



Informazioni periodiche aggiuntive al 31 marzo 2021

Approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 14 maggio 2021

Class Editori Spa
Via M. Burigozzo, 5 – 20122 Milano – Sito Internet: 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
Amministratore Delegato	Marco Moroni
Vice Presidente	Pierluigi Magnaschi
Consigliere Delegato per il coordinamento editoriale	Gabriele Capolino
Consigliere Delegato per il coordinamento commerciale e gestione quotidiani e magazine	Angelo Sajevo
Consiglieri	Luca Nicolò Panerai Vincenzo Manes Nicoletta Costa Novaro Beatrice Panerai Samanta Libro Gaia Dal Pozzo Maria Grazia Vassallo Angelo Riccardi Paolo Angius Mariangela Bonatto

Collegio Sindacale

Presidente Sindaci effettivi	Mario Medici 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. Il Consiglio di Amministrazione del 13 giugno 2019 ha nominato Presidente il dott. Luigi Guatri e Vice Presidente e Amministratore Delegato il dott. Paolo Panerai. Il consiglio di amministrazione del giugno 2020 ha nominato Marco Moroni Amministratore Delegato di Class Editori.

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

Informazioni periodiche aggiuntive al
31 marzo 2021

Le presenti informazioni periodiche aggiuntive consolidate al 31 marzo 2021, non sottoposte a revisione contabile, sono state redatte applicando i medesimi principi contabili adottati per la redazione del bilancio consolidato dell'esercizio precedente chiuso al 31 dicembre 2020.

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

<i>€uro/000</i>	31/03/20	31/03/21
Ricavi di vendita	14.974	13.029
Altri Ricavi e proventi	1.305	1.326
Totale Ricavi	16.279	14.355
Totale Costi operativi	(16.683)	(14.001)
Margine Operativo Lordo (Ebitda)	(404)	354
Proventi e (oneri) non ordinari netti	2	(74)
Ammortamenti e svalutazioni	(2.288)	(2.059)
Risultato Operativo (Ebit)	(2.690)	(1.779)
Proventi e oneri finanziari netti	(793)	(696)
Risultato netto	(3.483)	(2.475)
(Utile)/Perdita di competenza di terzi	326	333
Risultato di competenza del gruppo	(3.157)	(2.142)

COMMENTI AI DATI ECONOMICI DEL TRIMESTRE

Il totale ricavi del primo trimestre 2021 è pari a 14,36 milioni di euro, in calo di 1,92 milioni di euro rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente. Tale contrazione è riconducibile alle significative riduzioni delle attività su GoTv Telesia e Gambero Rosso.

Il contenimento dei costi operativi, attuato in base al piano 2021/2023, ha consentito, a fronte di rinegoziazione con fornitori e revisione dei processi operativi, una riduzione di circa 2,68 milioni di euro nel periodo; si segnala in particolare la riduzione dei costi per servizi grazie principalmente alle efficienze di processo e alle azioni intraprese nell'ultimo trimestre 2020.

Il margine operativo lordo (Ebitda) a livello consolidato è positivo per 354 mila euro rispetto ad un risultato negativo di 404 mila euro del primo trimestre del precedente esercizio.

Il risultato della gestione non ordinaria è negativo di 74 mila euro (2 mila euro al 31 dicembre 2020).

Gli ammortamenti e le svalutazioni sono stati pari a 2,06 milioni di euro, in diminuzione rispetto ai 2,29 milioni di euro dei primi tre mesi del precedente esercizio.

Gli oneri finanziari netti del trimestre sono stati pari a 696 mila euro, in miglioramento rispetto ai 793 mila euro del primo trimestre 2020.

Il risultato netto consolidato di gruppo è pari a -2,14 milioni di euro (-3,16 milioni di euro nel primo trimestre 2020).

In un mercato inevitabilmente penalizzato dagli effetti economici della pandemia COVID, Class Editori, per ottenere un Ebitda positivo ha messo in atto la strategia così dettagliata:

- sostanziale riduzione dei costi fissi operativi, attraverso la rinegoziazione dei principali contratti di fornitura e la ricerca di una sempre maggiore efficienza nei processi, i cui effetti si sono rilevati già nel primo trimestre del 2021;
- trasformazione digitale delle attività, in particolare per la realizzazione di eventi, che hanno fruito della combinazione della tecnica televisiva di Class CNBC con le piattaforme digitali e gli altri media;
- investimenti in tecnologie, con adozione di un nuovo sistema editoriale integrato per tutte le testate e i siti del Gruppo, e competenze per la gestione della digitalizzazione delle informazioni, in direzione di un modello economico basato su subscriptions, i cui effetti saranno ancora più evidenti nel secondo semestre dell'anno;
- Progressivo arricchimento della qualità e della quantità di informazione e dei dati finanziari.

Quando (prevedibilmente dal prossimo settembre) ripartiranno le attività ordinarie di Telesia spa e Gambero Rosso, il recupero di redditività sarà assai più marcato.

ANDAMENTO DEL MERCATO E PRINCIPALI EVENTI ECONOMICO-FINANZIARI DEL TRIMESTRE

Contesto macroeconomico ed andamento dei mercati di riferimento.

Secondo le stime fornite dall'ISTAT nel primo trimestre 2021 il Prodotto Interno Lordo si è ridotto ulteriormente dello 0,4% rispetto al trimestre precedente e dell'1,4% in termini tendenziali.

Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia secondo i dati Nielsen ha chiuso il mese di marzo in forte ripresa, con una crescita del 30,7% rispetto al mese di marzo 2020 (primo mese in cui si manifestarono gli effetti della pandemia da Covid-19) portando la raccolta del primo trimestre di tutto il mercato pubblicitario a +3,4%. Ma se si esclude dalla raccolta web la stima Nielsen sul search, social, classified (annunci sponsorizzati) e degli Over The Top (OTT), l'andamento nel periodo gennaio – marzo è ancora in flessione, ma limitata all'1,4%.

Relativamente ai singoli mezzi, la TV e il Digital Display sono gli unici mezzi in positivo (rispettivamente +5,9% e +6,4%) rispetto allo scorso anno.

La stampa fa registrare una flessione complessiva che nei primi tre mesi si attesta al -14,5%.

Per i quotidiani il confronto con il 2020 vede il mese di marzo crescere del 12% rispetto all'omologo dello scorso anno (il primo lockdown è stato dal 6 marzo), risultato determinato da una crescita mese su mese di tutte le componenti; la flessione sul progressivo dei tre mesi si attenua quindi fino al -6,7% rispetto al -16,2% del bimestre gennaio-febbraio 2020.

I magazine nel trimestre cedono il 32% del fatturato; analizzando le diverse periodicità i mensili si allineano all'andamento complessivo degli altri periodici, con un calo della raccolta del 37,4% rispetto al 2020.

Sempre in profonda sofferenza i mezzi che presidiano la mobilità: l'Outdoor perde il 59,6% e il Transit il 65,8%.

La GoTv e il Cinema non sono state rilevate nella indagine Nielsen.

Il mercato della diffusione quotidiana in Italia presenta un andamento ormai da anni in costante riduzione, confermato anche dai dati del primo trimestre 2021, che hanno fatto rilevare, secondo i dati ADS per il mercato dei quotidiani, una flessione del 13% rispetto al primo trimestre 2020. Tale situazione è stata parzialmente controbilanciata dall'incremento delle copie digitali che hanno

registrato un significativo aumento, pari al 17%, con un'accelerazione rispetto alle tendenze già in atto.

I mercati di riferimento per i **servizi finanziari** risentono delle fusioni fra istituti bancari che riducono il numero dei potenziali grandi clienti, ma offre invece interessanti prospettive nel settore del risparmio gestito, dato l'incremento del volume di risparmio delle famiglie italiane.

Andamento della gestione del gruppo Class Editori

In un mercato complessivamente in forte sofferenza per gli effetti economici della pandemia, la Casa editrice ha mostrato diversi segnali positivi.

L'andamento del fatturato pubblicitario si conferma in netta discontinuità rispetto al mercato di riferimento, con una crescita totale nel trimestre del 3%, percentuale che cresce fino al 12% se si esclude la GOTV Telesia. I quotidiani chiudono il primo trimestre con una crescita del 10%, grazie alle ottime performance della pubblicità commerciale (+36%) e della pubblicità legale (+7%). In negativo la raccolta della pubblicità periodica, seppur con una flessione inferiore al mercato (-24%).

Si conferma in trend decisamente positivo il settore televisivo, in primo luogo con ClassCnbc che fa registrare un maggior fatturato nel trimestre del 62% rispetto al primo trimestre 2020. Meglio del mercato anche il Digital che cresce del 9%, incremento spinto dal +14% della reservation.

Anche le attività legate al Salone dello Studente si sono convertite in digitale utilizzando la piattaforma "*SalonedelloStudente.it*", in cui si sono registrati oltre un milione di accessi dalla sua realizzazione e con cui le Università e il mondo del lavoro hanno potuto mantenere il contatto con gli studenti e con le categorie più giovani del mercato della formazione e del lavoro..

Nel corso del primo trimestre 2021 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 178.827 utenti unici. Le pagine viste su base giornaliera si sono attestate in media a 1,05 milioni, in crescita del 6,5% su base annua. Su base mensile il sito web di Milano Finanza ha registrato, sempre secondo i sistemi digitali di Analytics, una media di 3,3 milioni di utenti unici, mentre le pagine medie su base mensile hanno toccato i 31,4 milioni.

Secondo la più recente rilevazione Audipress (2020-III), sono 210 mila i lettori dell'edizione cartacea/digitale di MF-Milano Finanza (+ 3% rispetto alla rilevazione precedente), 96 mila i lettori di Class e 185 mila quelli di Capital. Le pubblicazioni cartacee della Casa editrice hanno registrato un calo più contenuto della diffusione (-9%) rispetto al primo trimestre 2020.

Il numero di lettori che seguono in tempo reale le notizie del sito attraverso Twitter ha sfiorato le 112 mila unità per MF-Milano Finanza.

La necessità di comunicare all'interno da parte delle aziende durante il periodo pandemico non è venuta meno e il mercato in cui operano le Corporate TV della Casa editrice è rimasto quindi stabile rispetto al 2020.

La GoTv Telesia, per effetto delle restrizioni ai movimenti delle persone negli aeroporti e nel trasporto pubblico, ha registrato una flessione del 42% rispetto al primo trimestre del 2020, il quale era stato danneggiato dalla pandemia solo a partire dalla seconda metà del mese di marzo. Malgrado le avversità, Telesia presenta performance di marginalità in linea con l'ultimo trimestre del 2020.

La riduzione dei fatturati del Gambero Rosso è per lo più dovuta ai mancati ricavi da attività internazionali, che non è stato possibile realizzare nei tempi previsti, tuttavia con la possibilità di un recupero nella seconda parte dell'anno.

I ricavi consolidati hanno così complessivamente subito una flessione del 12%, passando da 16,28 milioni di euro a 14,36 milioni di euro. Escludendo i ricavi di Telesia e Gambero Rosso, i ricavi consolidati risultano sostanzialmente allineati a quelli del primo trimestre 2020, ma i costi operativi essendo stati ridotti di 2,8 milioni di euro rispetto al primo trimestre del 2020 (-16%), hanno generato un margine operativo lordo, passato da un valore negativo di 0,40 milioni di euro del primo trimestre 2020 a un valore positivo di 0,35 milioni di euro, con un miglioramento di circa 0,8 milioni di euro, che diventa di 1,3 milioni di euro escludendo i risultati delle controllate Gambero Rosso e Telesia.

SITUAZIONE FINANZIARIA

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

€ (migliaia)	31/12/2020	31/03/2021	Variazioni	Variaz. %
Disponibilità liquide	4.894	4.194	(700)	(14,3)
Crediti finanziari correnti	7.138	8.193	1.055	14,8
Debiti finanziari non correnti	(83.644)	(82.642)	1.002	1,2
Debiti finanziari correnti	(23.545)	(23.804)	(259)	(1,1)
Posizione finanziaria netta	(95.157)	(94.059)	1.098	1,2
<i>Di cui per IFRS 16</i>	<i>(17.058)</i>	<i>(15.952)</i>	<i>1.106</i>	<i>6,5</i>
Posizione finanziaria netta effettiva	(78.099)	(78.107)	(8)	(0,0)

La posizione finanziaria netta della Casa editrice evidenziata nel prospetto presenta alla data del 31 marzo 2021 un saldo negativo pari a 94,1 milioni di euro rispetto ai 95,2 milioni del 31 dicembre 2020. Si segnala che circa 15,9 milioni di euro si riferiscono all'iscrizione di passività finanziarie conseguenti al principio contabile internazionale IFRS 16 in particolare legato alla contabilizzazione di canoni d'affitto per tutta la durata del contratto.

Al netto di tale effetto contabile, l'indebitamento finanziario netto della Casa editrice al 31 marzo 2021 risulta pari a 78,11 milioni di euro in linea con i valori al 31 dicembre 2020.

PERSONALE

La Casa editrice ha adottato nel corso di questo periodo di pandemia un'organizzazione delle attività in grado di garantire la sicurezza dei lavoratori e l'integrità e la qualità della produzione, mantenendo attivo il più possibile il lavoro a distanza per i dipendenti e utilizzando criteri di presidio a rotazione delle redazioni.

L'organico medio dei dipendenti nel primo trimestre 2021 è stato di 337 unità, sostanzialmente in linea con il 31 dicembre 2020.

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:

Roma - Via Santa Maria in Via, 12 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>.

INTEGRAZIONI SU RICHIESTA CONSOB AI SENSI DELL'ART. 114 DEL D.LGS 58/1998

L'eventuale mancato rispetto dei covenant, dei negative pledge e di ogni altra clausola dell'indebitamento di codesta Società e del Gruppo ad essa facente capo, comportante limiti all'utilizzo delle risorse finanziarie, con l'indicazione a data aggiornata del grado di rispetto di dette clausole.

Class Editori ha fissato per il tramite dell'Agente incaricato dal ceto bancario l'agenda per la riconferma delle linee di credito. Pur in presenza del non pagamento della rata prevista nel 2020, su richiesta della società, è in corso uno standstill di fatto delle linee bancarie con correlato mantenimento delle stesse.

Lo stato di implementazione di eventuali piani industriali e finanziari, con l'evidenziazione degli scostamenti dei dati consuntivati rispetto a quelli previsti.

In data 13 novembre 2020 il Consiglio di Amministrazione della Società ha approvato le linee guida del nuovo Piano Industriale 21-23. Il nuovo piano industriale 2021 – 2023 è stato approvato nella seduta del consiglio di amministrazione di Class Editori del 4 dicembre 2020.

EVENTI SUCCESSIVI ED EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

L'inizio del 2021 ha visto il prolungamento delle misure restrittive da parte delle autorità italiane per contenere l'emergenza sanitaria che ha avuto e sta portando forti conseguenze sull'organizzazione e i tempi del lavoro, sull'attività della Casa editrice e sull'andamento dell'economia.

La campagna vaccinale in atto porta auspicabilmente con sé un miglioramento della situazione e delle prospettive di ripresa future, come sta già avvenendo nella maggior parte dei paesi nel mondo.

La Casa editrice sta continuando a soddisfare la necessità di informazione del pubblico, garantendo quindi un servizio puntuale ai propri lettori sia in forma cartacea che digitale e video

Nei mesi di aprile e di maggio è proseguito il buon andamento della pubblicità rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, che già risentiva in pieno degli effetti economici negativi del lockdown ed è prevedibile che tale andamento prosegua nei mesi successivi. Più incerta è la previsione della completa ripresa delle attività di Telesia e Gambero Rosso, strettamente legate alla mobilità. Le principali stime economiche e l'andamento della campagna vaccinale fanno comunque ritenere che nel secondo semestre dell'anno possa esserci un progressivo recupero dell'attività economica.

Il gruppo prosegue nell'attività di razionalizzazione dei processi e di investimento nelle principali aree di sviluppo con la realizzazione di un nuovo studio televisivo e il progetto di completa revisione dell'offerta digitale dei siti, che vedrà il completamento nella seconda parte dell'anno.

La Casa editrice monitora costantemente l'evoluzione della situazione e rimane pronta a livello gestionale ad affrontare gli effetti che si potranno verificare in futuro, confermando le prospettive positive di medio-lungo periodo.

Considerando le azioni attuate e quelle previsionali, Class Editori ritiene che sia concretizzabile raggiungere un Ebitda in crescita rispetto a quello del 2020.

Il raggiungimento di questi obiettivi è tuttavia ancora fortemente influenzabile dell'evoluzione sanitaria, dalla situazione generale dell'economia e del settore di riferimento per la Casa editrice.

P. il Consiglio di Amministrazione

Il Presidente

Giorgio Luigi Guatri

CLASS EDITORI Spa e società controllate
Informazioni periodiche aggiuntive
01/01/2021- 31/03/2021
Dati economici consolidati
(in migliaia di euro)

CONTO ECONOMICO **31/03/2020** **31/03/2021**

RICAVI

Ricavi delle vendite	14.974	13.029
Altri proventi operativi	1.305	1.326

Totale Ricavi	16.279	14.355
----------------------	---------------	---------------

COSTI

Costi operativi	(16.683)	(14.001)
-----------------	----------	----------

Margine operativo lordo – Ebitda	(404)	354
---	--------------	------------

Proventi /(Oneri) non ordinari	2	(74)
Ammortamenti e svalutazioni	(2.288)	(2.059)

Risultato operativo – Ebit	(2.690)	(1.779)
-----------------------------------	----------------	----------------

Proventi (oneri) finanziari netti	(793)	(696)
-----------------------------------	-------	-------

Risultato Netto	(3.483)	(2.475)
------------------------	----------------	----------------

(Utile) perdita di terzi	326	333
--------------------------	-----	-----

Risultato Netto di Gruppo	(3.157)	(2.142)
----------------------------------	----------------	----------------

**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, 14 maggio 2021

Il Dirigente Preposto

Daniele Lucherini