

**COMUNICATO STAMPA**

Ai sensi della delibera Consob 11971/99 e successive modificazioni e integrazioni

**GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO S.P.A.**

*Il Consiglio di Amministrazione approva i risultati consolidati al 30 GIUGNO 2015*

**FATTURATO A €305,7MN (-5,3% RISPETTO ALL' ANNO PRECEDENTE)**  
**MARGINE OPERATIVO LORDO A €31,0MN, IN LINEA CON QUELLO DEL 2014**  
**RISULTATO NETTO A €22,1 MN (€3,8 MN NEL 2014)**  
**INDEBITAMENTO NETTO IN COSTANTE DIMINUZIONE,**  
**A €5,0 MN (€34,2MN AL 31/12/2014)**

**RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI DEL GRUPPO ESPRESSO AL 30 GIUGNO 2015**

<b>Risultati consolidati (€mn)</b>	<i>1° Semestre 2014</i>	<i>1° Semestre 2015</i>
Fatturato, di cui:	322,7	305,7
• diffusione	114,8	109,3
• opzionali	17,6	12,5
• pubblicità	184,4	177,5
• diversi	5,9	6,3
Margine operativo lordo	31,0	31,0
Risultato operativo	23,2	23,6
Risultato ante imposte	14,7	28,5
Risultato netto attività destinate a continuare	5,8	22,2
Risultato attività cedute <sup>(1)</sup>	(2,0)	(0,1)
Risultato netto	3,8	22,1

  

<b>(€mn)</b>	<i>31 dicembre 2014</i>	<i>30 giugno 2015</i>
Posizione finanziaria netta	(34,2)	(5,0)
Patrimonio netto di Gruppo e di terzi	567,4	593,1
• patrimonio netto di Gruppo	565,4	591,2
• patrimonio netto di terzi	2,0	1,9
Dipendenti	2.310	2.276

<sup>(1)</sup> Il 30 giugno 2014 si è perfezionata l'integrazione tra le attività di operatore di rete di Rete A e Telecom Italia Media Broadcasting (TIMB), controllata da Telecom Italia Media. L'integrazione è stata realizzata mediante conferimento da parte del Gruppo Espresso del 100% delle azioni di Rete A in TIMB; ad esito del conferimento, TIMedia ed il Gruppo Espresso detengono rispettivamente il 70% e il 30% delle azioni di "Persidera", nuovo nome di TIMB.

Il 30 gennaio 2015 si è altresì perfezionato il passaggio di proprietà di All Music, società del Gruppo editrice della televisione nazionale generalista *Deejay TV*, al nuovo editore Discovery Italia.

Nel conto economico del 1° Semestre 2015 e, a fini comparativi, del 1° Semestre 2014 i costi ed i ricavi conseguiti dalle società fino alla data di effettiva contribuzione sono stati classificati nella voce "Risultato attività cedute".

*Roma, 22 luglio 2015* - Si è riunito oggi a Roma, presieduto dall'Ing. Carlo De Benedetti, il Consiglio di Amministrazione di Gruppo Editoriale L'Espresso S.p.A. che ha approvato i risultati consolidati al 30 giugno 2015 presentati dall'Amministratore Delegato Monica Mondardini.

#### **ANDAMENTO DEL MERCATO**

Nei primi cinque mesi del 2015 gli investimenti pubblicitari complessivi (dati Nielsen Media Research) hanno mostrato un calo dell'1,3% rispetto al corrispondente periodo del 2014; sebbene l'evoluzione sia ancora negativa, la flessione risulta meno accentuata di quella registrata nell'esercizio precedente (-2,5%).

Tutti i mezzi, con la sola eccezione della radio, hanno registrato decrementi: la televisione (-0,7%), la stampa (-5,0%) ed internet (-2,2%, esclusa la componente Search e Social). La radio ha riportato un significativo incremento (+5,5% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente).

Per quanto riguarda la pubblicità su stampa, la flessione si va contenendo rispetto a quanto riscontrato nei precedenti esercizi: in particolare, la perdita della raccolta locale si attesta al -4,1% e quella della raccolta nazionale al -5,5%.

Quanto alle diffusioni, i dati ADS (Accertamento Diffusione Stampa) riferiti al periodo da gennaio a maggio 2015 indicano una flessione delle vendite dei quotidiani del 9,9%, in linea con il trend registrato nel 2014; va osservato che parallelamente sono in aumento gli abbonamenti digitali ai quotidiani, ma tale incremento non compensa, allo stato, la perdita di copie nel formato e canale tradizionale.

#### **ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO ESPRESSO NEL PRIMO SEMESTRE 2015**

Il Gruppo ha chiuso il primo semestre 2015 con un risultato netto positivo pari a €22,1mn.

I **ricavi consolidati** del Gruppo, pari a €305,7mn, hanno registrato un calo del 5,3% rispetto al primo semestre del 2014 (€322,7mn).

I **ricavi diffusionali**, pari a €109,3mn, hanno mostrato una flessione del 4,8% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente (€114,8mn), in un mercato che, come sopra riportato, continua a registrare una significativa riduzione delle diffusioni dei quotidiani (-9,9%).

*La Repubblica*, sulla base dei dati ADS (Maggio 2015), si è confermato quale primo quotidiano d'informazione per copie vendute in edicola, abbonamenti e altri canali di legge, e, sulla base dei dati Audipress (Indagine 2015/I) ha registrato 2,3 milioni di lettori giornalieri dell'edizione tradizionale. Il quotidiano conta, inoltre, 73 mila abbonati medi ai propri prodotti digitali (*Repubblica+* e *Repubblica Mobile*).

Il network dei quotidiani locali, che in base alle rilevazioni Audipress conta 2,9 milioni di lettori medi giornalieri, ha registrato un andamento delle diffusioni meno negativo di quello settoriale.

Complessivamente il Gruppo conta attualmente 100 mila abbonati medi alle edizioni digitali delle sue testate giornalistiche.

I **ricavi pubblicitari** hanno registrato un calo del 3,7%; le tendenze sono contrastanti: se radio ed internet hanno mostrato una dinamica positiva, la raccolta su stampa riflette l'andamento ancora negativo del mercato.

La radio è cresciuta del 3,5%, con una dinamica molto positiva di *Radio Capital* e *m2o*.

Internet, in controtendenza rispetto al mercato, ha registrato una crescita del 2,8% sostenuta anche dal confermato posizionamento di leader di *Repubblica.it*, la cui Total Digital Audience ammonta a 1,6 milioni di utenti unici giornalieri, con un distacco del 21% sul secondo sito; positivo anche l'andamento dell'audience dei siti dei quotidiani locali che hanno raggiunto una Total Digital Audience media di 418 mila utenti unici giornalieri (+6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

I **costi** sono scesi del 6,6%, con una riduzione sostanzialmente equivalente a quella dei ricavi; sono diminuiti in particolare i costi fissi industriali, grazie al proseguimento delle attività di riorganizzazione della struttura produttiva del Gruppo, ed i costi di gestione e amministrazione, in particolare per quanto concerne i costi generali.

Il **marginale operativo lordo consolidato** è ammontato a €31,0mn, equivalente a quello del primo semestre 2014.

Il **risultato operativo consolidato** è stato pari a €23,6mn, in linea rispetto a quello del corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

Per area di attività, la stampa ha mostrato una buona tenuta della redditività e la radio ha registrato una crescita.

Gli **oneri finanziari** sono scesi dai €6,5mn del primo semestre 2014 agli attuali €4,4mn, grazie alla riduzione dell'indebitamento ed al nuovo programma di finanziamento finalizzato nel corso dell'esercizio 2014.

Nel corso del primo semestre 2015 è stata realizzata la cessione del canale televisivo *DeejayTV* a Discovery Italia, dando luogo ad una plusvalenza di €9,3mn.

Tenuto conto di quanto precede, il **risultato netto consolidato** è stato pari a €22,1mn, contro €3,8mn nel primo semestre del 2014.

L'**indebitamento finanziario netto consolidato**, pari a €5,0mn al 30 giugno 2015, mostra un'ulteriore riduzione rispetto ai €34,2mn di fine 2014 e ai €66,8mn al 30 giugno 2014, grazie all'incasso del finanziamento soci concesso a Persidera per €21,3mn ed ai €11,8mn generati dalla vendita di All Music.

L'**organico del Gruppo**, inclusi i contratti a termine, ammontava a fine giugno a 2.276 dipendenti e l'organico medio del periodo è stato inferiore del 4,0% rispetto al primo semestre del 2014.

\*\*\*

Il Direttore Amministrazione e Bilancio della società, dott. Gabriele Acquistapace, dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, dichiara ai sensi del comma 2 art. 154 bis del Testo Unico delle finanze che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

\*\*\*

#### **PRINCIPALI EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PRIMO SEMESTRE DELL'ANNO E PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE**

Il mercato pubblicitario, nei primi cinque mesi dell'anno, ha registrato ancora una leggera flessione con incerti segnali di miglioramento.

L'evoluzione delle diffusioni segue il trend registrato lo scorso esercizio.

In questo contesto, il Gruppo ha conseguito nel primo semestre del 2015 risultati operativi in linea con quelli dello scorso esercizio ed un risultato netto decisamente positivo.

Quanto alle previsioni per l'intero esercizio, pur in un mercato pubblicitario il cui sviluppo nel secondo semestre risulta ancora incerto, il Gruppo potrebbe conseguire un risultato netto, escluse le componenti non ricorrenti, in linea con quello dell'esercizio precedente.

#### CONTATTI:

##### **DIREZIONE CENTRALE**

##### **RELAZIONI ESTERNE**

Stefano Mignanego

Tel.: +39 06 84787434

e-mail: [dir-re-laz-esterne@gruppoespresso.it](mailto:dir-re-laz-esterne@gruppoespresso.it)

[www.gruppoespresso.it](http://www.gruppoespresso.it)



Gruppo Editoriale  
**L'Espresso** Spa

---