

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 31 marzo 2013

UTILE NETTO A €2 MN, NONOSTANTE L'AGGRAVARSI DELLA CRISI ECONOMICA E DI SETTORE

INDEBITAMENTO NETTO IN DIMINUZIONE A € 83,5 MN

RICAVI CONSOLIDATI PARI A € 182,1 MN (-11,8%)

RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI DEL GRUPPO ESPRESSO AL 31 MARZO 2013

| Risultati consolidati (€mn) | <i>Gen-Mar 2012</i> | <i>Gen-Mar 2013</i> |
|------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Fatturato, di cui: | 206,5 | 182,1 |
| • diffusione | 67,0 | 62,4 |
| • pubblicità | 120,8 | 101,2 |
| • opzionali | 12,2 | 10,5 |
| • diversi | 6,4 | 8,0 |
| Margine operativo lordo | 29,6 | 16,7 |
| Risultato operativo | 20,5 | 8,8 |
| Risultato ante imposte | 17,5 | 6,2 |
| Risultato netto | 10,1 | 2,0 |

| (€mn) | <i>31 dicembre 2012</i> | <i>31 marzo 2013</i> |
|---------------------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Posizione finanziaria netta | (108,1) | (83,5) |
| Patrimonio netto di Gruppo e di terzi | 557,7 | 559,5 |
| • patrimonio netto di Gruppo | 555,9 | 557,7 |
| • patrimonio netto di terzi | 1,8 | 1,8 |
| Dipendenti | 2.536 | 2.514 |

Roma, 18 aprile 2013 - 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 31 marzo 2013.

ANDAMENTO DEL MERCATO

Il perdurare delle gravi difficoltà economiche del Paese sta determinando la prosecuzione del trend estremamente negativo degli investimenti pubblicitari che ha caratterizzato l'ultimo trimestre del 2012.

Infatti nel primo bimestre del 2013 il mercato pubblicitario ha registrato una flessione del 16,5% rispetto al corrispondente periodo del 2012 (dati Nielsen Media Research).

L'evoluzione, per quanto ancora poco significativa trattandosi del solo primo bimestre dell'esercizio, è stata negativa per tutti i mezzi tradizionali: la stampa ha subito un calo del 24,7%, la televisione del 16,1% e la radio del 17,3%. La raccolta su internet continua, invece, a registrare un'evoluzione positiva ed in linea con quella del 2012 (+5%).

Per quanto concerne più in particolare la raccolta pubblicitaria della stampa, la flessione è risultata più accentuata per la nazionale, -30%, rispetto alla locale, -18%.

Quanto alle diffusioni, i dati ADS (Accertamento Diffusione Stampa, media mobile a febbraio 2013) indicano una flessione delle vendite dei quotidiani dell'8,5%.

ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO ESPRESSO NEL PRIMO TRIMESTRE 2013

I **ricavi netti consolidati** del Gruppo risentono del contesto fortemente recessivo, ammontando a €182,1mn, in calo dell'11,8% rispetto al primo trimestre del 2012 (€206,5mn).

I **ricavi diffusionali** sono pari a €62,4mn, in flessione del 6,9% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, in un mercato che, come sopra riportato, continua a flettere significativamente.

Sulla base degli ultimi dati ADS (febbraio 2013), *la Repubblica* si riconferma il primo quotidiano per copie vendute (edicola, abbonamenti e altri canali di legge), primato che detiene anche includendo gli abbonamenti alla versione digitale (circa 48 mila a fine marzo).

Se poi si considerano, oltre alla versione digitale del quotidiano (*Repubblica+*), anche i restanti servizi digitali forniti dallo stesso (in particolare *Repubblica Mobile*), gli abbonamenti sono oggi oltre 70 mila.

I **ricavi pubblicitari**, pari a €101,2mn, hanno registrato una flessione del 16,3% sul primo trimestre del 2012, in un mercato che, a febbraio, ha riportato un calo del 16,5%.

Per settore, le tendenze riflettono gli andamenti generali del mercato: la stampa registra il decremento più significativo (-24,2%), con una flessione più accentuata per i periodici e più contenuta per i quotidiani locali.

Anche le radio subiscono un calo sensibile, -18,2%.

Positiva, invece, l'evoluzione della raccolta su internet, in crescita del 7%, confermando, pure in un contesto generale particolarmente sfavorevole, la brillante dinamica degli ultimi anni.

I **ricavi dei prodotti opzionali** ammontano a €10,5mn e registrano un calo del 14,3% rispetto al corrispondente periodo del 2012, riflettendo la generalizzata depressione dei consumi e la progressiva contrazione del mercato specifico in atto dal 2007, dopo una fase di intensa attività.

I **ricavi diversi**, pari a €8mn, sono aumentati di oltre il 25% rispetto al primo trimestre del 2012, grazie alla crescita dell'attività di affitto di banda televisiva a terzi.

I **costi totali** registrano una riduzione dell'8,5%; escludendo le attività di edizione digitale e DTT, i cui costi sono in fase di incremento al fine di sostenerne lo sviluppo, si registra un calo del 12,8%, raccogliendo i frutti dell'ulteriore razionalizzazione in atto, in particolare nelle aree industriali e amministrative.

Il **marginale operativo lordo consolidato** è pari a €16,7mn rispetto ai €29,6mn del primo trimestre 2012.

Tutte le aree di attività tradizionale risultano in flessione a causa del generalizzato decremento dei ricavi pubblicitari; tuttavia, l'attività che più ne risente è quella della stampa nazionale (*la Repubblica* ed i periodici), mentre i quotidiani locali mostrano una maggiore tenuta. Migliora il risultato della divisione digitale.

Il **risultato operativo consolidato** è pari a €8,8mn rispetto ai €20,5mn del corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

Il **risultato netto consolidato** riporta un utile di €2mn, contro €10,1mn nel primo trimestre del 2012.

La **posizione finanziaria netta consolidata** mostra un ulteriore miglioramento, passando dai -€108,1mn di fine 2012 ai -€83,5mn del 31 marzo 2013, con un avanzo finanziario di €24,7mn.

L'**organico del Gruppo**, inclusi i contratti a termine, ammonta a fine marzo a 2.514 dipendenti e l'organico medio del periodo è inferiore del 5,1% rispetto al primo trimestre del 2012.



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 TRIMESTRE E PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

Nel corso dell'ultimo quinquennio l'industria editoriale italiana ha registrato significativi decrementi dei ricavi a causa in particolare dell'andamento negativo degli investimenti pubblicitari, che hanno subito la prima drastica riduzione nel 2009 e poi nuovamente e con intensità equivalente nel 2012, periodi entrambi caratterizzati da un'economia in fase fortemente recessiva.

Per illustrare quanto precede è sufficiente considerare che, sulla base dei dati Nielsen, gli investimenti pubblicitari nel 2012 sono diminuiti, in termini nominali, del 24% rispetto a quelli del 2007 e gli investimenti sulla stampa hanno registrato, nello stesso periodo, una riduzione del 44%.

Alle difficoltà di cui sopra, si sono aggiunte quelle relative alle diffusioni di quotidiani e periodici, interessate non solo dalla generale crisi dei consumi ma anche dal processo di trasformazione digitale.

Il primo trimestre del 2013 non mostra alcun segnale di miglioramento: le evoluzioni della raccolta pubblicitaria e delle diffusioni sono in linea con quelle registrate nell'ultimo trimestre del 2012.

Il nostro Gruppo ha superato brillantemente la crisi del 2009, recuperando nel 2011 i livelli di redditività pre-crisi e conseguendo una significativa riduzione dell'indebitamento, grazie al processo di profonda ristrutturazione realizzato nel biennio 2009-2010.

A fronte della seconda ondata di crisi, manifestatasi nell'ultimo trimestre del 2011 e tuttora in corso, il Gruppo ha messo in atto piani per l'accelerazione dello sviluppo digitale da un lato e per ulteriori riduzioni dei costi dall'altro.

Ciò ha consentito di attenuare gli impatti negativi della crisi, registrando nel 2012 risultati positivi in un settore altamente deficitario e conseguendo, anche nel primo trimestre del 2013, un risultato leggermente positivo.



La prospettiva 2013 resta comunque molto incerta a causa del quadro recessivo che influenza fortemente gli investimenti pubblicitari.

Rispetto a questi ultimi, il calo registrato sul primo bimestre del 2013 potrebbe ragionevolmente attenuarsi in corso d'anno, tenuto conto della progressiva contrazione già subita dagli stessi nel corso del 2012; non può tuttavia escludersi, alla luce del contesto economico attuale, che il gap dei primi mesi del 2013 sul corrispondente periodo del 2012 possa essere confermato per tutto l'esercizio.

Lo sviluppo del digitale, il mantenimento del successo nei prodotti tradizionali e la riduzione dei costi restano le linee guida della gestione del Gruppo; con riferimento ai costi, tenuto conto della situazione, il Gruppo prevede di intraprendere azioni di riduzione più incisive di quelle attualmente in atto.

ADEGUAMENTO DELLO STATUTO SOCIALE ALLA DISCIPLINA CONCERNENTE LA PARITÀ DI ACCESSO AGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE E DI CONTROLLO DELLE SOCIETÀ QUOTATE

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato la modifica degli articoli 15 e 22 dello Statuto sociale per adeguamento alla Legge 120 del 12 luglio 2011 "Equilibrio tra i generi". Il verbale del Consiglio di Amministrazione avente ad oggetto le modifiche statutarie, unitamente al testo dello Statuto modificato, verranno resi disponibili presso la Sede sociale, nonché presso Borsa Italiana S.p.A. e sul sito internet della Società (www.gruppoespresso.it) nei termini di legge.

CONTATTI:

DIREZIONE CENTRALE

RELAZIONI ESTERNE

Stefano Mignanego

Tel.: +39 06 84787434

e-mail: dir-relaz-esterne@gruppoespresso.it

www.gruppoespresso.it