree digitali, ed in particolare nelle aree TV, nel mese di gennaio è stato perfezionato l'acquisto del 100% delle quote della società Aldebaran Srl, titolare delle tecnologie e delle attività inerenti la realizzazione e lo sviluppo del canale outdoor TV Moby, realizzato per bus, tram e treni del metro, strategico e di fondamentale importanza per la controllata Telesia e per la crescita del business nel mondo della TV fuori casa ed in generale nel settore digitale;
- in marzo è stato presentato al mondo degli investitori, delle agenzie e dei centri media, il nuovo palinsesto di Class TV, canale 27 del digitale terrestre, con protagonisti le fiction italiane più amate dal pubblico e i film di Hollywood più celebri, insieme a informazione di qualità e utili alla vita di ognuno;
- sempre in marzo è stata pubblicata la nuova edizione speciale MF International China/Italy, dedicata ai protagonisti e alle opportunità di business da e con la Cina con riscontri molto positivi in termini di raccolta pubblicitaria, ed è stato distribuito in Cina e in Italia il nuovo numero del magazine in lingua cinese Class Eccellenza Italia, anche qui con riscontri molto incoraggianti di raccolta pubblicitaria;
- in coerenza con quanto previsto nel piano industriale, in data 12 maggio l'assemblea degli azionisti di Class Editori, riunita in sede straordinaria, ha deliberato di aumentare il capitale sociale a pagamento, in via scindibile, per un importo massimo di 40 milioni di euro, inclusivi del sovrapprezzo. Lo scopo dell'aumento è quello di riequilibrare il capitale circolante netto e di sviluppare il business secondo le linee guida del piano, riportando la gestione economica della Casa editrice in profitto. Il piano approvato a inizio 2014 prevedeva un apporto di risorse finanziarie di 45 milioni, finalizzato per 39,8 milioni di euro, (come da comunicato stampa del 29 luglio 2014) a causa dell'andamento negativo dei mercati finanziari nel periodo

dell'aumento. La differenza nell'importo e nella tempistica di realizzazione dell'aumento di capitale impongono la migliore ottimizzazione dei capitali raccolti, (anche) in collaborazione con gli stakeholder;

- L'11 giugno a Pechino, in occasione del primo Business Forum sino-Italiano e alla presenza dei primi ministri Matteo Renzi e Li Keqiang, è stato firmato il contratto tra Class Editori Spa e il gruppo cinese Century Fortunet Limited, che ha come oggetto una serie di attività che Class Editori direttamente e attraverso sue controllate e collegate, condurrà in Italia per lo sviluppo di CCIGMall, la piattaforma di e-commerce B2B gestita da Century Fortunet Limited, e promossa e sostenuta congiuntamente da alcuni dei maggiori gruppi e istituzioni governative, da Bank of China a China Union Pay, a China Telecom e China Council for the promotion of international trade.

La piattaforma di e-commerce prevede di favorire il commercio elettronico tra i dettaglianti cinesi che già hanno aderito e che aderiranno, permettendo loro l'accesso a migliaia di tipologie di prodotti d'importazione. L'Italia è il primo paese estero scelto per tutti i prodotti e in particolare per il food & beverage e per il fashion, luxury goods, accessori, scarpe e design.

Per il primo settore (food & beverage) il Gruppo Class sarà fornitore principale per l'Italia con l'opzione di diventare fornitore unico al raggiungimento di target da individuare nel prossimo futuro, mentre per il secondo sarà main agent per l'Italia.

Sulla base della grande richiesta di prodotti italiani nel mercato cinese e delle politiche del governo italiano, in accordo con le autorità cinesi, a sostegno di una maggiore presenza delle piccole e medie imprese italiane sul mercato cinese, la piattaforma (alternativa ad Alibaba e Amazon Cina) consentirà a migliaia di Pmi ma anche di marchi già affermati di avere la più capillare rete di distribuzione su tutto il territorio cinese senza dover fare investimenti fuori dalla loro portata. A regime, la rete di distribuzione della piattaforma sarà composta da 3 milioni di retailer.

Oltre a quanto sopra, Class Editori sarà direttamente agente esclusivo per l'Italia per la vendita della pubblicità sulla piattaforma CCIGMall e per la produzione di contenuti riguardanti i prodotti che saranno trasmessi attraverso la stessa, e che offriranno ai retailer cinesi tutte le informazioni necessarie per poter sviluppare i loro acquisti. Infine Class Editori ha il ruolo di coordinatore degli agent degli altri settori;

- MF ha compiuto nel semestre 25 anni, celebrati con la realizzazione di un numero speciale di 160 pagine e con il Libro d'Oro della Finanza e delle Imprese, che ha raccontato gli ultimi 25 anni dell'imprenditoria italiana e successivamente alla chiusura del semestre anche con una cena, tenuta a Milano in Piazza Affari alla presenza delle più importanti aziende e istituzioni finanziarie italiane e internazionali.

Principali eventi successivi al 30 giugno 2014

Come comunicato al mercato il 29 luglio 2014, a seguito della conclusione delle negoziazioni sui diritti di opzione non esercitati, e alla sottoscrizione di questi da parte dei soci Euroclass Multimedia Holding SA e Paolo Panerai, si è concluso l'aumento di capitale di Class Editori Spa per un ammontare di euro 39.784.990,34, una misura ridotta rispetto a quanto inizialmente programmato, a causa degli andamenti negativi dei mercati finanziari nel periodo (dell'aumento).

L'aumento di capitale è stato integralmente sottoscritto con l'emissione di 177.611.534 nuove azioni. Il prezzo stabilito dal Consiglio di Amministrazione, a seguito di apposita delega dell'Assemblea degli Azionisti di Class, è stato di euro 0,224 (di cui 0,10 valore nominale e 0,124 quale sovrapprezzo); l'offerta in opzione è stata destinata a tutti i soci di categoria A e B della Società, con un rapporto di sottoscrizione di 169 azioni ogni 100 possedute.

I proventi dell'aumento sono destinati al riequilibrio finanziario del capitale circolante, agli investimenti necessari per consentire lo sviluppo del business digitale (con particolare focus sui nuovi media, l'outdoor TV e l'integrazione TV/web) e per consentire l'espansione dell'attività del gruppo all'estero (in particolare in Cina e in Centro e Sudamerica). L'aumento di capitale ha pertanto comportato l'aumento del patrimonio netto e il conseguente miglioramento della posizione finanziaria netta della Casa editrice di complessivi 39,78 milioni di euro, con un aumento del capitale sociale di 17,76 milioni di euro e l'iscrizione di una riserva sovrapprezzo di 22,02 milioni di euro.



Come già segnalato dalla Società in sede di relazione Trimestrale e nel Prospetto informativo per l'aumento di capitale, nella raccolta pubblicitaria era ancora presente il rischio derivante dall'abrogazione degli obblighi di pubblicazione sulla stampa quotidiana delle informazioni regolamentate delle società quotate e dell'avviso di convocazione dell'assemblea delle società di gestione disposta dal Decreto legge n. 91/2014. Successivamente alla chiusura del primo semestre, il Senato ha definitivamente approvato il disegno di legge di conversione del decreto legge n. 91/2014 sopprimendo le disposizioni che abolivano l'obbligo di pubblicazione sui quotidiani nazionali delle informazioni regolamentate riguardanti le società quotate in Borsa. Con la pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale della legge di conversione del decreto n.91/2014 è stato quindi ripristinato l'obbligo da parte degli emittenti quotati di pubblicazione per estratto sulla stampa quotidiana dei patti parasociali e della convocazione dell'assemblea nonché il vincolo normativo dell'obbligo di pubblicazione delle informazioni regolamentate sui quotidiani nazionali. Inoltre, in sede di conversione del decreto, è stata introdotta una modifica all'articolo 22 che prevede, per le società di gestione del risparmio, l'obbligo di pubblicazione dell'avviso di convocazione dell'assemblea dei partecipanti "anche su almeno due quotidiani nazionali" (comma 5-quinquies dell'articolo 22), norma che quindi apre nuove opportunità di raccolta per la Società.

Evoluzione prevedibile della gestione

Essendosi concluse le attività relative all'aumento di capitale, il management della società è ora impegnato nella verifica della tenuta del piano industriale, alla luce dei più recenti dati di mercato a disposizione e degli aggiornamenti che si possono avere circa la prevedibile evoluzione della situazione di crisi, nonché delle opportunità che si sono aperte nel business digitale e nell'e-commerce in Cina. Una maggiore attività sarà anche legata all'EXPO 2015 e al profilo internazionale delle testate del gruppo (testimoniato dal successo nel 2012 e 2013 dei numeri speciali MF International su Cina, Brasile, Emirati, Russia e da altre iniziative); Class Editori sta operando per rafforzare questa linea di business mediante accordi con case editrici estere.

Alla luce di tali elementi sarà possibile valutare eventuali aggiornamenti al piano di sviluppo entro la fine dell'esercizio.

Il Consiglio di amministrazione ha altresì deliberato la nomina di un nuovo responsabile dell'internal audit, la revisione del Codice di Autodisciplina e del Regolamento per le operazioni con parti correlate (OPC).

Per ulteriori informazioni si prega di contattare:

Comunicazione/Investor Relations -
Class Editori
Gian Marco Giura
Tel: 02-58219395
E-mail: gmgitura@class.it

A seguire le tabelle di Conto Economico e di Stato Patrimoniale.

La relazione finanziaria semestrale al 30 giugno sarà disponibile per il pubblico sul sito Internet della casa editrice, www.classeditori.it, entro i termini di legge

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 riclassificato al 30 giugno 2014

<i>Euro/000</i>	30/06/13	30/06/14	Variaz. (%)
Ricavi di vendita	38.592	38.613	0,1
Altri Ricavi e proventi	2.986	2.233	(25,2)
Totale Ricavi	41.578	40.846	(1,8)
Costi Operativi	(49.816)	(45.059)	(9,5)
Margine Lordo	(8.238)	(4.213)	48,9
Proventi e oneri Straordinari	(488)	526	207,8
Ammortamenti e svalutazioni	(1.850)	(4.202)	(127,1)
Risultato Operativo	(10.576)	(7.889)	25,4
Proventi e oneri finanziari netti	(1.144)	(2.325)	(103,2)
Utile Ante Imposte	(11.720)	(10.214)	12,8
Imposte	2.983	2.428	(18,6)
(Utile)/Perdita di competenza di terzi	(353)	(576)	(63,2)
Risultato di competenza del gruppo	(9.090)	(8.362)	8,0

I Ricavi sono così suddivisi

<i>Euro/000</i>	30/06/13	30/06/14	Variaz. (%)
Ricavi copie e abbonamenti	14.085	13.251	(5,9)
Ricavi pubblicitari	26.772	25.946	(3,1)
Altri ricavi	584	1.472	n.s.
Totale ricavi	41.441	40.669	(1,9)
Contributo in conto esercizio	137	177	29,2
Totale	41.578	40.846	(1,8)
Proventi straordinari	214	1.732	n.s.
Totale	41.792	42.578	1,9

Posizione finanziaria netta consolidata al 30 giugno 2014

€ (migliaia)	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	Variazioni 2014/2013	Variaz. %
Titoli	--	--	--	--	--
Disponibilità liquide	16.649	11.943	4.206	(7.737)	(64,8)
Crediti finanziari correnti	10.411	10.821	9.495	(1.326)	(12,3)
Debiti finanziari non correnti	(975)	(6.671)	(4.697)	1.974	29,6
Debiti finanziari correnti	(88.044)	(81.696)	(83.110)	(1.414)	1,7
Posizione finanziaria netta	(61.959)	(65.603)	(74.106)	(8.503)	(13,0)

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidata al 30 giugno 2014

ATTIVO <i>(migliaia di Euro)</i>	31 dicembre 2013	30 giugno 2014
Attività immateriali a vita indefinita	41.868	49.778
Altre immobilizzazioni immateriali	9.124	11.750
Immobilizzazioni immateriali	50.992	61.528
Immobilizzazioni materiali	4.965	4.466
Partecipazioni valutate al patrimonio netto	4.440	4.461
Altre partecipazioni	763	763
Crediti commerciali non correnti	16.178	17.237
Crediti tributari non correnti	23.050	26.746
Altri crediti	2.997	2.500
ATTIVITA' NON CORRENTI	103.385	117.701
Rimanenze	2.698	2.654
Crediti commerciali	70.369	61.290
Crediti finanziari	10.821	9.495
Crediti tributari	5.852	6.637
Altri crediti	19.760	19.438
Disponibilità liquide	11.943	4.206
ATTIVITA' CORRENTI	121.443	103.720
TOTALE ATTIVO	224.828	221.421

PASSIVO	31 dicembre 2013	30 giugno 2014
<i>(migliaia di Euro)</i>		
Capitale sociale	10.561	10.561
Riserva da sovrapprezzo	31.329	31.066
Riserva legale	2.544	2.544
Altre riserve	19.335	(5.087)
Utili (perdita) del periodo	(22.782)	(8.362)
Patrimonio netto di gruppo	40.987	30.722
Capitale e riserve di terzi	5.785	6.953
Utile (perdita) di terzi	1.095	576
Patrimonio netto di terzi	6.880	7.529
PATRIMONIO NETTO	47.867	38.251
Debiti finanziari	6.671	4.697
Debiti per imposte differite	2.421	2.495
Fondi per rischi e oneri	490	637
TFR e altri fondi per il personale	5.786	6.648
PASSIVITA' NON CORRENTI	15.368	14.477
Debiti finanziari	81.696	83.110
Debiti commerciali	56.516	56.953
Debiti tributari	3.456	3.792
Altri debiti	19.925	24.838
PASSIVITA' CORRENTI	161.593	168.693
TOTALE PASSIVITA'	176.961	183.170
PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	224.828	221.421