



Il Consiglio di amministrazione esercita la delega per aumentare il capitale ex. art. 2443

Milano, 27 aprile 2017

Il Consiglio di Amministrazione di Class Editori, nel corso della riunione straordinaria del 27 aprile 2017, ha utilizzato la delega conferitagli dall'Assemblea del 27 aprile 2012 che attribuisce al Consiglio di amministrazione stesso, ai sensi dell'articolo 2443, primo comma, secondo periodo del Codice Civile, la facoltà di aumentare a pagamento il capitale sociale, in una o più volte, entro il termine massimo di cinque anni dalla data della delibera medesima, per un importo massimo pari al 10% del capitale alla data di detta delibera, e così per un importo massimo di Euro 1.056.075,10 mediante emissione di massimo n. 3.520.250 azioni di categoria A, prive di indicazione del valore nominale con esclusione del diritto di opzione ai sensi dei commi IV (conferimenti in natura) e V (interesse della società) dell'art. 2441 C.C.

Il Consiglio ha così deliberato di aumentare a pagamento il capitale sociale da euro 28.321.907,40 ad euro 29.377.982,50 e così per massimi euro 1.056.075,10 mediante emissione di n. 3.520.250 azioni ordinarie di categoria A, pari al 3,6% della Società, al valore di 0,98 ciascuna, con un sovrapprezzo pari a Euro 2.402.532,9, da sottoscrivere da parte della PP Editore Srl, che in cambio conferisce n. 120.000 azioni della società Class Pubblicità S.p.A pari al 18,35% del capitale, consentendo a Class Editori di acquisire direttamente e indirettamente il 100% di Class Pubblicità.

Il Consiglio di amministrazione, nel fissare i termini del conferimento, ha seguito tutte le opportune procedure volte a tutelare l'integrità del capitale sociale dell'Emittente e l'interesse degli azionisti a fronte dell'esclusione del loro diritto d'opzione. La partecipazione conferita è stata oggetto di valutazione di stima redatta, ai sensi dell'art. 2343 *ter* C.C. da esperto indipendente, la PKF Corporate Finance Srl. La Società di revisione ha rilasciato il parere di congruità sul prezzo di emissione previsto dallo Statuto dal Codice Civile e dal Tuf. Trattandosi di operazione con Parte correlata, il Comitato per le operazioni con Parti Correlate ha espresso parere favorevole all'operazione.

Le 3.520.250 azioni sono emesse al valore di 0,98 euro per azione, pari alla media dei corsi rettificati del titolo Class Editori degli ultimi nove anni. Questo valore per azione si confronta con il valore patrimoniale consolidato al bilancio 2015 di 0,45 euro per azione; il valore patrimoniale consolidato contenuto nel progetto di bilancio 2016 approvato dal Consiglio di Amministrazione lo scorso 21 aprile, pari a 0,27 euro; il corso di borsa del 25 aprile 2017 dell'azione pari a 0,37 euro; un valore della media del titolo a sei mesi di 0,38, a nove mesi pari a 0,37 e a 12 mesi pari a 0,38 euro.



Motivazioni dell'operazione

E' sotto gli occhi di tutti il trend che sta avendo il mercato della pubblicità in Italia, ma in realtà in tutto il mondo. Non solo riduzione degli investimenti, specialmente nei paesi dove l'economia non cresce o cresce pochissimo come in Italia, ma anche profonda trasformazione dei processi di investimento (per esempio attraverso il così detto sistema Programmatic buying) e di passaggio dai media tradizionali a quelli digitali. In questo quadro stanno già avvenendo e avverranno sempre di più integrazioni e scambi azionari, fra concessionarie, sia per concentrare l'offerta sia per acquisire professionalità.

Un esempio significativo, nel processo di quotazione di Telesia spa all'AIM, è stata la richiesta del mercato che la stessa Telesia, come nuovo media che unisce le caratteristiche della Tv a quelle del mezzo che può attuare il programmatic buying, potesse avere una partecipazione diretta nella società che da sempre raccoglie la sua pubblicità, Classpi, e dall'altra parte l'interesse di Classpi di mantenere un mezzo che va verso la modernità e consente di adeguare le professionalità e le metodologie moderne del settore. Class Editori intende perseguire tutte le strade che possono portare a un'integrazione produttiva per la casa editrice con altre realtà complementari nel settore della raccolta pubblicitaria, soprattutto nel mondo della GO TV, segmento che (grazie al fattivo impegno di Class Editori e della FCP, la Federazione delle concessionarie) è passato dall'essere medium complementare del mondo dell'affissione a medium televisivo del day time in movimento. Ciò consente di entrare nel segmento della raccolta televisiva, di gran lunga preponderante nel mercato italiano, dove nel 2016 ha raccolto il 60% del totale degli investimenti pubblicitari. L'ingresso di Telesia in Classpi, che storicamente è nata come joint venture con la Spi fino a quando questa è stata operativa sul mercato e poi ha visto, necessariamente, rilevare la quota della stessa Spi da privati, non avendo allora Class Editori i mezzi per acquisire il 49%, ha determinato una riduzione del controllo da parte di Class Editori vicino al 51%. Con questa riduzione si sono ridotte le possibilità di Class Editori di proporre o accogliere partnership come quella conclusa con Telesia. Si è quindi posta l'opportunità di rilevare la quota di minoranza (18,35%) ancora in possesso a terzi. E' così stata verificata la disponibilità del detentore della quota PPEditore srl, a cedere ma avendo la possibilità di beneficiare sia pure indirettamente della valorizzazione che altre partnership possono determinare in Class Editori.

Per ulteriori informazioni si prega di contattare:

Class Editori

Gian Marco Giura

Comunicazione/Investor Relations

Tel: 02-58219395

E-mail: gmggiura@class.it