

*Classeditori*



# **Resoconto Intermedio di Gestione Consolidato al 31 Marzo 2015**

Class Editori Spa  
Via M. Burigozzo, 5 – 20122 Milano – Sito Internet: [www.classeditori.it](http://www.classeditori.it)  
Cap. Sociale 28.321.907,40 euro – R.E.A. 1205471 – Cod. Fiscale e P.IVA 08114020152

*Approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 14 maggio 2015*

## Composizione degli Organi Sociali

### Consiglio di Amministrazione

Presidente	Victor Uckmar
Vice Presidente e Amministratore Delegato	Paolo Panerai
Vice presidente	Luca Nicolò Panerai
Vice presidente	Pierluigi Magnaschi
Consigliere Delegato	Gabriele Capolino
Consigliere Delegato	Andrea Mattei
Consiglieri	William L. Bolster
	Maurizio Carfagna
	Elena Terrenghi
	Peter R. Kann
	Samanta Librio
	Maria Martellini
	Maria Grazia Vassallo
	Angelo Riccardi

### Collegio Sindacale

Presidente	Mario Medici
Sindaci effettivi	Lucia Cambieri
Sindaci supplenti	Vieri Chimenti
	Francesco Alabiso
	Giampaolo Dassi

### Società di Revisione

PKF Italia Spa

I mandati triennali del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, nominati dall'Assemblea degli Azionisti del 29 aprile 2013, scadranno in concomitanza dell'Assemblea degli Azionisti che approverà il bilancio dell'esercizio 2015. A seguito delle dimissioni del sindaco supplente dott. Pierluigi Galbusera e delle dimissioni del Presidente del Collegio Sindacale dott. Carlo Maria Mascheroni, l'Assemblea dei Soci tenutasi in data 30 aprile 2015 ha deliberato l'integrazione del Collegio Sindacale con la nomina di Mario Medici a presidente in sostituzione di Carlo Maria Mascheroni, il passaggio a sindaco effettivo da supplente di Vieri Chimenti, e la nomina di due nuovi sindaci supplenti nella persona di Francesco Alabiso e Giampaolo Dassi.

La società di revisione è incaricata fino all'Assemblea che approverà il bilancio dell'esercizio 2021.

**Class Editori Spa**  
**e società controllate**  
**Sede in Milano, Via Marco Burigozzo, 5**  
  
**Resoconto Intermedio di Gestione al**  
**31 marzo 2015**

Il resoconto intermedio di gestione è redatto su base consolidata, in quanto la Società vi è tenuta dalla vigente normativa.

#### **COMMENTI AI DATI ECONOMICI**

Le principali voci di conto economico che hanno contribuito al risultato operativo al 31 marzo 2015, e che sono evidenziate nel prospetto contabile, si possono così sintetizzare:

- i ricavi del trimestre sono pari a 18,79 milioni di euro contro i 20,03 milioni di euro del primo trimestre 2014, con un decremento del 6,2% (-3,7% a perimetro omogeneo – escludendo quindi il canale Class TV in onda sulla frequenza LCN 27 del digitale terrestre, ceduta nel corso del mese di dicembre 2014);
- i costi operativi del trimestre sono in calo del 10,3% rispetto allo stesso periodo del 2014 e sono stati pari a 19,71 milioni di euro, contro i 21,96 milioni di euro del primo trimestre 2014;
- il margine operativo lordo (Ebitda), inteso come differenza tra valore e costi della produzione prima degli ammortamenti, dei proventi straordinari e degli oneri finanziari migliora di 1,02 milioni di euro (-0,91 milioni di euro del primo trimestre 2015, contro i -1,93 milioni del primo trimestre 2014);
- il risultato della gestione straordinaria è positivo per 66 mila euro, mentre era negativo per 94 mila euro al 31 marzo 2014;

- gli ammortamenti e le svalutazioni sono stati complessivamente pari a 1,40 milioni di euro, contro 1,34 milioni di euro dei primi tre mesi del precedente esercizio;
- gli oneri finanziari netti al 31 marzo 2015 sono stati pari a 0,88 milioni di euro rispetto a 1,02 milioni di euro al 31 marzo 2014;
- il risultato netto di gruppo del primo trimestre 2015 migliora di 1,27 milioni di euro (-3,27 milioni di euro del primo trimestre 2015 contro -4,54 milioni di euro del primo trimestre 2014).

## **PRINCIPALI EVENTI ECONOMICO-FINANZIARI DEL TRIMESTRE**

I dati Nielsen ufficiali relativi ai mercati della pubblicità in cui opera la Casa editrice indicano un calo nel primo trimestre del 2015 del 3%, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In particolare, permane il segno negativo sia per i quotidiani che per i periodici (rispettivamente -6,9% e -3,9% rispetto al primo trimestre 2014). In flessione anche il mercato pubblicitario televisivo (-2% rispetto al primo trimestre 2014) e quello dei mezzi Internet (-2,4%).

La raccolta pubblicitaria sui mezzi della Casa editrice, a perimetro omogeneo, ha avuto nel suo complesso una flessione in linea con il mercato (-2,9%) a causa del minor numero di edizioni di alcuni periodici, nell'ambito del programma di ristrutturazione e rilancio degli stessi. Assai meglio del mercato (-6,9%) l'area dei quotidiani, la più consistente della Casa editrice, che ha chiuso con il segno positivo (+0,2%).

All'interno dell'area complessiva digitale, con un +12,6% rispetto al primo trimestre 2014, è proseguita la crescita del fatturato derivante dalle aree della business information, agenzia di notizie e informazione finanziaria per le piattaforme di banche e trading online.

Nel primo trimestre del 2015 il traffico sui siti web della Casa editrice ha registrato una forte crescita del volume di pagine viste dai lettori: 910 mila in media al giorno (+10,6% rispetto al primo trimestre 2014) e 27,3 milioni al mese (+10,7%). Sostanzialmente stabile sia il numero di utenti unici giornalieri (113.461, -3,2% sullo stesso periodo del 2014 ma con un picco di 133.417 utenti

in marzo) sia il numero di utenti unici al mese (1,32 milioni, -3,6%) In crescita il numero di lettori che seguono in tempo reale le notizie dei siti attraverso Twitter: circa 110 mila follower per MF-Milano Finanza e Italia Oggi. Entrambi i quotidiani sono leggibili in formato digitale su tutte le piattaforme tablet del mercato.

Per ciò che concerne le diffusioni, Milano Finanza registra nel trimestre una diffusione media in crescita, con 79 mila copie contro la media di 72 mila dello stesso periodo del 2014, Class ha registrato una diffusione media di circa 48 mila copie (61 mila la media del 2014) e Capital di 48 mila copie (62 mila la media del 2014).

Tra gli eventi del primo trimestre sono da segnalare:

- da metà marzo Class Editori è il singolo maggiore socio di WeToBusiness, il veicolo operativo in Italia di WeChat, il più popolare strumento di comunicazione cinese nonché social network, e-commerce, video, musica e CRM (customer relationship management), che consente di gestire dall'Italia il rapporto con clienti potenziali effettivi seguendone il profilo. Con oltre 1 miliardo di utenti registrati, controllato dal quarto gruppo mondiale di Internet (Tencent, 10 miliardi di dollari di fatturato, una delle tre società cinesi che hanno ottenuto la licenza per creare una Banca on line), WeChat garantisce la privacy (a differenza di Whatsapp) e in Italia sono già state scaricate 8 milioni di applicazioni, 1,3 milioni delle quali già attive. Oltre alla partecipazione al capitale di WeToBusiness, Class Editori vende due servizi rivolti alle aziende italiane: il primo è un account per chi vuole essere visibile sul mercato cinese dall'Italia o dalla Cina, con inclusi servizi di traduzione e formazione; il secondo è la piattaforma Eccellenza Italia, per le aziende italiane che vogliono vendere prodotti e servizi ai cinesi in Italia. La presenza diretta di WeChat in Italia non solo per l'Expo, pone il paese, anche grazie all'offerta di servizi di Class, come trampolino per lo sviluppo della piattaforma in Europa;
- la controllata CCeC ha intensificato nel trimestre l'attività di selezione dei fornitori ed acquisizione dei prodotti da destinare alla piattaforma di e-

commerce cinese CCIG Mall, di cui sta per iniziare accanto al B2B anche l'attività di e-commerce B2C;

- nei primi tre mesi dell'anno sono state realizzate tre edizioni (a Milano, Monza e per la prima volta a Napoli) del Salone dello Studente, la manifestazione di punta della Casa editrice nel settore della informazione diretta al mondo dei giovani, con un'affluenza complessiva per le tre manifestazioni superiore ai 70 mila studenti;
- da febbraio è stata varata una nuova organizzazione di Class Pubblicità che si basa sui principi di integrazione, verticalità, centralità e sviluppo dei clienti con l'obiettivo di rispondere con maggiore flessibilità all'evoluzione di un mercato che tende alla moltiplicazione dei media;

### I ricavi del periodo sono così suddivisi:

(€/milioni)	31/03/2015	31/03/2014	Variaz. %
Ricavi abbonamenti e copie	7,12	7,06	0,8%
Ricavi pubblicitari	9,59	10,53	-8,9%(*)
Altri ricavi	2,08	2,44	-14,7%
<b>Totale</b>	<b>18,79</b>	<b>20,03</b>	<b>-6,2%(**)</b>

(\*) meno 2,9% a parità di perimetro (escludendo quindi il canale Class TV in onda sulla frequenza LCN 27 del digitale terrestre ceduta nel corso del mese di dicembre 2014).

(\*\*) a parità di perimetro, i ricavi totali mostrano un decremento del 3,7% rispetto al primo trimestre 2014.

Gli altri ricavi comprendono principalmente, oltre a entrate non riconducibili alle altre categorie, i riaddebiti fatti alle società collegate del gruppo per i servizi ad esse prestati.

## SITUAZIONE FINANZIARIA

La situazione finanziaria al 31 marzo 2015 si presenta come segue:

€ (migliaia)	31/03/2015	31/12/2014	31/03/2014
Indebitamento finanziario netto a medio/lungo termine	(2.030)	(2.897)	(5.844)
Indebitamento finanziario netto a breve termine/disponibilità monetarie nette a breve	(59.994)	(60.332)	(63.907)
<i>Di cui:</i>			
<i>Debiti finanziari</i>	(80.805)	(77.762)	(81.339)
<i>Disponibilità e crediti finanziari</i>	18.261	14.880	17.432
<i>Titoli</i>	2.550	2.550	-
<b>Posizione finanziaria netta: indebitamento netto/disponibilità nette</b>	<b>(62.024)</b>	<b>(63.229)</b>	<b>(69.751)</b>

La posizione finanziaria netta della Casa editrice evidenziata nel prospetto passa da un indebitamento netto di 63,2 milioni di euro del 31 dicembre 2014, ai 62,0 milioni del 31 marzo 2015.

La riduzione dell'indebitamento finanziario netto a medio/lungo termine è in funzione delle rate rimborsate nel corso del primo trimestre 2015.

I debiti finanziari correnti includono, oltre alle linee di cassa e conto corrente, i finanziamenti stand-by e la linea di finanziamento di denaro caldo. Le disponibilità sono impiegate in conti di liquidità.

## PERSONALE

<i>Dati medi di periodo</i>	<b>31/03/2015</b>	<b>31/12/2014</b>
Dirigenti	10	10
Giornalisti	139	141
Impiegati	157	161
<b>Totale</b>	<b>306</b>	<b>312</b>

È proseguito nell'esercizio il programma di contenimento e di riduzione degli organici, ove possibile, nella aree meno produttive e con il ricorso agli ammortizzatori sociali, sempre tenendo conto dei principi sociali a cui la Casa editrice si ispira da sempre.

I contratti di apprendistato della Casa editrice al 31 marzo 2015 assommano a 2 unità.

Class Editori Spa svolge la propria attività oltre che presso la sede sociale di via Burigozzo, 5 a Milano anche presso le seguenti sedi operative secondarie:

Milano - Via Burigozzo, 8

Roma - Via Santa Maria in Via, 12

New York – 7 East, 20 Street

Londra - St Mary Abchurch House, 5th Floor 123 Cannon Street

## **PRINCIPI CONTABILI E CRITERI DI VALUTAZIONE**

I principi contabili adottati per la redazione dei prospetti contabili e dei dati consolidati del presente resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015 sono i medesimi utilizzati per la redazione del bilancio consolidato dell'esercizio precedente chiuso al 31 dicembre 2014. Il presente resoconto intermedio di gestione consolidato non è sottoposto a revisione contabile ed è redatto utilizzando il criterio di valutazione del costo storico, fatta eccezione per gli strumenti finanziari disponibili per la vendita, che sono stati valutati al fair value.

I dati del periodo di confronto sono stati anch'essi espressi secondo gli IFRS. Il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015 è stato elaborato in osservanza dell'art. 154 ter del D. Lgs. 195/2007, nonché del Regolamento emittenti emanato dalla Consob secondo quanto stabilito dall'articolo 82 del Regolamento Consob n. 11971/1999 (e successive modifiche ed integrazioni) e dall'allegato 3D del Regolamento stesso. L'informativa completa, sia per il bilancio consolidato di gruppo che per la capogruppo Class Editori Spa, è stata pubblicata nell'ambito del bilancio annuale al 31 dicembre 2014 e della relazione semestrale 2014 a cui pertanto si rimanda.

## **AREA DI CONSOLIDAMENTO**

L'area di consolidamento comprende la capogruppo Class Editori Spa e le società sulle quali la stessa esercita il controllo, cioè il potere di determinare le politiche finanziarie e gestionali di un'impresa al fine di ottenere i benefici dalle sue attività.

Le società controllate sono consolidate a partire dalla data in cui il controllo è stato effettivamente trasferito al Gruppo e cessano di essere consolidate dalla data in cui il controllo è trasferito al di fuori del Gruppo.

Le società controllate sono consolidate con il metodo del consolidamento integrale. Per la predisposizione dei dati consolidati, sono state utilizzate le situazioni patrimoniali, economiche e finanziarie delle società controllate e partecipate, predisposte dalle singole società del Gruppo alla data di riferimento,

opportunamente riclassificate e rettificate per riflettere l'applicazione di principi contabili omogenei adottati dal Gruppo.

Nella redazione della situazione trimestrale consolidata sono eliminati tutti i saldi e le operazioni tra società del Gruppo, così come gli utili e le perdite non realizzati su operazioni infragruppo.

Le controllate inattive o in liquidazione sono consolidate con il metodo del patrimonio netto o con il metodo del costo qualora la loro influenza sul risultato del Gruppo non sia significativa.

Le partecipazioni in imprese collegate, nelle quali cioè il Gruppo ha un'influenza notevole, sono valutate con il metodo del patrimonio netto, così come definito dallo IAS 28. Gli utili o le perdite di pertinenza del Gruppo sono riconosciuti nel bilancio consolidato dalla data in cui l'influenza notevole ha avuto inizio e fino alla data in cui la stessa cessa.

Nel seguito è riportata l'area di consolidamento della Casa editrice alla data del 31 marzo 2015:

### **Metodo dell'integrazione globale**

Le Società controllate da Class Editori Spa che sono state consolidate oltre a Class Editori Spa con il metodo dell'integrazione globale sono le seguenti:

	<u>Percentuale</u> <u>di</u> <u>Proprietà</u>
- Milano Finanza Editori Spa	<u>88,827</u> %
e società controllate:	
- MF Servizi Editoriali Srl	<u>99,00</u> %
- MF Editori Srl	<u>100,00</u> %
- Lombard Editori Srl	<u>50,10</u> %
- Class Digital Service Srl	<u>68,75</u> %
e società controllate:	
- PMF News Editori Spa	<u>100,00</u> %
- E-Class Spa	<u>100,00</u> %
- Campus Editori Srl	<u>70,00</u> %
- MF Service Srl (già Milano Finanza Service Srl)	<u>75,01</u> %
- Edis Srl	<u>99,50</u> %
- MF Conference Srl	<u>51,00</u> %
- DP Analisi Finanziaria Srl In liquidazione	<u>94,73</u> %
- EX.CO Srl In Liquidazione	<u>100,00</u> %
- Class Editori Service Srl In Liquidazione	<u>100,00</u> %

- Class TV Service Srl	<u>100,00</u>	%
- Classpi Spa	<u>76,00</u>	%
- Global Finance Media Inc.	<u>73,52</u>	%
- Class CNBC Spa (1)	<u>2,73</u>	%
- CFN/CNBC B.V.	<u>68,43</u>	%
- Radio Classica Srl	<u>99,00</u>	%
- MF Dow Jones Srl (2)	<u>50,00</u>	%
- Telesia Spa	<u>92,453</u>	%
- Country Class Editori Srl	<u>100,00</u>	%
- Fashion Work Business Club Srl	<u>100,00</u>	%
- Assinform/Dal Cin Editore Srl	<u>95,00</u>	%
- I Love Italia Srl In Liquidazione	<u>51,00</u>	%
- Class Meteo Services Srl In Liquidazione	<u>100,00</u>	%
- TV Moda Srl	<u>51,00</u>	%
- Classint Advertising Srl In Liquidazione	<u>100,00</u>	%
- Class Servizi Televisivi Srl	<u>100,00</u>	%
- New Satellite Radio Srl	<u>100,00</u>	%
- Aldebaran Srl	<u>100,00</u>	%
- CHTV Srl	<u>100,00</u>	%
- Class China eCommerce Srl (2)	<u>50,00</u>	%

(1) Consolidata con il metodo integrale in quanto controllata per il 63,34% da CFN CNBC Holding B.V..

(2) Consolidata con il metodo integrale in quanto Class Editori Spa detiene il controllo operativo.

### **Metodo del patrimonio netto**

Le Società collegate di Class Editori Spa che sono state consolidate con il metodo del patrimonio netto sono:

- Italia Oggi Editori - Erinne Srl e sue controllate	48,90	%
- Upcube Srl In Liquidazione	25,00	%
- Mito Srl	50,00	%
- Radio Cina Italia Srl	49,00	%

L'unica variazione da segnalare rispetto al 31 dicembre 2014 è rappresentata dall'incremento della partecipazione nella società Telesia Spa, la cui quota di possesso è passata dall'85,625% al 92,453% a seguito di ulteriori acquisizioni effettuate nel corso del primo trimestre del presente esercizio.

## PRINCIPALI EVENTI SUCCESSIVI AL PERIODO

- L'assemblea dei Soci ordinaria tenutasi in data 30 aprile 2015 ha deliberato l'attribuzione al Consiglio di Amministrazione di una nuova delega valida per un periodo di 18 mesi per l'acquisto e la disposizione di azioni proprie, in una o più tranches, entro il limite del 10% del capitale e comunque entro i limiti degli utili distribuibili e delle riserve disponibili risultanti dall'ultimo bilancio approvato. Sempre in tale data, l'Assemblea dei Soci in sede straordinaria ha deliberato l'eliminazione del valore nominale delle azioni e il raggruppamento delle azioni ordinarie in circolazione nel rapporto di 1 nuova azione ordinaria ogni 3 azioni ordinarie possedute. A seguito del raggruppamento il capitale sarà rappresentato da 94.406.358 azioni. L'assemblea ha anche deliberato l'introduzione delle azioni a voto maggiorato.
- In occasione del Salone del Mobile, a metà aprile, è stata lanciata la nuova edizione del mensile Case & Country, con un'ottima accoglienza da parte dei lettori e degli inserzionisti pubblicitari.
- Nei primi giorni del mese di maggio 2015, è stata costituita la società Embrace.it Srl, di cui Class Editori possiede il 50%, allo scopo di aumentare la penetrazione della Casa editrice nel settore dell'informazione digitale in lingua estera destinata al turismo straniero nelle maggiori città italiane, con particolare attenzione per quello proveniente dalla Cina ma anche all'universo della lingua inglese. Embrace.it è il frutto della collaborazione con la società Ipso Facto Synergy. Il primo passo è la promozione, lo sviluppo e la diffusione dell'applicazione per smartphone e tablet denominata China to Italy già operativa da oltre un anno e apportata nella società dai soci fondatori. Successivamente si concentreranno gli sforzi su altri mercati internazionali
- È in fase di preparazione il sito di informazione economico-finanziaria in collaborazione con SkyTg24 all'interno dell'accordo di partnership con Sky Italia di cui ha fatto parte la cessione del canale 27 del digitale terrestre. Il sito rafforzerà il posizionamento nel settore Internet della Casa editrice.

- Con l'avvio dell'Expo, dal primo maggio è operativo l'account WeChat denominato Eccellenza Italia Expo, di cui sopra, con il quale la Casa editrice intende informare i turisti cinesi in visita a Milano e in Italia dei maggiori eventi, dei migliori alberghi, dei migliori ristoranti, delle migliori boutique, dei migliori servizi; allo stesso tempo sono state avviate numerose iniziative (newsletter, speciali ed eventi) calibrati sui contenuti dell'Expo e che si svolgeranno nei sei mesi di durata dell'Esposizione Universale. Insieme a Laureate, la più grande università al mondo, presente in 29 paesi con 86 facoltà, è stato lanciato il premio Class Expo Pavilion Heritage, per premiare il paese e le aziende che lasceranno la migliore eredità alle generazioni future di tutta l'umanità sul tema dell'Expo Nutrire il pianeta, energia per la vita.

## **EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE**

Come già indicato, nonostante un calo del fatturato rispetto al primo trimestre 2014, la Casa editrice ha ridotto sensibilmente le perdite operative, grazie alle azioni di riduzione dei costi implementate e alle quali seguiranno nel corso dell'anno ulteriori misure di sensibile contenimento delle spese, anche con riguardo ai costi per il personale. A ciò va aggiunta la scelta di investire in maniera consistente nei settori del futuro, come il digitale, l'e-commerce, piattaforme straordinarie come WeChat e CCIG Mall.

Nonostante le incertezze che ancora caratterizzano il mercato pubblicitario, nel corso del mese di aprile la raccolta di pubblicità ha mostrato incoraggianti segni di crescita che, se confermati, dovrebbero permettere di recuperare nel corso dell'anno la diminuzione di fatturato del primo trimestre, anche se già leggermente migliore dei mercati di riferimento.

P. il Consiglio di Amministrazione  
Il Presidente

*Victor Uckmar*

**CLASS EDITORI Spa e società controllate**  
**Resoconto Intermedio di Gestione**  
**01/01/2015- 31/03/2015**  
**Dati economici consolidati**  
*(in migliaia di euro)*

**CONTO ECONOMICO**      **31/03/2015**    **31/03/2014**

**RICAVI**

Ricavi delle vendite	17.503	18.655
Altri proventi operativi	1.291	1.374
<b>Total Ricavi</b>	<b>18.794</b>	<b>20.029</b>

**COSTI**

Costi operativi	(19.706)	(21.958)
<b>Margine operativo lordo – Ebitda</b>	<b>(912)</b>	<b>(1.929)</b>

Proventi /(Oneri) straordinari	66	(94)
Ammortamenti e svalutazioni	(1.401)	(1.340)
<b>Risultato operativo – Ebit</b>	<b>(2.247)</b>	<b>(3.363)</b>

Proventi (oneri) finanziari netti	(884)	(1.016)
<b>Risultato Netto</b>	<b>(3.131)</b>	<b>(4.379)</b>
(Utile) perdita di terzi	(143)	(161)

<b>Risultato Netto di Gruppo</b>	<b>(3.274)</b>	<b>(4.540)</b>
----------------------------------	----------------	----------------

**DICHIARAZIONE AI SENSI DELL'ART. 154-BIS COMMA 2 DEL  
DECRETO LEGISLATIVO 24 FEBBRAIO 1998, N. 58**

*Il sottoscritto Gianluca Fagiolo, in qualità di Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Class Editori Spa, attesta che l'informativa contabile contenuta nel presente documento corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.*

Milano, 14 maggio 2015

Il Dirigente Preposto

*Gianluca Fagiolo*