



**Il Consiglio approva le Informazioni Periodiche Aggiuntive Consolidate del primo trimestre 2022.
 Ricavi a 17,32 milioni, 2,97 mln in più del primo trimestre 2021**

Il Consiglio di amministrazione di Class Editori, riunitosi a Milano il 6 giugno, ha esaminato le Informazioni Periodiche Aggiuntive Consolidate relative al primo trimestre 2022.

Il totale ricavi del primo trimestre 2022 è pari a 17,32 milioni di euro, in aumento di 2,97 milioni di euro rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente. Tale miglioramento è riconducibile alla ripresa generale del settore editoriale con la raccolta pubblicitaria e lo sviluppo digitale, oltre che per la ripresa dell'attività di eventi internazionali di Gambero Rosso.

Il contenimento dei costi operativi, attuato in coerenza con quanto previsto dal piano industriale, ha consentito, a fronte di rinegoziazione con fornitori e revisione dei processi operativi, di registrare un significativo incremento della redditività nel primo trimestre rispetto all'anno precedente.

Il margine operativo lordo (Ebitda) a livello consolidato è positivo per 1.795 mila euro rispetto ai 354 mila euro del primo trimestre del precedente esercizio.

Il risultato della gestione non ordinaria è positivo per 15 mila euro (-74 mila euro al 31 marzo 2021).

Gli ammortamenti e le svalutazioni sono stati pari a 1,94 milioni di euro, in diminuzione rispetto ai 2,06 milioni di euro dei primi tre mesi del precedente esercizio.

Gli oneri finanziari netti del trimestre sono stati pari a 928 mila euro rispetto ai 696 mila euro del primo trimestre 2021 principalmente a causa dell'accensione di nuovi finanziamenti ottenuti dalla Casa editrice.

Il risultato netto consolidato di gruppo è pari a -1,30 milioni di euro (-2,14 milioni di euro nel primo trimestre 2021).

La posizione finanziaria netta della Casa editrice, al netto dell'effetto contabile derivante dall'applicazione del principio contabile internazionale IFRS 16, e sempre al 31 marzo 2022 è pari a 83,47 milioni di euro, in linea con i valori al 31 dicembre 2021

Contesto macroeconomico ed andamento dei mercati di riferimento.

Secondo le stime fornite dall'ISTAT nel primo trimestre 2022 il Prodotto Interno Lordo si è ridotto dello 0,2% rispetto al trimestre precedente, registrando comunque una crescita del 5,8% in termini tendenziali.

Il mercato italiano degli investimenti pubblicitari ha chiuso il primo trimestre in sostanziale pareggio rispetto allo scorso anno (+0,4%); solo includendo la stima Nielsen su OTT, search, social, classified la crescita si fa più consistente: +3,2%. La TV si conferma il primo mezzo per fatturato, seppur con una flessione del 2,6%, segue il web (solo porzione display monitorata da Nielsen) con una crescita del 3,5%. In positivo anche la Radio, i media del fuori casa e il Direct Mail. La stampa nel suo complesso ha chiuso il primo trimestre con una flessione del -0,8%. I quotidiani flettono dello 0,5%: in positivo la commerciale nazionale (+3,5%) e la legale (+5,1%); in sostanziale pareggio la commerciale locale (-0,2%); in negativo la finanziaria (-5,4%) e la classificata (-16,3%). I periodici complessivamente calano del 2%.

Class Pubblicità ha registrato nel primo trimestre una crescita del 7% rispetto al pari periodo 2021, nonostante uno spostamento al trimestre successivo di eventi organizzati rispetto al primo trimestre 2021. Nonostante questo spostamento il dato del trimestre è stato ancora positivo grazie ai nuovi titoli inseriti in agenda.

Rispetto al 2021, in positivo tutti i mezzi a eccezione della pubblicità legale e della finanziaria sui quotidiani, che registrano rispettivamente una flessione del 33% e dell'11%, mentre la commerciale chiude a un +4%. I periodici continuano ad avere un andamento controcorrente rispetto al mercato con una crescita del 43%.

La tv Class Cnbc continua nel suo trend di forte crescita: +34% nel trimestre. I canali Telesia, grazie alla crescita del flusso passeggeri dei mezzi pubblici in particolare nel mese di marzo e per il contestuale allentamento delle misure Covid, crescono del 38%, tuttavia a un livello ancora lontano dalla situazione pre-Covid. In territorio ampiamente positivo anche il web che cresce dell'11%.



Nel corso del primo trimestre 2022 il sito web di MF-Milano Finanza.it ha registrato, secondo quanto certificato dai dati reali di traffico della piattaforma Analytics, una media di quasi 217 mila utenti unici su base giornaliera e oltre un milione di pagine medie. Su base mensile il sito ha registrato nei 12 mesi una media di 4,1 milioni di utenti unici e 30 milioni di pagine medie.

Secondo la più recente rilevazione Audipress (2022-II), sono 217 mila i lettori dell'edizione cartacea/digitale di MF-Milano Finanza, 91 mila i lettori di Class e 167 mila quelli di Capital.

Il numero di lettori che seguono in tempo reale le notizie del sito attraverso Twitter ha superato le 114 mila unità. In forte crescita i lettori che seguono Milano Finanza tramite LinkedIn, che hanno superato le 143 mila unità.

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 ha registrato una lieve crescita rispetto al 2021.

La GoTv Telesia ha continuato a registrare anche nel primo trimestre 2022 una limitata raccolta pubblicitaria, sostanzialmente in linea con quanto registrato nel 2021; i costi operativi hanno invece registrato un incremento, principalmente a causa della conclusione delle agevolazioni tariffarie riconosciute nel 2021 sui contratti di concessione e degli interventi straordinari di riduzione del costo del personale, tale da determinare una riduzione della marginalità di circa 0,1 milioni di Euro rispetto ai risultati del primo trimestre 2021.

La ripresa del fatturato e il significativo incremento di marginalità registrati da Gambero Rosso rispetto al primo trimestre del 2021 sono per lo più dovuti alla ripresa della raccolta pubblicitaria nei settori di presenza e delle attività internazionali.

Per ulteriori informazioni contattare:

Class Editori

Investor Relations

Gian Marco Giura

gmgiura@class.it – 0258219395

Conto economico consolidato del trimestre

<i>Euro/000</i>	31/03/21	31/03/22
Ricavi di vendita	13.029	16.002
Altri Ricavi e proventi	1.326	1.321
Totale Ricavi	14.355	17.323
Totale Costi operativi	(14.001)	(15.528)
Margine Operativo Lordo (Ebitda)	354	1.795
Proventi e (oneri) non ordinari netti	(74)	15
Ammortamenti e svalutazioni	(2.059)	(1.945)
Risultato Operativo (Ebit)	(1.779)	(135)
Proventi e oneri finanziari netti	(696)	(928)
Risultato netto	(2.475)	(1.063)
(Utile)/Perdita di competenza di terzi	333	(233)
Risultato di competenza del gruppo	(2.142)	(1.296)

Posizione finanziaria netta consolidata

€ (migliaia)	31/12/2021	31/03/2022	Variazioni	Variaz. %
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	4.796	4.918	122	2,5
Altre attività finanziarie correnti	6.652	7.116	464	7,0
Totale Liquidità	11.448	12.034	586	5,1
Debiti finanziari correnti	(37.379)	(39.109)	(1.730)	(4,6)
Indebitamento finanziario corrente netto	(25.931)	(27.075)	(1.144)	(4,4)
Debiti finanziari non correnti	(72.548)	(71.060)	1.488	2,1
Debiti commerciali e altri debiti non correnti	--	--	--	--
Indebitamento finanziario non corrente	(72.548)	(71.060)	1.488	2,1
Totale indebitamento finanziario	(98.479)	(98.135)	344	0,3
<i>Di cui per adozione IFRS 16</i>	<i>(15.346)</i>	<i>(14.660)</i>	<i>686</i>	<i>4,5</i>
Indebitamento finanziario netto effettivo	(83.133)	(83.475)	(342)	(0,4)