

Editoria. Risultato semestrale di 31,5 milioni - In aumento i ricavi pubblicitari(+3,6%)

Per il Gruppo l'Espresso utili in crescita del 10,1%

Il titolo cede il 3% a Piazza Affari: conti in linea con le attese

Simone Filippetti

Esattamente un anno fa, l'Espresso brindava a un semestre in utile, il primo dopo la recessione del 2009. Oggi, nonostante l'economia non si sia nel frattempo ancora ripresa, può addirittura esultare per margini (+9%, a 81,5 milioni il Mol) e utili in crescita (+10% a 31,5 milioni). Sale anche la raccolta pubblicitaria, +3,6% a 274,4 milioni. Non è banale in un'industria, quella editoriale, fortemente ciclica e di nuovo finita sott'acqua, ma tuttavia alla Borsa non basta. Anzi, in una giornata di rimbalzo per Piazza Affari, l'Espresso è caduta del 3,1% (1,6 euro). «Sono numeri in linea con le attese - notava ieri l'analista di una primaria banca d'affari - ma questo evidentemente non è più sufficiente in un mercato nervoso: è il segnale che i media stanno diventando un terreno minato

per gli investitori. Rumors di mercato, però, attribuivano il brusco calo di ieri alla vendita di un grosso blocco di azioni da parte di un fondo estero.

La società editrice che, storicamente, per prima alza il velo sui conti, facendo da apripista per il settore dei media, si rivela anche una delle più in salute. A ben vedere, la salute dell'Espresso è, come ormai da diversi trimestri, più sulla parte bassa che alta del bilancio perché il fatturato rimane ancora al palo con un fiacco +2,8%, a 457 milioni, che però va spaccettato: le vendite di quotidiani e periodici sono ferme (-0,7%). Vuol dire che non c'è una vera ripresa sul fronte dei consumi; e che quindi la consistente redditività che l'ad Monica Mondardini ha portato a casa è tutta dovuta al taglio dei costi e alle efficienze. L'empasse sulla diffusione l'Espresso l'ha compensato con l'affitto di banda per il digitale terrestre a compagnie televisive: 13 milioni di ricavi, con un incremento di 4 milioni rispetto all'anno precedente (+45%).

Quello della raccolta pubblicitaria, al di là di marginalità e utili, è probabilmente il numero più importante e significativo

81,5 milioni

Margine operativo lordo
Il Mol del Gruppo L'Espresso è salito del 9% a 81,5 milioni nel primo semestre del 2011.

457 milioni

Il fatturato
I ricavi sono aumentati del 2,8% a 457 milioni, ma all'interno del volume d'affari restano ferme le vendite di quotidiani e periodici (-0,7%). L'incremento della redditività è quindi dovuto principalmente al contenimento dei costi e alle efficienze del gruppo. Contributo positivo anche dall'affitto di banda per il digitale terrestre (+45%).

+3,6%

La raccolta pubblicitaria
La raccolta nel semestre è aumentata del 3,6% a 274,4 milioni, ed è frutto di un positivo trend nel primo trimestre (+5%) e di un rallentamento nel secondo quarto dell'esercizio.

della semestrale. In un non partito sotto buoni auspici è crollato nei mesi primaverili, l'Espresso si muove controcorrente. Tanto più che siamo in fase in cui non solo la carta stampata (da anni in difficoltà) ma anche la tv, finora isola felice, mostra preoccupanti segni meno. Anche nel dato semestrale del gruppo, però, va fatto un distinguo: quel +3,6% è la media di un ottimo primo trimestre, quando la raccolta era balzata del 5%, e di un secondo trieste che invece ha accusato un rallentamento. Sempre meglio del mercato di riferimento (-2,8% l'Italia nella prima metà dell'anno). A livello patrimoniale, infine, miglione, anno su anno, anche l'indebitamento, sceso da 184 a 151 milioni.

Tuttavia la visibilità sui mesi a venire è praticamente bassissima e nemmeno l'Espresso riesce a sbilanciarsi più di tanto, confermando risultati in crescita, a meno di ulteriori scossoni, ma vista la gelata primaverile nella pubblicità e l'attacco sotto cui è finita l'Italia, la chiosa suona meno che mai di rito. Questo, probabilmente, ha innervosito gli investitori e messo in ombra risultati più che apprezzabili.

DIRIPRODUZIONE RISERVATA



I ricavi dei primi 6 mesi dell'anno aumentano del 2,8%. Bene "la Repubblica". Positiva la raccolta su Internet

Gruppo L'Espresso, l'utile sale del 10% cresce la pubblicità, tengono le vendite

www.ecostampa.it

MILANO—Le vendite tengono e la pubblicità cresce. In controtendenza con resto del settore media. E il gruppo L'Espresso chiude i primi sei mesi dell'anno in crescita, con la prospettiva di confermare l'andamento registrato a giugno anche a dicembre e quindi «in miglioramento rispetto all'esercizio precedente». Tra gennaio e giugno, il gruppo editoriale L'Espresso ha fatto segnare ricavi consolidati in crescita del 2,8% a 457,4 milioni di euro e risultati operativi in aumento dell'11,1% a 63 milioni. In progressione del 10,1% a 31,5 milioni l'utile netto.

Nei primi cinque mesi del 2011 gli investimenti pubblicitari di tutti i media sono complessivamente calati del 2,8 per cento, un andamento negativo che ha colpito tutti i mezzi tradizionali, dalla televisione (-2,3 per cento) alla radio (-8,4 per cento) fino alla

stampa (-5 per cento). In netta controtendenza solo Internet, che ha realizzato un incremento del +15,6%. In flessione, per quando riguarda la stampa, anche le vendite con un calo del 5,3% per i quotidiani: «Malgrado tale contesto - spiega una nota dell'azienda -, l'andamento del Gruppo Espresso è stato positivo, registrando una crescita sia del fatturato, sia dei risultati economici». La tenuta dei ricavi diffusionali (170 milioni contro i 171,2 milioni dello scorso anno) riflette l'andamento de *la Repubblica*, dei periodici e dei prodotti opzionali, mentre la diffusione dei quotidiani locali è stata più debole. Gli introiti pubblicitari sono cresciuti del 3,6 per cento a 274,4 milioni: +0,9% per la carta stampata con un andamento positivo che ha riguardato tutte le testate, grazie alle operazioni di rinnovamento realizzate su *L'Espresso* e

su alcuni quotidiani locali. Positiva l'evoluzione della raccolta su Internet (+15,5 per cento), in linea con il settore. Vivace anche l'andamento di DeeJayTv, che ha sostituito a fine 2009 All Music conseguendo una raccolta in aumento del 7,7%. Infine, la raccolta pubblicitaria radio, compresa quella di terzi, ha riportato un decremento del 5,5 per cento, inferiore al calo registrato dal mercato (-8,4 per cento). I costi operativi totali registrano un incremento dell'1,5 per cento, «interamente imputabile allo sviluppo delle edizioni digitali e della rete digitale terrestre televisiva». I costi del core business tradizionale (stampa e radio), dopo il taglio del 17 per cento realizzato al 31 dicembre 2010, mostrano un ulteriore contenimento dello 0,9 per cento. Il margine operativo lordo consolidato è pari a 81,5 milioni (+9 per cento), mentre

l'utile operativo a 63 milioni mostra una redditività del 13,8 per cento (12,7% nel primo semestre del 2010). Migliorano i risultati della stampa nazionale e prosegue l'aumento del contributo del digitale determinato dalla crescita dei ricavi, pur in presenza di maggiori costi operativi legati allo sviluppo e alla promozione dei prodotti. I quotidiani locali mantengono una redditività del 15%, nonostante una leggera flessione del risultato dovuta all'incremento dei costi operativi (l'aumento dei prezzi delle materie prime e l'estensione del full color). Per la radio la redditività resta superiore al 40%.

L'avanzo finanziario del semestre, prima della distribuzione di dividendi, è stato pari a 14 milioni (9,3 milioni nel 2010), mentre la posizione finanziaria netta consolidata (pagati 29,8 milioni di dividendi) è scesa da -135 a -150,7 milioni.

I risultati del Gruppo Espresso

In milioni di euro	1° sem. 2010	1° sem. 2011	var. % 2011/2010
Fatturato	445,1	457,4	+2,8
di cui			
diffusione	171,2	170,0	-0,7
pubblicità	264,9	274,4	+3,6
diversi	8,9	13,0	+45,0
Margine operativo lordo	74,7	81,5	+9,0
Risultato operativo	56,7	63,0	+11,1
Risultato ante imposte	51,4	55,7	+8,4
Risultato netto	28,6	31,5	+10,1

Ulteriore contenimento dei costi del "core business" tradizionale



Carlo De Benedetti, presidente del Gruppo L'Espresso, e l'ad Monica Mondardini



L'Espresso, semestre in utile per 31,5 milioni



(+10,1%). Il fatturato cresce del 2,8% a 457,4 milioni. Aumentano del 3,6% i ricavi da pubblicità (274,4 milioni), calano dello 0,7% (a 170) quelli da diffusione (nella foto il ceo della controllante Cir, Rodolfo Debenedetti)

www.ecostampa.it

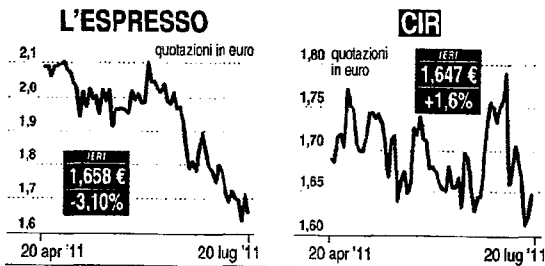


096575

La raccolta pubblicitaria sostiene la semestrale dell'Espresso. Ma il mercato bocchia i conti

■ La raccolta pubblicitaria, in controtendenza rispetto all'andamento del mercato editoriale nazionale, sostiene i conti dell'Espresso e il gruppo presenta una semestrale in miglioramento rispetto all'anno scorso. La casa editrice, presieduta da **Carlo Del Benedetti** e guidata dall'amministratore delegato **Monica Mondardini**, nella prima metà del 2011 ha registrato un fatturato di 457,4 milioni (+2,8% rispetto allo stesso periodo del 2010), sostenuto dalla crescita degli investimenti pubblicitari sulle testate (*la Repubblica*, i quotidiani locali e il settimanale *L'Espresso*), sulle emittenti televisive (*Deejay Tv* in particolare) e soprattutto sui siti internet del gruppo (274,4 milioni, +3,6%), mentre i ricavi da diffusione sono leggermente diminuiti a 170 milioni (-0,7%). In termini di marginalità, nonostante l'incremento dei costi globali (+1,5%) legato essenzialmente alle spese per lo sviluppo delle tv digitali terrestri, il margine operativo lordo è salito a 81 milioni (+9%) e il risultato operativo a 63 milioni (+11,1%), mentre l'utile netto si è assestato

a 31,5 milioni (+10,1%). Dal punto di vista patrimoniale, a fine giugno l'indebitamento della casa editrice è arrivato a 150,7 milioni dai 135 milioni di fine 2010 (era di 184 milioni nel giugno 2010) a fronte di un patrimonio netto di 546,1 milioni in lieve aumento rispetto allo stesso dato del 2010 (543,3 milioni). Numeri decisamente positivi che, però, non stati apprezzati dal mercato visto che a *Piazza Affari* il titolo dell'Espresso ha perso il 3,1% chiudendo a 1,66 euro. A trascinare al ribasso le azioni della società, si dice nelle sale operative, sarebbero state le vendite di un fondo estero. Il gruppo, che nella prima metà dell'anno ha avviato il restyling del settimanale *L'Espresso* e il programma di rinnovo editoriale di 18 quotidiani locali della *Finegil*, conta di chiudere l'esercizio 2011 con risultati in crescita per quanto riguarda tutte le principali voci di bilancio. Un miglioramento dei conti potrà derivare dalla vendita della capacità di trasmissione disponibile sui due multiplex di proprietà. Ieri infine dalla concessionaria *A. Manzoni & C* si è dimesso il vicedirettore generale **Roberto Binaghi** che ha assunto l'incarico di amministratore delegato del centro media *Mindshare*. (riproduzione riservata)



I risultati dei primi sei mesi del gruppo. Ricavi da diffusioni a -0,7%. A reddito i multiplex

Espresso, utile in crescita del 10%

Fatturato a +3% grazie alla pubblicità. Raccolta stampa: +1%

DI ANDREA SECCHI

Un fatturato in crescita del 2,8%, a 457,4 milioni di euro, e utili che riescono a salire di oltre il 10%, a 31,5 milioni. Il gruppo Espresso ha reagito bene a un momento non certo facile per l'economia e per l'editoria in generale. Nella nota che presenta i conti dei primi sei mesi del 2011, ha sottolineato che il semestre appena passato è stato caratterizzato dall'incertezza del mercato, che non c'è da aspettarsi di meglio per il resto dell'anno, ma a chiusura dell'anno il gruppo guidato da **Carlo De Benedetti** e dall'a.d. **Monica Mondardini** dovrebbe confermare i buoni risultati avuti finora, con una crescita rispetto all'anno scorso.

La performance è il risultato di andamenti diversi: da una parte i ricavi da diffusioni hanno contribuito ben poco, essendo in linea con quelli dell'anno scorso, anzi in lieve flessione (-0,7%), dall'altra, invece, la pubblicità è cresciuta del 3,6% nel consolidato, risultato che mette insieme il +0,9% della stampa di gruppo con incrementi più consistenti di internet (+15,5%) e della tv (+7,7%), seppure le cifre totali siano ben diverse.

Guardando alle singole voci, dei 457,4 milioni del fatturato 170 milioni (-0,7%) arrivano

dalle diffusioni. Nel sei mesi *Repubblica* ha sostanzialmente retto, mentre maggiori difficoltà hanno avuto i quotidiani locali, su 7 dei quali (sono 18 in tutto), però, è stato aumentato il prezzo a inizio d'anno e questo ha comunque portato benefici ai ricavi. Della pubblicità si è detto: +3,6%, a 274,4 milioni. Qui, oltre alla stampa di gruppo e a Internet, è cresciuta l'area televisiva, sostanzialmente DeeJay tv, +7,7%. La radio, invece, non ha goduto degli stessi risultati, compresa quella di terzi il calo è del 5,5%. Sta crescendo invece la voce ricavi diversi, grazie all'affitto di banda sui due multiplex del digitale terrestre: +45% a 13 milioni di euro. In pratica Espresso ha messo a reddito il secondo multiplex a partire dalla seconda metà del 2010, quello che ospita, tra gli altri, Cielo, Discovery World di Mediaset Premium e Poker Italia.

Sono proprio gli investimenti sulla rete del Dtt che hanno pesato sui costi, il cui aumento è comunque contenuto al +1,5%. Anche nel prossimo

futuro questo sarà un ambito di intervento, perché la rete dovrà essere completata nelle aree dello switch off, ancor di più se arriverà un terzo multiplex dopo la partecipazione al beauty contest. Così come nel semestre ci sono stati investimenti per le edizioni digitali. Sul core business, invece, c'è stata un'ulteriore riduzione dei costi dello 0,9%, «compensando con la riduzione strutturale dei costi gli incrementi del prezzo della carta, delle tariffe postali e le maggiori spese promozionali a sostegno dei prodotti». Ulteriori investimenti, oltre a quelli sul digitale, aspettano l'Espresso sui giornali locali, dove il gruppo ha già cominciato il rinnovamento grafico e l'introduzione del full color a partire da *Piccolo* e dal *Messaggero Veneto*.

Il risultato operativo di gruppo è cresciuto dell'11,1%, a 63 milioni di euro, e ha portato a un utile di 31,5 milioni, su del 10%. La situazione finanziaria, infine, è leggermente peggiorata, passando dai -135 milioni del 31 dicembre scorso ai -150,7 milioni del 30 giugno.

La Borsa non ha però accolto bene i conti, ieri il titolo ha chiuso a 1,658 euro in calo del 3,1%.

© Riproduzione riservata

www.ecostampa.it



**Listini
in nero**

Le prime indiscrezioni di un accordo finale sulla Grecia, che potrebbe essere raggiunto dalla riunione dell'Eurogruppo in agenda per oggi, hanno spinto al rialzo i listini europei. Milano è stata tra le migliori piazze europee, grazie agli acquisti sui bancari e al raffreddamento dello spread sul decennale Btp-Bund, sceso ieri sotto i 290 punti base. Non hanno influito i dati sulla fiducia dei consumatori europei in luglio; secondo la stima flash di Eurostat, il dato è sceso a -11,4 nella zona Euro (da -10,3 in giugno). Nell'Ue a 27, invece, l'indicatore della fiducia è sceso da -1,5 in giugno a -12,5 in luglio.

Il Ftse Mib ha registrato un +3,04% a 18.784 punti, il Ftse All share un +2,8% a 22.024 punti, il Ftse Mid cap un +2,31%, il Ftse Star un +0,67%. Hanno archiviato la seduta in nero anche l'Ibex (+3,06%), il Cac40 (+1,61%), il Ftse 100 (+1,1%) e il Dax (+0,4%). Dopo un avvio incerto, i listini americani si sono ripresi, per poi calare di nuovo, nonostante i dati macro pubblicati ieri, e i conti trimestrali di molte società, soprattutto tecnologiche, migliori delle previsioni. Nella settimana al 15 luglio l'indice che misura il volume delle richieste di mutui negli Stati Uniti si è attestato a 556 punti, rispetto alla settimana precedente (481,3 punti); le richieste settimanali di mutui sono salite del 15,5%, ai massimi da 4 mesi; al contrario, la vendita di case esistenti

Continua a pagina 40

a giugno è scesa dello 0,8% mensile, al tasso di 4,77 milioni di unità, il minimo da novembre. Gli analisti si aspettavamo un incremento del 2,9%. A metà seduta, a New York, il Dow Jones segnava un -0,11%, l'S&P 500 un -0,58%.

A Milano, si è registrata una giornata di acquisti per Fonsai (+9,27%) che ha regi-

strato la migliore performance tra le blue chip. In nero Intesa Sanpaolo (+6,61%), a metà seduta, a 98,93 dollari al barile, contro i 118,33 dollari del Brent a Londra.

© Riproduzione riservata

Denaro su Fiat (+5,23% a 7,24 euro). Goldman Sachs ha inserito il titolo del Lingotto nella propria Pan-Europe conviction buy list, sostenendo che l'azione «offre una combinazione unica di creazione di valore strutturale e operativa». Positive anche Exor (+2,2%) e Fiat industrial (+0,59%).

In luce Mediaset (+3,46% a 3,112 euro) che ha incassato l'incremento del rating a buy da neutral e la conferma del target price a 3,5 euro da parte di Ubs. In merito al progetto di integrazione industriale nel settore delle torri di broadcasting e telefonia, Dmt (-1,63%) ha smentito quanto emerso dagli articoli di stampa circa il raggiungimento delle negoziazioni con il gruppo di Cologno Monzese. Sul Ftse Mid cap, L'Espresso ha registrato un -3,01% dopo una prima parte di seduta tonica. Il gruppo presieduto da **Carlo De Benedetti** ha presentato i conti trimestrali registrando un utile netto in crescita a 31,5 mln euro (+10,1%), un ebit di 63 mln (+11,1%) e un ebitda di 81,5 mln (+9%). Deboli Piaggio (-1,41%) e Gemina (-1,5%). Rcs ha invertito la rotta sul finire di seduta con un rialzo del 3,23%. Secondo la stampa, il gruppo potrebbe attuare un altro taglio dei costi (per 1 mld di euro) per far fronte ai deboli trend del business spagnolo. In nero Creval (+6,14%), Banca Carige (+6,1%), Safilo (+4,74%), Banca popolare di Sondrio (+5,39%) e popolare Emilia Romagna (+4,8%). Sul resto del listino denaro su Kerself (+7,01%), Cobra (+9,5%) e Molmed (+8,15%).

Quanto all'euro, ha chiuso a 1,4198 sul dollaro, dopo aver toccato un massimo di 1,4240 dollari. Poi è lievemente sceso, sotto quota 1,419. Euro-yen a 111,95, dollaro-yen a 78,87.

Infine il petrolio, in parte influenzato dal dato sulle scorte settimanali in Usa, scese di 3,73 milioni di bari-

li a 351,73 milioni. Il Wti a New York, passava di mano, a metà seduta, a 98,93 dollari al barile, contro i 118,33 dollari del Brent a Londra.

Mercati
Finanza
Grecia, oggi la Ue decide
Accordo possibile dopo incontro Sarkozy-Strauss-Kahn
L'Espresso

Beneventure capital
Sviluppo d'impresa
Investimenti a +30% nel 2010 grazie alle reti
L'Espresso

BILANCI SEMESTRALE

Espresso, conti ok Giù il titolo

Pollice verso del mercato alla semestrale del gruppo Espresso nonostante utili e raccolta in netto progresso. La società editrice della famiglia **De Benedetti** ha chiuso la prima metà dell'anno con profitti in crescita del 10,1% a 31,5 milioni di euro, ricavi in aumento del 2,8% a 457,4 milioni, con il fatturato pubblicitario in progresso del 3,6%, mentre quello da diffusione è calato dello 0,7 per cento. Il margine operativo lordo consolidato si è attestato a quota a 81,5 milioni, in aumento del 9% rispetto ai 74,7 milioni del primo semestre 2010. L'avanzo finanziario del semestre, prima della distribuzione di dividendi, è stato di 14 milioni (9,3 milioni nel 2010) e l'indebitamento dopo i dividendi per 29,8 milioni, è salito di 15,7 milioni a quota 150,7 milioni. «Il perdurare della debole crescita dell'economia e l'incertezza circa le prospettive macroeconomiche - ha commentato il gruppo - non consentono, allo stato, di prevedere per il secondo semestre andamenti di mercato significativamente diversi da quelli attuali». Intanto ieri la Borsa ha colpito con forti vendite il titolo che ha chiuso in calo del 3,1% a 1,65 euro.



L'Espresso migliora l'utile e i ricavi

■ Il Gruppo Editoriale L'Espresso archivia il primo semestre 2011 con un utile netto in crescita del 10,1%, a 31,5 milioni di euro e ricavi in aumento del 2,8% a 457,4 milioni. Il risultato operativo ha registrato una crescita dell'11,1%, a 63 milioni di euro. Il perdurare della debole crescita dell'economia e l'incertezza circa le prospettive macroeconomiche «non consentono di prevedere per il secondo semestre andamenti di mercato significativamente diversi da quelli attuali».



► **DEBENEDETTI** Il gruppo LE-spresso chiude il primo semestre 2011 con un utile netto di 31,5 milioni (+10%) rispetto allo stesso periodo 2010.



L'Espresso, crescono utile e ricavi

Approvata la semestrale del gruppo. Migliorano i conti, preoccupano le prospettive generali

► ROMA

Utile netto in crescita del 10,1%, a 31,5 milioni di euro nel primo semestre 2011 per il Gruppo editoriale L'Espresso, che ha registrato anche ricavi consolidati in crescita del 2,8% a 457,4 milioni. È quanto si legge in una nota diffusa ieri al termine del consiglio di amministrazione presieduto da **Carlo De Benedetti**. Il risultato operativo ha messo a segno un progresso dell'11,1%, a 63 milioni di euro. All'interno del fatturato, aumentano del 3,6% i ricavi generati dalla pubblicità (a 274,4 milioni) mentre sono in leggerissimo calo, dello 0,7%, quelli prodotti dalla diffusione, pari a 170 milioni di euro.

«In ogni caso - si legge nella nota - qualora non si verificasse un ulteriore deterioramento del contesto economico, si prevede che il gruppo possa confermare a fine anno andamenti del fatturato e del risultato in miglioramento sull'esercizio precedente». Rispetto all'andamento complessivo del mercato, la nota spiega che «la situazione di debole crescita dell'economia e di incertezza che ha caratterizzato l'esercizio 2010, si sta protrando anche nel 2011». E questo ha inciso sull'andamento degli investimenti pubblicitari (-2,8% nei primi 5 mesi 2011), con un andamento negativo che «ha colpito tutti i mezzi tradizionali, dalla televisione che ha registra-

to un calo del 2,3%, alla radio e alla stampa che hanno subito una flessione dell'8,4% e del 5% rispettivamente».

Nonostante questo quadro, «l'andamento del gruppo Espresso è stato positivo», afferma la nota. La divisione stampa ha riportato un incremento della raccolta dello 0,9% «malgrado le difficoltà che hanno interessato l'intero comparto (-5% a maggio)». Più in dettaglio, l'andamento positivo ha riguardato tutte le testate, da Repubblica ai quotidiani locali che mantengono una redditività del 15% anche se la diffusione è leggermente calata a causa dell'aumento del prezzo di vendita ad inizio anno su 7 delle 18 testate del

gruppo.

L'avanzo finanziario del semestre, prima della distribuzione dei dividendi, è stato pari a 14 milioni di euro, a fronte di 9,3 milioni del semestre precedente, ai quali si erano aggiunti peraltro 15 milioni di incassi per cessione di partecipazioni. Il numero dei dipendenti del gruppo, infine, è sceso a giugno a 2.752 unità, con un organico medio del periodo inferiore del 5,9% rispetto al primo semestre 2010. Nel corso dei primi sei mesi dell'anno è stata lanciata una versione totalmente rinnovata de L'Espresso ed è iniziato il programma di cambiamento anche dei quotidiani locali con interventi su grafica, colore e formati.



Carlo De Benedetti e Monica Mondardini, a.d. del gruppo L'Espresso



L'Espresso, crescono utile e ricavi

www.ecostampa.it

Nel primo semestre migliorati i conti del gruppo. Pesa l'incertezza generale

ROMA. Utile netto in crescita del 10,1% a 31,5 milioni di euro nel primo semestre 2011 per il Gruppo editoriale L'Espresso, che ha registrato anche ricavi consolidati in crescita del 2,8% a 457,4 milioni. È quanto si legge in una nota diffusa ieri al termine del cda presieduto da **Carlo De Benedetti**. Il risultato operativo ha messo a segno un progresso dell'11,1%, a 63 milioni di euro.

All'interno del fatturato, aumentano del 3,6% i ricavi generati dalla pubblicità (a 274,4 milioni) mentre sono in leggerissimo calo, dello 0,7%, quelli prodotti dalla diffusione, pari a 170 milioni di euro. «In ogni caso - si legge nella nota - qualora non si verificasse un ulteriore deterioramento del contesto economico, si prevede che il gruppo possa confermare a fine anno andamenti del fatturato e del risultato in miglioramento sul 2010». Rispetto all'andamento complessivo del merca-

to, la nota spiega che «la situazione di debole crescita dell'economia e di incertezza che ha caratterizzato il 2010, si sta protraendo anche nel 2011». E questo ha inciso sull'andamento degli investimenti pubblicitari (-2,8% nei primi 5 mesi 2011), con un andamento negativo che «ha colpito tutti i mezzi tradizionali, dalla televisione (-2,3%), alla radio e alla stampa che hanno subito una flessione dell'8,4% e del 5%».

Nonostante questo quadro, «l'andamento del gruppo

Espresso è stato positivo», afferma la nota. La divisione stampa ha riportato un incremento della raccolta dello 0,9% «malgrado le difficoltà che hanno interessato l'intero comparto (-5% a maggio)». Più in dettaglio, l'andamento positivo ha riguardato tutte le testate, da Repubblica ai quotidiani locali che mantengono una redditività del 15% anche se la diffusione è leggermente calata a causa dell'aumento del prezzo di vendita ad inizio anno su 7 delle 18

testate del gruppo.

L'avanzo finanziario del semestre, prima della distribuzione dei dividendi, è stato pari a 14 milioni di euro, a fronte di 9,3 milioni del semestre precedente, ai quali si erano aggiunti 15 milioni di incassi per cessione di partecipazioni. Il numero dei dipendenti del gruppo, infine, è sceso a giugno a 2.752 unità. Nel corso del primo semestre 2011 è stata lanciata una versione totalmente rinnovata de L'Espresso ed è iniziato il piano di cambiamento anche dei quotidiani locali con interventi su grafica, colore e formati.



Carlo De Benedetti e **Monica Mondardini**, a.d. del Gruppo L'Espresso



L'Espresso, crescono utile e ricavi

Approvata la semestrale del gruppo. Migliorano i conti, preoccupano le prospettive generali

ROMA

Utile netto in crescita del 10,1%, a 31,5 milioni di euro nel primo semestre 2011 per il Gruppo editoriale L'Espresso, che ha registrato anche ricavi consolidati in crescita del 2,8% a 457,4 milioni. È quanto si legge in una nota diffusa ieri al termine del consiglio di amministrazione presieduto da **Carlo De Benedetti**. Il risultato operativo ha messo a segno un progresso dell'11,1%, a 63 milioni di euro. All'interno del fatturato, aumentano del 3,6% i ricavi generati dalla pubblicità (a 274,4 milioni) mentre sono in leggerissimo calo, dello 0,7%, quelli prodotti dalla diffusione,

pari a 170 milioni di euro.

«In ogni caso - si legge nella nota - qualora non si verifichi un ulteriore deterioramento del contesto economico, si prevede che il gruppo possa confermare a fine anno andamenti del fatturato e del risultato in miglioramento sull'esercizio precedente». Rispetto all'andamento complessivo del mercato, la nota spiega che «la situazione di debole crescita dell'economia e di incertezza che ha caratterizzato l'esercizio 2010, si sta protrando anche nel 2011». E questo ha inciso sull'andamento degli investimenti pubblicitari (-2,8% nei primi 5 mesi 2011), con un andamento negativo che «ha colpito tutti i mezzi tradizionali,

dalla televisione che ha registrato un calo del 2,3%, alla radio e alla stampa che hanno subito una flessione dell'8,4% e del 5% rispettivamente».

Nonostante questo quadro, «l'andamento del gruppo Espresso è stato positivo», afferma la nota. La divisione stampa ha riportato un incremento della raccolta dello 0,9% «malgrado le difficoltà che hanno interessato l'intero comparto (-5% a maggio)». Più in dettaglio, l'andamento positivo ha riguardato tutte le testate, da Repubblica ai quotidiani locali che mantengono una redditività del 15% anche se la diffusione è leggermente calata a causa dell'aumento del prezzo di vendita ad inizio

anno su 7 delle 18 testate del gruppo.

L'avanzo finanziario del semestre, prima della distribuzione dei dividendi, è stato pari a 14 milioni di euro, a fronte di 9,3 milioni del semestre precedente, ai quali si erano aggiunti peraltro 15 milioni di incassi per cessione di partecipazioni. Il numero dei dipendenti del gruppo, infine, è sceso a giugno a 2.752 unità, con un organico medio del periodo inferiore del 5,9% rispetto al primo semestre 2010. Nel corso dei primi sei mesi dell'anno è stata lanciata una versione totalmente rinnovata de L'Espresso ed è iniziato il programma di cambiamento anche dei quotidiani locali con interventi su grafica, colore e formati.



Carlo De Benedetti e Monica Mondardini, a.d. del gruppo L'Espresso

