

# *Class<sup>ed</sup>itor*i**



## **Resoconto Intermedio di Gestione Consolidato al 31 marzo 2020**

*Approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 15 maggio 2020*

**Class Editori Spa**  
**Via M. Burigozzo, 5 – 20122 Milano – Sito Internet: [www.classeditori.it](http://www.classeditori.it)**  
**Cap. Sociale 43.100.619,90 euro – R.E.A. 1205471 – Cod. Fiscale e P.IVA 08114020152**

## **Composizione degli Organi Sociali**

### **Consiglio di Amministrazione**

Presidente	Giorgio Luigi Guatri
Vice Presidente e Amministratore Delegato	Paolo Panerai
Vice Presidente	Pierluigi Magnaschi
Consiglieri	Luca Nicolò Panerai Gabriele Capolino Angelo Sajeva Vincenzo Manes Nicoletta Costa Novaro Beatrice Panerai Samanta Librio Maria Martellini Maria Grazia Vassallo Angelo Riccardi Paolo Angius Mariangela Bonatto

### **Collegio Sindacale**

Presidente	Mario Medici
Sindaci effettivi	Vieri Chimenti Laura Restelli
Sindaci supplenti	Francesco Alabiso Andrea Paolo Valentino

### **Società di Revisione**

BDO Italia Spa

I mandati triennali del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, nominati dall'Assemblea degli Azionisti del 28 maggio 2019, scadranno in concomitanza dell'Assemblea degli Azionisti che approverà il bilancio dell'esercizio 2021.

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 2020**

Il presente Resoconto intermedio di gestione consolidato al 31 marzo 2020, non sottoposto a revisione contabile, è stato redatto applicando i medesimi principi contabili adottati per la redazione del bilancio consolidato dell'esercizio precedente chiuso al 31 dicembre 2019.

Si precisa che, a seguito delle modifiche al Testo Unico della Finanza (TUF), la pubblicazione dei dati e delle informazioni al 31 marzo 2020 è stata effettuata su base volontaria in continuità con il passato.

**CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO DEL TRIMESTRE**

€uro/000	31/03/19	31/03/20
Ricavi di vendita	18.633	14.974
Altri Ricavi e proventi	922	1.305
<b>Totale Ricavi</b>	<b>19.555</b>	<b>16.279</b>
<b>Totale Costi operativi</b>	<b>(18.602)</b>	<b>(16.683)</b>
<b>Margine Operativo Lordo (Ebitda)</b>	<b>953</b>	<b>(404)</b>
Proventi e (oneri) non ordinari netti	163	2
Ammortamenti e svalutazioni	(2.313)	(2.288)
<b>Risultato Operativo (Ebit)</b>	<b>(1.197)</b>	<b>(2.690)</b>
Proventi e oneri finanziari netti	(912)	(793)
<b>Risultato netto</b>	<b>(2.109)</b>	<b>(3.483)</b>
(Utile)/Perdita di competenza di terzi	(127)	326
<b>Risultato di competenza del gruppo</b>	<b>(2.236)</b>	<b>(3.157)</b>

## **COMMENTI AI DATI ECONOMICI DEL TRIMESTRE**

Le principali voci di conto economico che hanno contribuito al risultato al 31 marzo 2020, e che sono evidenziate nel prospetto contabile, si possono così sintetizzare:

- i ricavi del trimestre sono pari a 16,28 milioni di euro contro i 19,56 milioni di euro del primo trimestre 2019 (-16,8%);
- i costi operativi del trimestre sono stati pari a 16,68 milioni di euro rispetto ai 18,60 milioni di euro nel primo trimestre 2019 (-10,3%);
- il margine operativo lordo (Ebitda) è negativo e pari a -0,40 milioni di euro rispetto ai 0,95 milioni di euro positivi del primo trimestre 2019;
- il risultato della gestione non ordinaria è positivo per 2 mila euro (163 mila euro al 31 marzo 2019);
- gli ammortamenti e le svalutazioni sono stati pari a 2,29 milioni di euro, contro gli 2,31 milioni di euro dei primi tre mesi del precedente esercizio;
- gli oneri finanziari netti del trimestre sono stati pari a 0,79 milioni di euro in miglioramento rispetto ai 0,91 milioni di euro del primo trimestre 2019;
- il risultato netto di gruppo è pari a -3,16 milioni di euro (-2,24 milioni di euro nel primo trimestre 2019)

## **ANDAMENTO DEL MERCATO E PRINCIPALI EVENTI ECONOMICO-FINANZIARI DEL TRIMESTRE**

I risultati del periodo sono stati inevitabilmente condizionati dall'emergenza Covid-19 che a partire dall'inizio del mese di marzo ha determinato la riduzione di alcune attività della Casa editrice mentre in altri casi ne ha determinato l'interruzione, come nel caso dell'area di business legata all'organizzazione di eventi e manifestazioni quali il Salone dello Studente.

Anche il mercato pubblicitario, che storicamente rappresenta la principale fonte di entrate per la Casa editrice, è stato caratterizzato dall'effetto discontinuità causato dall'emergenza Covid-19; dopo un positivo mese di febbraio (+1,3%) e un primo bimestre che ha portato il mercato ha chiuso con un incremento complessivo vicino all'1% (+0,8%) che diventa del +3,7% se si include la stima Nielsen su Search, Social, Classified e gli Over the Top (OTT), il mese di marzo ha visto la repentina contrazione degli investimenti stimata nell'ordine del 30% con sostanziale azzeramento dei ricavi relativi all'Out Of Home (OOH), alla GOTV e al Cinema, ovvero ai media legati alla mobilità.

Alla luce di queste discontinuità i dati Nielsen di marzo non sono stati pubblicati, ma è possibile stimare un trimestre in negativo in doppia cifre con una perdita di fatturato intorno al 13% (-10% considerando anche gli OTT).

La concessionaria del gruppo, Class Pubblicità, nel primo bimestre è riuscita ad avere una performance positiva su tutti i media fatta eccezione per la pubblicità finanziaria e quella legale dei quotidiani, ottenendo, in chiara controtendenza rispetto al mercato, un incremento a perimetro omogeneo del 10% nella pubblicità commerciale.

L'impatto dell'emergenza Covid-19 nel mese di marzo è stato particolarmente rilevante a causa dell'annullamento delle campagne sulla GOTV (-75%) che per la Casa editrice è il secondo media in termini di raccolta pubblicitaria dopo i quotidiani e dello slittamento di 2 importanti iniziative multimediali (Milano Capitali e Milano Marketing Festival) che fanno parte della distintività e proposizione della Casa editrice e che avrebbero apportato ricavi per circa un milione di euro nel mese di marzo.

Nonostante la grave situazione di marzo, la concessionaria, grazie al positivo primo bimestre è riuscita a contenere la flessione del fatturato del primo trimestre 2019 rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente al -12% a perimetro omogeneo, con la pubblicità commerciale al -9% che sarebbe stata in pareggio escludendo la GOTV i cui ricavi si sono praticamente azzerati nel mese di marzo.

Da sottolineare l'immediata reattività espressa dalla Casa editrice che ha riposizionato Milano Capitali nel mese di maggio (11-14) proponendo un'edizione digitale che ha potuto offrire un evento originale e molto apprezzato e che ha visto la partecipazione attiva di oltre 3.000 utenti collegati tramite le piattaforme digitali (zoom, milanofinanza.it e le app TV di Class Editori) ai quali si sono aggiunti circa 34.000 telespettatori che hanno seguito il live su ClassCnbc (sky 507).

Il Milano Marketing Festival è stato riprogrammato nei primi giorni di luglio (1-2-3 luglio) anch'esso in una modalità 100% digital, anche in questo caso con una modalità di fruizione combinata tv / Zoom / streaming.

In relazione ai media tradizionali, la concessionaria chiude il primo trimestre con un risultato a +2% della pubblicità commerciale dei quotidiani, un recupero sulla finanziaria a -7% grazie anche agli avvisi di convocazione di assemblee societarie, che, a seguito delle nuove norme legate all'emergenza Covid-19, sono stati ampliati e aumentati di numero; la pubblicità legale invece a un +8% che ha contribuito a stabilizzare il fatturato del trimestre.

I periodici, che a livello di mercato segnano la più alta flessione nel comparto stampa, chiudono invece in positivo a conferma del continuo lavoro di rinnovamento intrapreso dalla Casa editrice.

La TV Class CNBC, partita in positivo nei primi mesi e in controtendenza rispetto al mercato, ha subito gli annullamenti della seconda parte di marzo che l'hanno portata in territorio negativo, ma è riuscita a stabilizzare l'andamento dei mesi di aprile e maggio grazie ad innovativi progetti come The Bridge, che per primo ha permesso alle aziende di mantenere vivo il contatto con la propria audience fin dall'inizio del lockdown, e Riparti Italia con una diretta no-stop unica nel suo genere.

Nel corso del primo trimestre 2020 il sito web di MF-Milano Finanza ha registrato, secondo quanto certificato dai dati reali di traffico dei sistemi digitali di Analytics, una media giornaliera di 226.184 utenti unici, con una crescita del 39,7% rispetto al primo trimestre 2019, e una media mensile di 4,43 milioni di utenti unici, in crescita dell'85,9% rispetto al 2019. In particolare, il mese di marzo ha registrato un incremento molto superiore, con una media giornaliera di 396.773 utenti (+164% rispetto a marzo 2019) e punte di 1.099.516 utenti giornalieri, mentre il numero di utenti su base mensile è stato di 8,45 milioni (+282% rispetto a marzo 2019). Il trend positivo evidenziato nel trimestre è proseguito nel mese di aprile: gli utenti su base giornaliera sono stati 251.937 (+70,5% rispetto ad aprile 2019) mentre gli utenti su base mensile si sono attestati a 4,77 milioni (+124,1% rispetto ad aprile 2019).

Il numero di lettori che seguono in tempo reale le notizie del sito MF-Milano Finanza attraverso Twitter ha superato le 104 mila unità.

Per quanto riguarda le diffusioni cartacee e digitali delle testate, MF/Milano Finanza ha registrato nel periodo una diffusione media di circa 59 mila copie, con un aumento degli abbonamenti digitali del +37%. In marzo 2020 gli abbonamenti cartacei e digitali di Milano Finanza sono cresciuti rispettivamente dell'8% e del 71%.

La diffusione media del trimestre di Class è stata pari a circa 34 mila copie e Capital circa 22 mila copie (dati Ads).

Non si rilevano eventi particolarmente significativi intercorsi nel primo trimestre 2020

## SITUAZIONE FINANZIARIA

La posizione finanziaria netta consolidata è evidenziata nella tabella che segue:

€ (migliaia)	31/12/2019	31/03/2020	Variazioni	Variaz. %
Disponibilità liquide	2.130	2.804	674	31,6
Crediti finanziari correnti	11.351	12.316	965	8,5
Debiti finanziari non correnti	(88.971)	(90.908)	(1.937)	(2,2)
<i>Di cui per IFRS 16</i>	(16.627)	(16.595)	32	0,2
Debiti finanziari correnti	(14.350)	(14.424)	(74)	(0,5)
<i>Di cui per IFRS 16</i>	(2.349)	(2.627)	(278)	(11,8)
<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>(89.840)</b>	<b>(90.212)</b>	<b>(372)</b>	<b>(0,4)</b>
<i>Di cui per IFRS 16</i>	(18.976)	(19.222)	(246)	(1,3)
<b>Posizione finanziaria netta effettiva</b>	<b>(70.864)</b>	<b>(70.990)</b>	<b>(126)</b>	<b>(0,2)</b>

La posizione finanziaria netta della Casa editrice evidenziata nel prospetto di bilancio presenta alla data del 31 marzo 2020 un saldo negativo pari a 90,21 milioni di euro rispetto agli 89,84 milioni del 31 dicembre 2019.

Si segnala che circa 19,22 milioni di euro si riferiscono all'iscrizione di passività finanziarie conseguenti all'introduzione del nuovo principio contabile internazionale IFRS 16 in particolare legato alla contabilizzazione dei canoni d'affitto per tutta la durata del contratto. Al netto di tale effetto contabile, l'indebitamento finanziario effettivo netto della Casa editrice al 31 marzo 2020 risulta pari a 70,99 milioni di euro, in linea con il dato al 31 dicembre 2019.

## PERSONALE

Dati medi di periodo	31/12/19	31/03/20	Variazione
Dirigenti	13	11	(2)
Giornalisti	106	106	--
Giornalisti part time	20	14	(6)
Impiegati	185	180	(5)
Impiegati part time	16	17	1
Operai	8	8	--
<b>Totale</b>	<b>348</b>	<b>336</b>	<b>(12)</b>

La Casa editrice, in un'ottica di ulteriore risparmio e razionalizzazione delle risorse e del costo del lavoro, ha incrementato negli ultimi mesi il ricorso a contratti di lavoro di tipo part time.

I contratti di apprendistato della Casa editrice al 31 marzo 2020 riguardano 4 unità.

I contratti nazionali di lavoro applicati nell'ambito del gruppo Gambero Rosso sono quelli dei settori dei Grafici Editoriali, dei Giornalisti, del Turismo – Pubblici esercizi, dei Dirigenti delle aziende industriali, del Terziario e delle Scuole Private.

Il Gruppo Class Editori-Gambero Rosso-Telesia-Global Finance svolge le proprie attività, oltre che presso la sede sociale di Class Editori Spa in via Marco Burigozzo, 5 a Milano, anche presso le seguenti sedi operative secondarie:

Milano - Via Marco Burigozzo, 8

Roma - Via Santa Maria in Via, 12, Via C. Colombo, 456 e Via Ottavio Gasparri, 13/17

New York – 7 East, 20 Street

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

Gambero Rosso Spa è inoltre operativa anche presso le sedi delle Città del Gusto, riportate sul sito Internet della società al seguente link:  
<http://www.gamberorosso.it/it/contatti>.

## **EVENTI SUCCESSIVI ED EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE**

Oltre a quanto precedentemente illustrato non si segnala ulteriori eventi particolarmente significativi occorsi successivamente alla chiusura del primo trimestre 2020.

Le ripercussioni economiche e finanziarie conseguenti all'emergenza Covid-19 suggeriscono una prudenza in ordine alle valutazioni prospettiche. In via prioritaria, la società ha adottato le misure per salvaguardare la salute e la sicurezza del proprio personale attraverso la diffusione di costanti informazioni e disposizioni organizzative emanate dal Comitato per la salute e sicurezza istituito in Class Editori; l'operatività aziendale, a tutti i livelli ed aree funzionali, è stata garantita attraverso una veloce riorganizzazione con il massimo ricorso allo smartworking, al quale la Casa editrice si era preparata da tempo nella logica di contenimento dei costi.

Per fronteggiare il prevedibile calo del fatturato, il Gruppo Class ha aumentato le misure per contenere i costi operativi, i costi generali e del personale, usufruendo per quanto possibile delle agevolazioni previste dai vari decreti legge; è stato inoltre preparato un piano la trasformazione digitale degli eventi in programma, tale diversificazione ha consentito di ridurre il calo di fatturato e di mantenere una

presenza sul mercato. Sono allo studio le attività volte al sostegno finanziario sulla base delle misure temporanee per il sostegno alla liquidità delle imprese.

P. il Consiglio di Amministrazione

Il Presidente

*Giorgio Luigi Guatri*

**CLASS EDITORI Spa e società controllate**  
**Resoconto Intermedio di Gestione**  
**01/01/2020- 31/03/2020**  
**Dati economici consolidati**  
*(in migliaia di euro)*

---

**CONTO ECONOMICO** **31/03/2019      31/03/2020**

**RICAVI**

Ricavi delle vendite	18.633	14.974
Altri proventi operativi	922	1.305
<b>Totale Ricavi</b>	<b>19.555</b>	<b>16.279</b>

**COSTI**

Costi operativi	(18.602)	(16.683)
<b>Margine operativo lordo – Ebitda</b>	<b>953</b>	<b>(404)</b>

Proventi /(Oneri) non ordinari	163	2
Ammortamenti e svalutazioni	(2.313)	(2.288)

<b>Risultato operativo – Ebit</b>	<b>(1.197)</b>	<b>(2.690)</b>
-----------------------------------	----------------	----------------

Proventi (oneri) finanziari netti	(912)	(793)
<b>Risultato Netto</b>	<b>(2.109)</b>	<b>(3.483)</b>

(Utile) perdita di terzi	(127)	326
<b>Risultato Netto di Gruppo</b>	<b>(2.236)</b>	<b>(3.157)</b>

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

*Il sottoscritto Daniele Lucherini, 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, 15 maggio 2020

Il Dirigente Preposto  
***Daniele Lucherini***