

Classeditori



**Resoconto Intermedio di Gestione
Consolidato al 31 Marzo 2014**

Class Editori Spa
Via M. Burigozzo, 5 – 20122 Milano – Sito Internet: www.classeditori.it
Cap. Sociale 10.560.751,00 euro – R.E.A. 1205471 – Cod. Fiscale e P.IVA 08114020152

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	Carlo Maria Mascheroni
Sindaci effettivi	Lucia Cambieri
	Mario Medici
Sindaci supplenti	Vieri Chimenti
	Pierluigi Galbusera

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.

L'assemblea dei soci del 29 aprile 2014 ha proceduto alla conferma del consigliere Elena Terrenghi, nominato dal consiglio d'amministrazione del 14 maggio 2013 in sostituzione del consigliere dimissionario Paolo Del Bue.

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

Class Editori Spa
e società controllate
Sede in Milano, Via Marco Burigozzo, 5
Resoconto Intermedio di Gestione al
31 marzo 2014

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 2014, e che sono evidenziate nel prospetto contabile, si possono così sintetizzare:

- i ricavi del trimestre sono pari a 20,03 milioni di euro contro i 19,66 milioni di euro del primo trimestre 2013, con un incremento dell'1,9%;
- i costi operativi del trimestre sono in calo del 2,2% rispetto allo stesso periodo del 2013 e sono stati pari a 21,96 milioni di euro, contro i 22,45 milioni di euro del primo trimestre 2013;
- il margine operativo lordo (Ebitda), inteso come differenza tra valore e costi della produzione prima degli ammortamenti, dei proventi straordinari e degli oneri finanziari, è pari a -1,93 milioni di euro, contro i -2,78 milioni del primo trimestre 2013;
- il risultato della gestione straordinaria è negativo per 94 mila euro, contro i -180 mila euro del 31 marzo 2013;

- gli ammortamenti e le svalutazioni sono stati complessivamente pari a 1,34 milioni di euro, contro 0,85 milioni di euro dei primi tre mesi del precedente esercizio;
- gli oneri finanziari netti sono passati da 0,59 milioni di euro al 31 marzo 2013 a 1,02 milioni di euro al 31 marzo 2014, per il maggior indebitamento netto e per il rialzo dei tassi di interesse;
- il risultato netto di gruppo del trimestre, per effetto di maggiori ammortamenti e oneri finanziari, è negativo per 4,54 milioni di euro contro i - 4,30 milioni dello stesso periodo del 2013.

PRINCIPALI EVENTI ECONOMICO-FINANZIARI DEL TRIMESTRE

Nonostante segnali di miglioramento della domanda interna e le buone condizioni dei mercati finanziari e borsistici, il quadro economico resta fragile, soprattutto con riferimento ai dati negativi sulla disoccupazione, che incide sui consumi interni.

Le stime di Nielsen relative al mercato della pubblicità in Italia nel primo trimestre del 2014 evidenziano un calo complessivo del 3,3%, con un sensibile rallentamento rispetto all'anno precedente (l'anno 2013 aveva perso il 12,4% di valore rispetto all'anno prima). In particolare, il settore televisivo è tornato a crescere, con un incremento del 2% (-10% nell'anno 2013), i mezzi stampa registrano una diminuzione del 15%, in sostanza equivalente tra quotidiani e periodici (-21% la variazione dell'esercizio 2013). Il settore della radio cresce del 6%, mentre i mezzi Internet diminuiscono del 3%, con un andamento analogo rispetto al 2013.

La raccolta pubblicitaria sui mezzi della Casa editrice ha avuto nel suo complesso una flessione, a pari perimetro di consolidamento, del 5%.

Un confronto per le singole categorie di mezzi evidenzia un andamento migliore del mercato della pubblicità nelle aree in cui opera la Casa Editrice,:

<i>Variazione % pubblicità I trimestre 2013 – I Trimestre 2014</i>	Nielsen	Class
Stampa	-15,0%	-12,6%
TV	2,0%	16,4%
Internet	-3,0%	30,0%

Per ciò che concerne le diffusioni, Class registra nel trimestre una diffusione media di circa 61 mila copie (78 mila la media del 2013), Capital di 62 mila copie (72 mila la media del 2013) e Milano Finanza di 72 mila copie (76 mila la media del 2013).

Nel primo trimestre del 2014 il traffico sui siti web della Casa editrice è cresciuto del 7,6% sul primo trimestre 2013 (fonte AudiWeb AWDatabase), passando da 87.855 a 98.497 utenti unici medi giornalieri, con un picco a marzo (107.320). Su base mensile gli utenti unici mese sono stati 1,1 milioni (+53,6% rispetto allo stesso periodo del 2013). Le pagine viste su base mensile sono state in media 22,9 milioni. Il numero di lettori che seguono in tempo reale le notizie del sito attraverso Twitter ha superato le 76 mila unità per MF/Milano Finanza e le 20 mila unità per la collegata Italia Oggi. Entrambi i quotidiani sono leggibili in formato digitale su tutte le piattaforme tablet del mercato.

Tra gli eventi del primo trimestre sono da segnalare:

- a far data dall'8 di gennaio 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;
- il 9 gennaio il Consiglio di amministrazione ha approvato il piano industriale: durante l'elaborazione del quale è emersa l'opportunità di un rafforzamento della struttura finanziaria (cfr. Eventi successivi al periodo).
- In data 24 gennaio 2014 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;

- il 4 e 6 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.
- il 10 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;
- alla fine di marzo 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.

I ricavi del periodo sono così suddivisi:

<i>(€/milioni)</i>	31/03/2014	31/03/2013	Variatz. %
Ricavi abbonamenti e copie	7,06	8,16	(13,5%)
Ricavi pubblicitari	10,53	9,23	(*) 14,1%
Altri ricavi	2,44	2,27	7,5%
Totale	20,03	19,66	1,9%

(*) meno 5% a parità di perimetro.

La riduzione nei ricavi di abbonamenti e copie si deve anche allo sviluppo delle vendite on line, che hanno in parte sostituito la stampa, con un prezzo medio di vendita più basso ma con un significativo recupero in termini di costi e quindi di margine. MF/Milano Finanza e Italia Oggi risultano (dati ADS) tra le prime testate italiane in termini di copie digitali vendute (22.860 e 18.382 rispettivamente).

Gli altri ricavi comprendono principalmente, oltre a ricavi 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 2013 si presenta come segue:

€ (migliaia)	31/03/2014	31/12/2013	31/03/2013
Indebitamento finanziario netto a medio/lungo termine	(5.844)	(6.671)	(1.276)
Indebitamento finanziario netto a breve termine/disponibilità monetarie nette a breve	(63.907)	(58.932)	(43.755)
<i>Di cui:</i>			
<i>Debiti finanziari</i>	<i>(81.339)</i>	<i>(81.696)</i>	<i>(81.081)</i>
<i>Disponibilità e crediti finanziari</i>	<i>17.432</i>	<i>22.764</i>	<i>37.326</i>
Posizione finanziaria netta: indebitamento netto/disponibilità nette	(69.751)	(65.603)	(45.031)

La posizione finanziaria netta della Casa editrice evidenziata nel prospetto passa da 65,6 milioni di euro del 31 dicembre 2013 ai 69,7 milioni del 31 marzo 2014. L'incremento si attribuisce principalmente ai risultati di periodo e al peggioramento delle condizioni di tasso di interesse applicate dal sistema bancario rispetto ai primi mesi del 2013.

Nell'ambito dei debiti finanziari a medio lungo termine sono inclusi un finanziamento agevolato a lungo termine contratto con UBI con scadenza 2015 ed un finanziamento con Mediocredito anch'esso con scadenza 2015. È altresì incluso per la parte a lungo termine la quota di mutuo di 6 milioni di euro contratta nel 2013 con Banca Popolare dell'Emilia Romagna.

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 un conto di liquidità.

PERSONALE

<i>Dati medi di periodo</i>	31/03/2014	31/12/2013
Dirigenti	11	13
Giornalisti	140	138
Impiegati	156	171
Totale	307	322

All'inizio dell'anno si sono avviate ulteriori manovre di risparmio dei costi del lavoro, anche attraverso operazioni di razionalizzazione della struttura societaria ed organizzativa del gruppo, che ha reso possibile l'estensione di contratti di solidarietà, già attivi per le società Milano Finanza, Class Editori ed Edis, anche alle società Milano Finanza Service ed MF Servizi Editoriali.

I contratti di apprendistato della Casa editrice al 31 marzo 2014 sono pari a 6 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 trimestrali consolidati sono i medesimi utilizzati per la redazione del bilancio consolidato dell'esercizio precedente. Il presente resoconto intermedio di gestione consolidato 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 2014 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 2013 e della relazione semestrale 2013 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 rettificata 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 2014:

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 di</u> <u>Proprietà</u>
- Milano Finanza Editori Spa e società controllate:	84,327 %
- Milano Finanza Servizi Editoriali Srl	99,00 %
- MF Editori Srl	100,00 %
- Lombard Editori Srl	50,10 %
- Class Digital Service Srl e società controllate:	68,75 %
- PMF News Editori Spa	100,00 %
- E-Class Spa	100,00 %
- Campus Editori Srl	70,00 %
- Milano Finanza Service Srl	75,01 %
- Edis Srl	99,50 %
- MF Conference Srl	51,00 %
- DP Analisi Finanziaria Srl	94,73 %
- EX.CO Srl	100,00 %
- Class Editori Service Srl	100,00 %
- Class TV Service Srl	100,00 %
- Classpi Spa	51,00 %
- Global Finance Media Inc.	73,52 %
- Class CNBC Spa (1)	2,73 %
- CFN/CNBC B.V.	68,43 %
- Radio Classica Srl	99,00 %
- MF Dow Jones Srl (2)	50,00 %
- Telesia Spa e società controllate:	85,625 %
- Classpi Digital Srl (3)	77,00 %
- Country Class Editori Srl	100,00 %
- Fashion Work Business Club Srl	100,00 %
- Assinform/Dal Cin Editore Srl	95,00 %
- I Love Italia Srl	51,00 %
- Class Meteo Services Srl	100,00 %
- TV Moda Srl	51,00 %

- Classint Advertising Srl	100,00 %
- Class Servizi Televisivi Srl	100,00 %
- New Satellite Radio Srl	100,00 %
- Aldebaran Srl	100,00 %

- (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.
- (3) Il residuo 23% è detenuto direttamente da Class Editori Spa

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 %
- Class Horse TV Srl	30,00 %
- Upcube Srl	25,00 %

Rispetto all'area di consolidamento al 31 marzo 2013 è da segnalare l'inclusione nel perimetro della controllata Classpi S.p.A., esclusa nel precedente trimestre, mentre rispetto al 31/12/2013 si segnala l'acquisizione del 100% della partecipazione in Aldebaran Srl, avvenuta il giorno 24 gennaio 2014. La società è attiva nel settore della TV Outdoor, settore in cui la Casa editrice punta ad un sensibile sviluppo.

È stata esclusa dal consolidamento la Società Agefi-Class S.A., in quanto inattiva.

È stata inoltre esclusa dal consolidamento e quindi valutata al costo, le società I Love Italia Srl, in liquidazione.

PRINCIPALI EVENTI SUCCESSIVI AL PERIODO

Il 12 maggio l'assemblea dei soci di Class Editori ha deliberato un aumento in opzione per massimi 40 milioni di euro, da eseguirsi entro l'estate 2014. Al Consiglio di Amministrazione sono stati attribuiti tutti i più ampi poteri per dare esecuzione alle deliberazioni dell'Assemblea, con inclusione, a titolo meramente indicativo, del potere: (i) di determinare il prezzo di emissione in conformità ai criteri sopraindicati e con facoltà

di stabilire il periodo da considerare (da 1 a 6 mesi antecedenti la data di determinazione del prezzo di emissione) per calcolare il prezzo teorico ex diritto (c.d. theoretical ex right price - TERP), la misura dello sconto (non inferiore al 12%) rispetto al TERP così calcolato, tenuto conto, tra l'altro, delle condizioni dei mercati finanziari prevalenti al momento del lancio effettivo dell'operazione, dei corsi di borsa del titolo di categoria A CLASS, nonché della prassi di mercato per operazioni simili; (ii) per l'effetto, di determinare il numero massimo di azioni di nuova emissione; (iii) di determinare la tempistica per l'esecuzione della deliberazione di aumento di capitale, e così, in particolare, stabilendo, nel rispetto del termine finale del 30 agosto 2014, la data ultima di sottoscrivibilità dell'aumento che potrà pertanto essere anche antecedente a tale termine finale; (iv) di predisporre e presentare alle competenti autorità ogni documento richiesto ai fini dell'esecuzione della deliberazione di aumento di capitale. I proventi dell'aumento saranno principalmente destinati al riequilibrio finanziario del capitale circolante, con il pagamento di parte dei debiti scaduti verso fornitori, allo sviluppo del *business* digitale (con particolare focus sui nuovi media, l'outdoor TV e l'integrazione TV/web) e all'espansione dell'attività internazionale (in particolare in Cina e in Centro e Sudamerica). L'esposizione bancaria del gruppo è principalmente costituita da fidi di cassa e commerciali a revoca. L'aumento di capitale comporta un miglioramento del profilo di rischio e la società ha ricevuto conferma di tali affidamenti fino al dicembre 2015 per una quota pari a circa il 95% degli stessi; pertanto non è previsto un utilizzo significativo dei proventi dell'aumento di capitale per rimborsare fidi in essere.

Nella divisione periodici è in uscita a fine maggio il periodico rinnovato Ladies, con contenuti per un target elevato, ed una raccolta pubblicitaria ben superiore rispetto ai numeri precedenti;

Class, da sempre il mensile maschile dedicato agli stili di vita, dal numero di maggio è diventato il primo magazine-device per vivere bene nell'età digitale, con una profonda evoluzione per cogliere i nuovi trend di vita e di consumi della classe dirigente dovuti alla sempre crescente presenza nel quotidiano delle soluzioni digitali.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

La raccolta pubblicitaria della casa editrice registra segnali incoraggianti nel settore periodici e si dovranno valutare gli effetti attesi delle nuove iniziative editoriali in fase di

lancio (tra le quali, la nuova veste di Class, i 25 anni di MF, il nuovo palinsesto di Class TV). A determinare un'incertezza riguardo alla raccolta pubblicitaria della Divisione Quotidiani, sono però alcune possibili modifiche normative riguardo elementi di ricavo non secondari per la casa editrice. Uno riguarda la cosiddetta pubblicità obbligatoria sui quotidiani nazionali e locali degli annunci di appalti e bandi di gara (D.L. 12 aprile 2006 n.163) che il “Decreto legge 24 aprile 2014 n.66 recante misure urgenti per la competitività e la giustizia sociale” ha eliminato. L'altro è un documento di consultazione che l'IVASS ha pubblicato nel suo sito, riguardante la proposta di abolizione della pubblicità obbligatoria sui quotidiani dei rendimenti e delle composizioni dei portafogli delle gestioni separate di polizze vita e delle quotazioni delle cosiddette Unit Linked e Index Linked. Qualora fossero confermate, queste misure avrebbero un impatto negativo sulla raccolta pubblicitaria di tutti i giornali italiani e anche di MF/Milano Finanza e della collegata Italia Oggi. Tuttavia, essendo il Decreto Legge n. 66 ancora in fase di conversione, non è al momento possibile valutare con certezza se quanto ivi previsto sarà confermato. Allo stesso modo, poiché il documento di consultazione IVASS non ha prodotto orientamenti definitivi che potranno essere eventualmente introdotti da un atto esecutivo dell'IVASS, non è al momento possibile valutarne gli effetti.

In ogni caso, le testate finanziarie possono essere influenzate positivamente dall'andamento dei mercati, misurato anche in termini di nuove IPO. Fonti esterne (studio di Investment Banking di Banca IMI del gennaio 2014) prevedono per l'anno in corso dalle 25 alle 30 nuove IPO in borsa, con un cambio di tendenza importante contro le sette IPO nel 2009, le 10 nel 2010, le nove nel 2011, le sei nel 2012 e le 18 nel 2013. Questi dati sono in linea con quanto indicato dallo stesso Presidente della Consob in occasione del recente incontro di Milano con la comunità finanziaria.

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 oltre l'attività all'estero che riguarda anche l'e-commerce.

P. il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente

Victor Uckmar

CLASS EDITORI Spa e società controllate
Resoconto Intermedio di Gestione
01/01/2014- 31/03/2014
Dati economici consolidati
(in migliaia di euro)

CONTO ECONOMICO	31/03/2014	31/03/2013
RICAVI		
Ricavi delle vendite	18.655	18.500
Altri proventi operativi	1.374	1.161
Totale Ricavi	20.029	19.661
COSTI		
Costi operativi	(21.958)	(22.446)
Margine operativo lordo – Ebitda	(1.929)	(2.785)
Proventi /(Oneri) straordinari	(94)	(180)
Ammortamenti e svalutazioni	(1.340)	(853)
Risultato operativo – Ebit	(3.363)	(3.818)
Proventi (oneri) finanziari netti	(1.016)	(590)
Risultato Netto	(4.379)	(4.408)
(Utile) perdita di terzi	(161)	110
Risultato Netto di Gruppo	(4.540)	(4.298)

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

Il sottoscritto Emilio Adinolfi, 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.

Il Dirigente Preposto

Emilio Adinolfi