

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 esamina i risultati al 31 dicembre 2014

NONOSTANTE IL PROTRARSI DELLA CRISI, RISULTATO NETTO A €8,5 MN (€3,7 MN DEL 2013)

INDEBITAMENTO NETTO DA €73,5 MN A €34,3MN

RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI DEL GRUPPO ESPRESSO AL 31 DICEMBRE 2014

Risultati consolidati (€mn)	<i>Anno 2013</i>	<i>Anno 2014</i>	<i>Δ% 2014/2013</i>
Fatturato, di cui:	689,1	643,5	-6,6%
•diffusione	248,0	232,9	-6,1%
•opzionali	33,6	32,8	-2,4%
•pubblicità	395,5	365,6	-7,6%
•diversi	11,9	12,1	+1,7%
Margine operativo lordo	55,1	59,8	+8,6%
Risultato operativo	37,8	29,9	-21,0%
Risultato ante imposte	24,0	28,0	+16,7%
Risultato netto attività destinate a continuare	8,5	11,9	
Ris. attività dismesse e destinate alla dismissione ⁽¹⁾	(4,6)	(3,3)	
Risultato netto	3,7	8,5	

(€mn)	<i>31 dicembre 2013</i>	<i>31 dicembre 2014</i>
Posizione finanziaria netta	(73,5)	(34,2)
Patrimonio netto di Gruppo e di terzi	562,2	567,4
•patrimonio netto di Gruppo	560,2	565,4
•patrimonio netto di terzi	2,0	2,0
Dipendenti (a perimetro omogeneo)	2.398	2.310

⁽¹⁾ 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, operazione già ritenuta altamente probabile alla data di chiusura dell'esercizio.

Alla luce delle predette operazioni ed ai sensi dell'*IFRS 5 – Attività destinate alla vendita e Discontinued Operation*, l'insieme delle due società rappresentanti il business televisivo del Gruppo è stato qualificato come "*Discontinued Operation*" e come tale è stato rappresentato nel presente bilancio. Tale rappresentazione ha comportato che nel conto economico dell'esercizio 2014 e, a fini comparativi, dell'esercizio 2013, i costi ed i ricavi conseguiti dalle due società fino alla data di effettiva contribuzione siano stati classificati nella voce "Risultato attività dismesse e destinate alla dismissione".

Roma, 25 febbraio 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 31 dicembre 2014 presentati dall'Amministratore Delegato Monica Mondardini.

ANDAMENTO DEL MERCATO

Nel 2014, in un contesto economico generale ancora recessivo, il settore editoriale ha continuato a registrare andamenti negativi, che hanno interessato sia la raccolta pubblicitaria che le diffusioni di quotidiani e periodici.

Secondo i dati Nielsen Media Research, gli investimenti pubblicitari complessivi hanno riportato un calo del 2,5% rispetto al 2013, con riduzioni ancora significative della spesa pubblicitaria da parte dei settori delle telecomunicazioni, dei trasporti, della moda e della cosmetica.

Per televisione e radio la raccolta è risultata sostanzialmente in linea con il 2013 (-0,5% e -1,8% rispettivamente), mentre sulla stampa la raccolta ha subito un'ulteriore riduzione significativa (-8,5%), che ha riguardato sia i quotidiani che i periodici (-9,7% e -6,5%) e sia la pubblicità nazionale che la locale (-8,2% e -9,3%). Internet ha registrato una leggera crescita (+2,1%).

Quanto alle diffusioni, i dati ADS (Accertamento Diffusione Stampa) indicano per il 2014 un calo delle vendite dei quotidiani dell'11,4%; 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 NELL'ESERCIZIO 2014

Nonostante le evoluzioni negative del mercato, che incidono significativamente sui ricavi, il Gruppo ha chiuso il 2014 con un risultato positivo ed in leggero miglioramento rispetto a quello dell'esercizio precedente.

I **ricavi netti consolidati** del Gruppo, pari a €643,5mn, hanno registrato un calo del 6,6% rispetto al 2013 (€689,1mn), come conseguenza della crisi che interessa l'intero settore.

I **ricavi diffusionali**, pari a €232,9mn, hanno mostrato una flessione del 6,1% rispetto all'esercizio precedente (€248,0mn), in un mercato che, come sopra riportato, continua a registrare una significativa riduzione delle copie diffuse di quotidiani (-11,4%).

La Repubblica, sulla base dei dati ADS, si conferma quale primo quotidiano d'informazione per copie vendute in edicola, abbonamenti e altri canali di legge, e, sulla base dei dati Audipress, quale primo giornale nell'edizione tradizionale per numero di lettori.

Prosegue inoltre lo sviluppo degli abbonamenti ai prodotti digitali *Repubblica+* e *Repubblica Mobile*: gli abbonati medi sono cresciuti del 9% rispetto al 2013 e a fine 2014 ammontavano a circa 86 mila.

Il network dei quotidiani locali, che secondo le rilevazioni Audipress conta 3 milioni di lettori medi giornalieri, ha registrato un andamento delle diffusioni migliore di quello settoriale ed un progressivo incremento degli abbonati digitali, per quanto essi risultino meno significativi di quelli del quotidiano nazionale.

Complessivamente, a fine 2014, il Gruppo ha superato i 108 mila abbonati alle edizioni digitali delle sue testate giornalistiche.

I ricavi pubblicitari hanno registrato un calo del 7,6%, con internet al +4,9%, la radio sostanzialmente in linea con l'esercizio precedente e la stampa al -10,0%.

Quanto ad internet, si segnala l'ulteriore sviluppo della posizione del Gruppo nel settore: *Repubblica.it*, la cui Total Digital Audience media nel 2014, secondo la nuova rilevazione Audiweb, ammonta a 1,6 milioni di utenti unici giornalieri, si è confermata leader tra i siti d'informazione italiani ed il distacco sul secondo sito è aumentato al 33%; significativo anche lo sviluppo dell'audience dei siti dei quotidiani locali (+14% sul solo PC), con una Total Digital Audience media di 406 mila utenti unici giornalieri.

I costi registrano una riduzione del 6,5%, 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, i costi di distribuzione, per la razionalizzazione operata sui trasporti, ed i costi di gestione e amministrazione principalmente grazie alle misure adottate per il contenimento del costo del lavoro.

Il margine operativo lordo consolidato è pari a €59,8mn, in miglioramento rispetto ai €55,1mn del 2013.

Il risultato operativo lordo consolidato è pari a €29,9mn ed include €14,4mn di svalutazioni di avviamenti di testate effettuate a seguito delle verifiche di *impairment test*. Al netto di tale componente, il risultato operativo ammonta a €44,3mn in crescita rispetto ai €37,8mn dell'esercizio precedente.

Il risultato netto consolidato è pari a €8,5mn rispetto ai €3,7mn dell'esercizio precedente.

I risultati dell'esercizio 2014 recepiscono alcuni significativi elementi di natura non ricorrente: sono state effettuate le già citate svalutazioni di avviamenti di testate e partecipazioni per complessivi €18,4mn a seguito delle verifiche di *impairment test* ed è stato registrato un provento finanziario di €17,1mn legato alla valutazione a *fair market value* della componente di opzione call del prestito obbligazionario convertibile collocato nell'aprile 2014.

L'**indebitamento finanziario netto consolidato**, pari a €34,2mn al 31 dicembre 2014, mostra un'ulteriore riduzione di €39,3mn rispetto ai €73,5mn di fine 2013. L'avanzo finanziario del periodo derivante dalla gestione corrente è stato di €24,8mn a cui si aggiungono gli effetti della valutazione a *fair market value* della componente di opzione call del prestito obbligazionario.

L'**organico del Gruppo**, escludendo le attività cedute, ammontava al 31 dicembre 2014 a 2.310 dipendenti inclusi i contratti a termine; l'organico medio del 2014 è inferiore del 3,8% rispetto a quello dell'esercizio precedente.

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.

IL BILANCIO 2014 DELLA CAPOGRUPPO

Il fatturato della Capogruppo è stato pari a €313,6mn (€342,7mn nel 2013). Il risultato operativo si è attestato a €11,0mn (€1,2mn nel 2013). Il risultato netto registra una perdita di €5,2mn (utile di €21,5mn nel 2013).

PROPOSTA

Il Consiglio di Amministrazione proporrà all'Assemblea dei Soci, convocata per il giorno 23 aprile 2015, di coprire interamente la perdita d'esercizio pari ad Euro 5.200.396,53, mediante l'utilizzo delle riserve disponibili iscritte in bilancio al 31 dicembre 2014.

VERIFICA DELL'ESISTENZA DEI REQUISITI D'INDIPENDENZA DEI CONSIGLIERI E DEI SINDACI

Il Consiglio di amministrazione ha proceduto a verificare l'esistenza dei requisiti di indipendenza dei consiglieri, confermando con tale qualifica la prof.ssa Agar Brugiavini, il prof. Giorgio Di Giorgio, la Dott.ssa Silvia Merlo, l'ing. Elisabetta Oliveri, il prof. Tiziano Onesti, il dott. Luca Paravicini Crespi ed il dott. Michael Zaoui, nonché i requisiti di indipendenza ed onorabilità dei componenti del collegio sindacale.

PRINCIPALI EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO E PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

Il settore editoriale nel 2014 ha mostrato nuovamente andamenti recessivi, che hanno interessato sia le diffusioni che la pubblicità.

Con riferimento alle diffusioni, prosegue il declino delle copie cartacee vendute in edicola; si osserva parallelamente un buon sviluppo degli abbonamenti digitali, i cui ricavi risultano tuttavia ancora insufficienti a contrastare il calo di fatturato del canale tradizionale.

Per quanto attiene al mercato della pubblicità, la riduzione degli investimenti totali si è attenuata (dal -12,3% nel 2013 al -2,5% nel 2014) a beneficio di tutti i mezzi; tuttavia, mentre la raccolta di televisione e radio si è sostanzialmente stabilizzata, il trend negativo della raccolta su stampa si è moderato ma la flessione resta ancora significativa.

In questo contesto, il Gruppo è riuscito a conseguire un risultato netto positivo ed un leggero incremento della redditività, grazie all'ulteriore riduzione dei costi di struttura.

Inoltre, nel corso del 2014 il Gruppo ha finalizzato con successo due operazioni di valenza strategica:

- l'integrazione delle proprie attività di operatore di rete con quelle di Telecom Italia Media, dando luogo al principale operatore di rete indipendente in Italia (Persidera);
- il rifinanziamento della Società, mediante emissione di un *Convertible Bond* a cinque anni per nominali €100mn e la conclusione di programmi di smobilizzo crediti della A.Manzoni&C., sia attraverso operazioni di factoring (contratti già sottoscritti) che attraverso operazioni di cartolarizzazione (in fase di definizione), potendo contare, a partire dal 2015, su oneri finanziari significativamente ridotti rispetto agli attuali.

A seguito della delibera del Consiglio di Amministrazione del 21 gennaio 2015 e della successiva sottoscrizione di un atto formale (*deed poll*) avvenuta il 28 gennaio 2015, la Capogruppo ha unilateralmente rinunciato alla facoltà di rimborsare le obbligazioni convertibili, in caso di esercizio del diritto di conversione, mediante pagamento in contanti invece che in azioni ordinarie. Tale rinuncia risulta definitiva, irrevocabile ed incondizionata la cui sostanza equivale, secondo la giurisdizione inglese a cui è sottoposto il *deed poll*, a una modifica del regolamento del prestito.

Pertanto la Società ha rivisto, a far data dal 28 febbraio 2015, la classificazione *liability-equity* effettuata alla data di prima iscrizione dell'opzione (essendo irrevocabilmente venuto meno il diritto all'opzione *call*) riclassificandone il *fair value* risultante nel Patrimonio netto.

Posteriormente alla chiusura dell'esercizio 2014, in data 30 gennaio 2015, il Gruppo Espresso e Discovery Italia hanno perfezionato il passaggio di proprietà di All Music, società editrice della televisione nazionale generalista *Deejay TV*. L'operazione prevede che il nuovo editore Discovery Italia produrrà il canale in partnership con Elemedia (società editrice delle emittenti radiotelevisive di Gruppo Espresso) sempre col brand *Deejay TV*. *Deejay TV* potrà così beneficiare dell'esperienza e della competenza di Discovery Italia che, mantenendo le caratteristiche del canale, ne valorizzerà target e contenuti.



Per quanto riguarda, infine, l'evoluzione della gestione per il 2015 le evidenze ad oggi disponibili non indicano inversioni di tendenza rispetto ai trend che hanno caratterizzato il 2014 ma solo un'attenuazione della flessione.

CONTATTI:

DIREZIONE CENTRALE

RELAZIONI ESTERNE

Stefano Mignanego

Tel.: +39 06 84787434

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

www.gruppoespresso.it