

# *Classeditori*



## **Resoconto Intermedio di Gestione Consolidato al 30 Settembre 2015**

Approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 13 novembre 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**

## **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 Libro
	Maria Martellini
	Maria Grazia Vassallo
	Angelo Riccardi

### **Collegio Sindacale**

Presidente	Mario Medici
Sindaci effettivi	Lucia Cambieri
	Vieri Chimenti
Sindaci supplenti	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.

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 Consolidato**  
**al 30 settembre 2015**

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

**COMMENTI AI DATI ECONOMICI**

Le principali voci di conto economico che hanno contribuito al risultato operativo al 30 settembre 2015, e che sono evidenziate nel prospetto contabile, si possono così sintetizzare:

- I ricavi totali dei primi nove mesi del 2015 sono stati pari a 54,23 milioni di euro, un valore in linea (-1%) rispetto al 2014 a perimetro omogeneo e al netto di operazioni speciali. I ricavi dei primi nove mesi del 2014 infatti includevano sia quelli del canale Class TV (LCN 27 del digitale terrestre), ceduto nel corso del mese di dicembre 2014, sia quelli derivanti dall'iniziativa editoriale relativa ai 25 anni della testata MF, pari a 2,9 milioni di euro. A perimetro non omogeneo, i ricavi dei primi nove mesi del 2015 mostrano una flessione del 6%. I ricavi del terzo trimestre sono stati pari a 15,36 milioni di euro.
- I costi operativi dei primi nove mesi dell'anno sono stati pari a 59,71 milioni di euro, in calo del 6,9% rispetto allo stesso periodo del 2014, ciò come diretta conseguenza delle azioni di contenimento e risparmio intraprese nel corso del 2015, oltre ai minori costi determinati dall'uscita dal perimetro del canale Class TV. I costi operativi del terzo trimestre 2014 hanno beneficiato di importanti risparmi conseguiti grazie alla definizione di numerosi accordi di saldo e stralcio con alcuni fornitori e perfezionati nel corso del secondo semestre del 2014, quantificabili in circa 1,3 milioni di euro. Escludendo tali risparmi, la riduzione dei costi operativi

dei primi nove mesi del 2015 sale all'8,7%. I costi operativi del solo terzo trimestre sono scesi del 3,3% e al lordo degli effetti degli accordi citati in precedenza la diminuzione è del 9,3%.

- Il margine operativo lordo (Ebitda) registra un recupero del 15,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il recupero sale al 29,2% (-5,48 milioni contro -7,74 milioni del 2014) per gli effetti nel 2014 degli accordi di saldo e stralcio di cui si è detto in precedenza. L'Ebitda del solo terzo trimestre, non considerando gli effetti descritti in precedenza, è migliorato dell'11,5% (-3,12 milioni contro i -3,52 milioni del 2014).
- Il risultato operativo (Ebit) dei primi nove mesi del 2015 mostra un saldo negativo pari a 11,90 milioni di euro. Nei primi nove mesi del 2014 erano stati contabilizzati gli effetti di accordi di saldo e stralcio per un milione di euro riferiti ad anni precedenti. Pertanto, escludendo tali effetti, l'Ebit dei nove mesi 2015 mostra un recupero del 12,9% sul 2014. L'Ebit del terzo trimestre 2015 mostra un saldo negativo pari a 5,71 milioni di euro. Escludendo gli effetti di cui si è detto in precedenza, l'Ebit mostra un miglioramento di circa l'1,1% rispetto al 2014.
- Gli oneri finanziari netti sono pari a 2,66 milioni contro 3,35 milioni nel corrispondente periodo del 2014; la riduzione è principalmente dovuta al minor fabbisogno finanziario del periodo.
- Il risultato netto di gruppo dei nove mesi 2015, dopo gli interessi di terzi, è negativo per 14,71 milioni di euro, rispetto ai -15,35 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente. Escludendo gli effetti indicati in precedenza, il risultato netto dei primi nove mesi del 2015 è migliorato del 16,6%.
- Il risultato netto di gruppo del terzo trimestre è negativo per 6,54 milioni di euro. Escludendo gli effetti ricordati in precedenza, il miglioramento è del 4,5%.

## **PRINCIPALI EVENTI ECONOMICO-FINANZIARI DEI PRIMI NOVE MESI DEL 2015**

I dati di Nielsen relativi al mercato della pubblicità comprensivo di tutti i media nei primi nove mesi del 2015 evidenziano un calo dell'1,6% rispetto al 2014. Il settore dei quotidiani ha chiuso con una flessione del 7,3%. In negativo anche i periodici (-3,9%). I risultati più brillanti sono per la radio, +10% e per l'out of home Tv (OOH) che ha

registrato un +9,5%. La TV è in regresso dell'1,6% e Internet (display e video) ha registrato una flessione dell'1,3%.

La raccolta pubblicitaria in Italia della Casa editrice nei primi nove mesi del 2015, a parità di perimetro e al netto di eventi speciali non ricorrenti, ha segnato una crescita del 3,9%. Buona la raccolta della Moving TV e in crescita anche il fatturato dei canali TV, in primis Class CNBC che ha accelerato in settembre, portando ad un incremento del 25,9% della raccolta del settore tv a perimetro omogeneo (senza Class TV).

I periodici della Casa editrice hanno realizzato una raccolta pubblicitaria a perimetro omogeneo in diminuzione dello 0,16% rispetto allo stesso periodo del 2014 e in crescita del 3,6% a perimetro non omogeneo. Nello stesso periodo il mercato italiano ha registrato una flessione del 3,9% (fonte Nielsen). I quotidiani hanno registrato una contrazione (-3,5% al netto di eventi speciali quali MF25) nell'ambito di un trend di mercato assai più negativo (-7,3%). Iniziative speciali come MF25 sono previste entro la fine dell'anno corrente.

Nei primi nove mesi del 2015 i dati di traffico sui siti web della Casa editrice hanno registrato una significativa crescita soprattutto sui dispositivi mobili, grazie al successo riscontrato dal sito di MF/Milano Finanza. I dati di traffico mensile dei siti della Casa editrice nel terzo trimestre 2015, misurato in termini di pagine viste su pc e dispositivi mobili, mostrano una forte crescita (+15%), in controtendenza con la media del mercato in netto calo (-11%), attestandosi a 22,9 milioni di pagine contro i 19,9 milioni del terzo trimestre 2014, e con un picco di 26,5 milioni a luglio 2015. In decisa crescita (+8,1%), e meglio della media del mercato pressoché stabile (+0,6%) anche gli utenti unici mensili, pari a 1,19 milioni contro gli 1,1 milioni del terzo trimestre 2014, con un picco a settembre 2015 quando sono arrivati a 1,21 milioni (fonte AudiWeb). Il numero di lettori che seguono in tempo reale le notizie dei siti attraverso Twitter ha superato le 87 mila unità per MF-Milano Finanza e le 29 mila unità per la collegata Italia Oggi. Per quanto riguarda le diffusioni cartacee e digitali delle testate, MF/Milano Finanza ha registrato nei primi nove mesi una diffusione media di circa 73 mila copie (70 mila la media del 2014), Class di oltre 40 mila copie (54 mila la media del 2014), Capital di oltre 43 mila copie (56 mila la media del 2014).

Tra gli eventi dei primi nove mesi dell'anno 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 cinese (e non solo) di comunicazione nonché social network, e-commerce, video, musica e Crm (customer relationship management), che consente di gestire dall'Italia il rapporto con clienti potenziali in Cina seguendone il profilo;
- 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 è rappresentato da 94.406.358 azioni. L'assemblea ha anche deliberato l'introduzione delle azioni a voto maggiorato. In data 4 giugno 2015 si è conclusa l'operazione di raggruppamento delle azioni Class (1 nuova azione ordinaria ogni 3 azioni ordinarie possedute), con contestuale eliminazione del valore nominale delle stesse;
- in occasione del Salone del Mobile, a metà aprile, è stata lanciata la nuova edizione del mensile *Case & Country, interni oltre il giardino*, 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%, per la testata digitale GotoItaly, 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;
- nei primi nove mesi dell'anno sono state realizzate cinque edizioni (a Milano, Monza, Firenze, e per la prima volta a Napoli e Rimini) del Salone dello Studente, la manifestazione della Casa editrice nel settore della informazione diretta al mondo dei giovani, con un'affluenza complessiva di circa 100 mila studenti;

- Nel corso del mese di luglio Class Editori ha avviato, attraverso la controllata CCeC specializzata nell'e-commerce, la spedizione dei primi prodotti alimentari italiani destinati alla piattaforma cinese CCIG Mall, con la quale la Casa editrice ha il rapporto di main supplier per il settore food e di main agent per fashion, accessori e design. La prima spedizione ha il valore di circa 1 milione di euro e fa parte di un contratto di acquisti per un minimo di 10 milioni di euro all'anno per quattro anni.

### I ricavi del periodo sono così suddivisi:

(€/milioni)	30/09/2014	30/09/2015	Variaz. %	Variaz. %*
Ricavi copie ed abbonamenti	21,52	20,18	(6,2)	(6,2)
Ricavi pubblicitari Italia ed estero	30,38	28,24	(7,1)	2,8
Altri ricavi	5,79	5,82	0,5	0,5
<b>Totale Ricavi</b>	<b>57,69</b>	<b>54,23</b>	<b>(6,0)</b>	<b>(1,0)</b>

\* variazione percentuale al netto dei ricavi relativi alla raccolta pubblicitaria del canale Class Tv e dell'evento MF 25

I ricavi comprensivi della raccolta della pubblicità della concessionaria e di altre iniziative poste in essere direttamente dalla Casa editrice in Italia ed all'estero, segnano una diminuzione del 7,1% rispetto allo stesso periodo dello scorso esercizio. Al netto degli elementi di discontinuità ricordati in precedenza, il saldo è in crescita rispetto ai primi nove mesi del 2014.

Gli altri ricavi comprendono principalmente, oltre a quelli non riconducibili alle altre categorie, i riaddebiti di costi fatti alle società collegate per i servizi ad esse prestati ed i ricavi di competenza del periodo (circa 374 mila euro) della controllata CCeC specializzata nell'e-commerce. Tale ricavo fa parte dell'ordine complessivo pari a circa 1 milione di euro stipulato nel corso del mese di luglio ed i cui effetti complessivi saranno rilevati nel corso dei restanti mesi del 2015.



## SITUAZIONE FINANZIARIA

La situazione finanziaria al 30 settembre 2015 si presenta come segue:

€ (migliaia)	31/12/2014	30/09/2015
Indebitamento finanziario netto a medio/lungo termine	(2.897)	(178)
Indebitamento finanziario netto a breve termine/disponibilità monetarie nette a breve	(60.332)	(65.812)
<i>Di cui:</i>		
<i>Debiti finanziari</i>	(77.762)	(79.556)
<i>Disponibilità e crediti finanziari</i>	14.880	13.194
<i>Titoli</i>	2.550	550
<b>Posizione finanziaria netta: indebitamento netto/disponibilità nette</b>	<b>(63.229)</b>	<b>(65.990)</b>

La posizione finanziaria netta della Casa editrice evidenziata nel prospetto presenta alla data del 30 settembre 2015 un indebitamento netto pari a 65,99 milioni di euro, rispetto ai 63,23 milioni al 31 dicembre 2014.

La variazione è principalmente determinata, oltre che dal risultato del periodo, dall'utilizzo delle risorse rivenienti dalla cessione del canale Class TV per il pagamento dei debiti verso fornitori con i quali durante l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2014 erano stati definiti dei piani di rientro. Inoltre nel corso dei primi nove mesi del 2015 la Casa editrice ha effettuato investimenti nelle aree delle attività digitali necessari per un ulteriore sviluppo del business, ed effettuato pagamenti delle rate di mutuo scadute nei primi nove mesi del 2015.

I debiti finanziari non correnti includono un finanziamento contratto dalla controllata Assinform con banca Carige, con scadenza 2017, il cui ammontare con scadenza oltre i 12 mesi è pari a 178 mila euro. È altresì incluso un mutuo di 3 anni, con scadenza agosto 2016, per originari 6 milioni di euro contratto con la Banca Popolare dell'Emilia Romagna, che ha rifinanziato linee di breve termine per lo stesso importo (debito residuo alla data del 30 settembre pari a 3,49 milioni di euro). I debiti finanziari correnti includono, oltre alle linee di cassa e conto corrente, i finanziamenti stand-by, linee di



finanziamento di denaro caldo e le quote a breve termine dei suddetti finanziamenti. Nell'ambito dei debiti finanziari correnti è altresì incluso il residuo debito del finanziamento agevolato contratto da Class Editori con Centrobanca con scadenza 31 dicembre 2015, pari a circa 14 mila euro.

Le disponibilità sono impiegate in un conto di liquidità remunerato a condizioni di mercato.

## PERSONALE

Media del periodo

	31/12/2014	30/09/2015	Variazione assoluta
Dirigenti	10	10	-
Giornalisti e FRT	141	136	(5)
Impiegati	161	155	(6)
<b>Totale</b>	<b>312</b>	<b>301</b>	<b>(11)</b>

È proseguito nel corso del 2015 il programma di contenimento e di riduzione degli organici, ove possibile, nelle aree meno produttive e il ricorso agli ammortizzatori sociali.

In particolare le manovre incisive finalizzate alla riduzione e alla razionalizzazione dei costi del personale, in considerazione dell'aggravarsi della crisi, hanno portato la Casa editrice a rinnovare per ulteriori 24 mesi gli accordi di solidarietà attivi per il personale delle testate MF/Milano Finanza e Class incrementando la riduzione dell'orario di lavoro del personale coinvolto. Nello specifico per la testata Class la riduzione dell'orario di lavoro è salita dal 30% al 60%, per la testata MF/Milano Finanza e per la testata della partecipata Italia Oggi dal 25% al 35%.

Per la testata Capital, terminati i 24 mesi di cassa integrazione guadagni straordinaria è stato attivato un contratto di solidarietà della durata di 24 mesi che prevede la riduzione dell'orario di lavoro per il personale della testata periodica in misura pari al 33%.

Contestualmente le manovre di ulteriore riduzione dei costi del personale sono proseguite anche per il personale delle testate periodiche Ladies, Case&Country e Gentleman per le quali sono state condotte le procedure di Cassa integrazione presso

l'Agenzia Regionale Istruzione Formazione e Lavoro di Regione Lombardia e che prevedono a partire dal 14 settembre 2015 l'attivazione della cassa integrazione guadagni straordinaria a rotazione per un periodo di 24 mesi con riduzione dell'orario di lavoro del 60%. I significativi risparmi di tutti questi accordi dispiegheranno i loro effetti nel secondo semestre e negli esercizi 2016 e 2017.

Per le altre società del gruppo non ancora interessate dagli ammortizzatori sociali, è rimasto attivo il piano di contribuzione volontaria "Cooperazione e Solidarietà" che prevede un contributo volontario da parte dei dipendenti pari al 10% della retribuzione.

I contratti di apprendistato della Casa editrice al 30 settembre 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 e Via C. Colombo, 456

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 30 settembre 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 2015 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 30 settembre 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 di</u> <u>Proprietà</u>
- Milano Finanza Editori Spa	88,827 %
e società controllate:	
- MF Servizi Editoriali Srl	99,00 %
- MF Editori Srl	100,00 %
- Lombard Editori Srl	50,10 %
- Class Digital Service Srl	68,75 %
e società controllate:	
- PMF News Editori Spa	100,00 %
- E-Class Spa	100,00 %
- Campus Editori Srl	70,00 %
- MF Service Srl	75,01 %
e società controllate:	
- CHTV Srl	100,00 %
- Edis Srl	99,50 %
- MF Conference Srl	51,00 %
- DP Analisi Finanziaria Srl In liquidazione	94,73 %
- EX.CO Srl In Liquidazione	100,00 %
- Class Editori Service Srl In Liquidazione	100,00 %
- Class TV Service Srl	100,00 %
- Classpi Spa	76,00 %
- 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	93,531 %
- Country Class Editori Srl	100,00 %
- Fashion Work Business Club Srl	100,00 %
- Assinform/Dal Cin Editore Srl	100,00 %
- I Love Italia Srl In Liquidazione	51,00 %
- Class Meteo Services Srl In Liquidazione	100,00 %
- TV Moda Srl	51,00 %
- Classint Advertising Srl In Liquidazione	100,00 %
- Class Servizi Televisivi Srl	100,00 %
- New Satellite Radio Srl	100,00 %
- Aldebaran Srl	100,00 %
- Class China eCommerce Srl (2)	50,00 %

- (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.

### **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 %
- Embrace.it Srl	50,00 %
- Wetobusiness Srl	12,16 %

Nel periodo corso dell'esercizio si segnalano i seguenti eventi relativi alle partecipazioni in società controllate e collegate:

- nel 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;
- nel corso dei primi nove mesi 2015, nel contesto del riassetto organizzativo della Casa editrice e nell'ottica di una maggiore razionalizzazione delle risorse e della struttura, è stato avviato il progetto di fusione per incorporazione tra le società MF Service Srl e CHTV Srl;
- nel mese di luglio, Class Editori ha acquistato il residuo 5% della partecipazione nella società Assinform Dal Cin Srl, portando la propria quota di possesso al 100%;
- la partecipazione nella società Telesia Spa è passata dall'85,62% al 93,53%;
- sempre nel mese di luglio, Class Editori ha sottoscritto un aumento di capitale nella società Wetobusiness Srl, acquisendo il 12,16% del capitale della società.

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

## **PRINCIPALI EVENTI SUCCESSIVI AI PRIMI NOVE MESI**

Il padiglione dell'Angola è stato il vincitore del primo premio assoluto dei Class Expo Pavillion Heritage Awards, consegnati il 30 ottobre al termine dei sei mesi di Expo nel corso di una cerimonia presso Unicredit Pavillion. Class Expo Pavillion Heritage Awards, organizzati da Class Editori con Laureate International Universities, il network che comprende 80 università in 29 paesi, e l'Associazione mondiale degli Agronomi, con il sostegno di IBM, sono stati dedicati ai padiglioni e ai cluster che meglio hanno saputo interpretare e comunicare il tema dell'esposizione universale e soprattutto lasciano una vera eredità alle prossime generazioni.

## **EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE**

Nel corso dei primi nove mesi del 2015 la Casa editrice ha ridotto significativamente le perdite operative rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, grazie alle azioni di riduzione dei costi già implementate e alle quali seguiranno gli effetti delle misure riguardanti tutti i settori incluso il costo del lavoro. A ciò va aggiunta la scelta di investire in maniera consistente nei settori del futuro, come il digitale e l'e-commerce. Nonostante le incertezze che ancora caratterizzano il mercato pubblicitario, la Casa editrice ha pianificato per la restante parte dell'anno iniziative editoriali i cui ricavi, dovrebbero permettere di recuperare nel corso dell'anno i livelli di fatturato dell'anno precedente, quando il perimetro era più ampio.

P. il Consiglio di Amministrazione

Il Vice Presidente

*Paolo Panerai*

**CLASS EDITORI Spa e società controllate**  
**Resoconto Intermedio di Gestione**  
**01/01/2015- 30/09/2015**  
**Dati economici consolidati**  
*(in migliaia di euro)*

Euro/000	30/09/14	30/09/15	Variaz. (%)	Variaz.* (%)
Ricavi di vendita	54.177	50.939	(6,0)	(0,6)
Altri Ricavi e proventi	3.513	3.295	(6,2)	(6,2)
<b>Totale Ricavi</b>	<b>57.690</b>	<b>54.234</b>	<b>(6,0)</b>	<b>(1,0)</b>
Costi Operativi	(64.159)	(59.711)	(6,9)	(8,7)
<b>Margine Operativo Lordo (Ebitda)</b>	<b>(6.469)</b>	<b>(5.477)</b>	<b>15,3</b>	<b>29,2</b>
Proventi / (Oneri) non ordinari	1.038	(528)	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Ammortamenti e svalutazioni	(5.938)	(5.896)	(0,7)	(0,7)
<b>Risultato Operativo (Ebit)</b>	<b>(11.369)</b>	<b>(11.901)</b>	<b>(4,7)</b>	<b>12,9</b>
Proventi e oneri finanziari netti	(3.351)	(2.664)	20,5	20,5
<b>Risultato Netto del periodo</b>	<b>(14.720)</b>	<b>(14.565)</b>	<b>1,1</b>	<b>14,4</b>
(Utile)/Perdita di competenza di terzi	(625)	(149)	76,2	76,2
<b>Risultato del periodo di competenza del gruppo</b>	<b>(15.345)</b>	<b>(14.714)</b>	<b>4,1</b>	<b>16,6</b>

(\*) Variazioni dei nove mesi 2015/14 a perimetro omogeneo e al netto di operazioni speciali per i ricavi (cessione del canale Class TV e iniziativa editoriale MF25). Per i costi e per i margini, le variazioni escludono gli effetti positivi delle operazioni di saldo e stralcio verificatesi nei primi nove mesi del 2014.



**CLASS EDITORI Spa e società controllate**  
**Resoconto Intermedio di gestione**  
**01/07/2015- 30/09/2015**  
**Dati economici consolidati**  
*(in migliaia di euro)*

<i>€uro/000</i>	<b>III Trimestre 2014</b>	<b>III Trimestre 2015</b>	<b>Variaz. (%)</b>	<b>Variaz.* (%)</b>
Ricavi di vendita	15.564	14.881	(4,4)	(0,8)
Altri Ricavi e proventi	1.280	480	(62,5)	(62,5)
<b>Totale Ricavi</b>	<b>16.844</b>	<b>15.361</b>	<b>(8,8)</b>	<b>(5,7)</b>
Costi Operativi	(19.100)	(18.478)	(3,3)	(9,3)
<b>Margine Operativo Lordo (Ebitda)</b>	<b>(2.256)</b>	<b>(3.117)</b>	<b>(38,2)</b>	<b>11,5</b>
Proventi / (Oneri) non ordinari	512	(424)	<i>n.s.</i>	(17,3)
Ammortamenti e svalutazioni	(1.736)	(2.168)	24,9	24,9
<b>Risultato Operativo (Ebit)</b>	<b>(3.480)</b>	<b>(5.709)</b>	<b>(64,1)</b>	<b>1,1</b>
Proventi e oneri finanziari netti	(1.026)	(855)	16,7	16,7
<b>Risultato Netto del periodo</b>	<b>(4.506)</b>	<b>(6.564)</b>	<b>(45,7)</b>	<b>3,4</b>
(Utile)/Perdita di competenza di terzi	(49)	27	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
<b>Risultato del periodo di competenza del gruppo</b>	<b>(4.555)</b>	<b>(6.537)</b>	<b>(43,5)</b>	<b>4,5</b>

(\*) Variazioni del terzo trimestre 2015/14 a perimetro omogeneo e al netto di operazioni speciali per i ricavi (cessione del canale Class TV e iniziativa editoriale MF25). Per i costi e per i margini, le variazioni escludono gli effetti positivi delle operazioni di saldo e stralcio verificatesi nel terzo trimestre del 2014.

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

*Il sottoscritto Gianluca Fagiolo, dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Class Editori S.p.A., attesta in conformità a quanto previsto dal secondo comma dell'art. 154-bis del "Testo unico delle disposizioni in materia delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria" che l'informativa contabile contenuta nel resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2015 di Class Editori S.p.A. corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili..*

Milano, 13 novembre 2015

Il Dirigente Preposto

***Gianluca Fagiolo***