

24ORE

**RESOCONTO
INTERMEDIO
DI GESTIONE AL
31 MARZO 2015**

RELAZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	3
COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI SOCIALI.....	3
STRUTTURA DEL GRUPPO 24 ORE.....	5
HIGHLIGHTS	6
ANDAMENTO DELLA GESTIONE AL 31 MARZO 2015	8
RELAZIONE SULL'ANDAMENTO DELLE AREE DI ATTIVITÀ.....	13
FATTI DI RILIEVO DEI PRIMI TRE MESI DEL 2015.....	22
EVENTI SUCCESSIVI AL 31 MARZO 2015	22
PROSPETTI CONTABILI.....	23
CONTO ECONOMICO SINTETICO.....	23
SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA	24
RENDICONTO FINANZIARIO	26
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	27
NOTE DI COMMENTO.....	28
INFORMAZIONI GENERALI	28
FORMA, CONTENUTO E PRINCIPI CONTABILI.....	29
NOTE AI PROSPETTI CONTABILI	30
CONTO ECONOMICO.....	30
SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA	32
PROSPETTI ALLEGATI.....	35
EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE	36
DICHIARAZIONE AI SENSI DELL'ART. 154-BIS, COMMA 2 DEL D.LGS. 24 FEBBRAIO 1998, N. 58 E SUCCESSIVE MODIFICHE E INTEGRAZIONI.....	37

RELAZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Composizione degli Organi sociali

Il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale sono stati eletti dall'Assemblea ordinaria in data 29 aprile 2013.

Il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale rimangono in carica fino all'Assemblea di approvazione del bilancio d'esercizio 2015.

Consiglio di Amministrazione

Presidente	Benito BENEDETTI
Amministratore delegato	Donatella TREU
Consiglieri	Luigi ABETE
	Antonio BULGHERONI
	Alberto CHIESI
	Maria Carmela COLAIACOVO
	Mario D'URSO (1)
	Marcella PANUCCI
	Alessandro SPADA
	Carlo TICOZZI VALERIO (1)
	Marco VENTURI

Segretario del Consiglio di Amministrazione

Gianroberto VILLA

(1) Amministratore indipendente

Collegio Sindacale

Presidente	Luigi BISCOZZI
Sindaci effettivi	Maurilio FRATINO Laura GUAZZONI
Sindaco supplente	Maria SILVANI Fabio FIORENTINO

Comitato controllo e rischi

Presidente	Carlo TICOZZI VALERIO
Membri	Mario D'URSO Alessandro SPADA

Comitato per le risorse umane e le remunerazioni

Presidente	Carlo TICOZZI VALERIO
Membri	Mario D'URSO Antonio BULGHERONI

Rappresentante comune degli azionisti di categoria speciale

Mario ANACLERIO

Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili e societari

Valentina MONTANARI

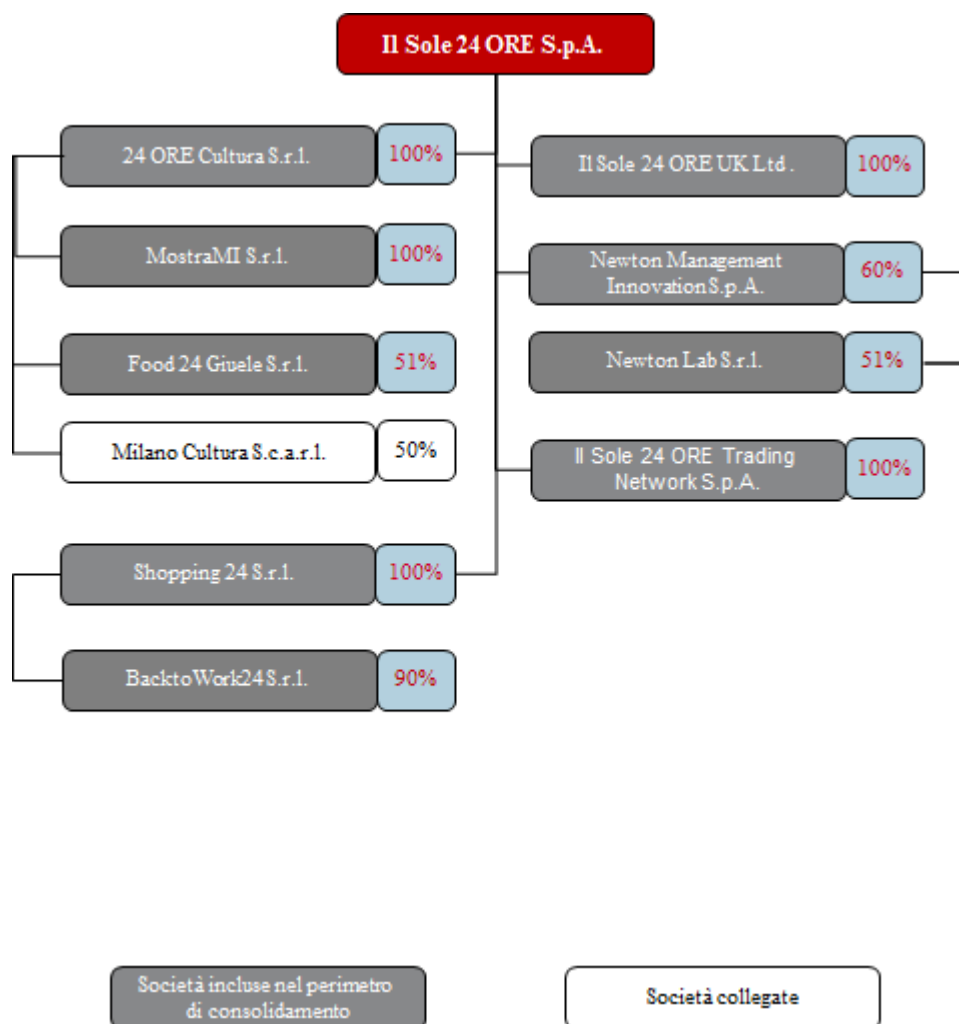
Responsabile Internal Audit

Massimiliano BRULLO

Società di revisione

KPMG S.p.A.

Struttura del Gruppo 24 ORE



Highlights

I dati commentati sono a perimetro omogeneo, al netto delle cessioni del ramo Business Media e dell'Area Software effettuate nel precedente esercizio.

- **Ricavi consolidati di Gruppo pari a 84,8 milioni di euro, sono in crescita di 0,5 milioni di euro** (+0,6% rispetto al 1° trimestre 2014), continuando la positiva dinamica iniziata nel 2014, grazie alla scelta strategica implementata di creare un sistema multimediale con una filiera di quotidiani digitali specializzati, che determinano una crescita dei ricavi da contenuti informativi digitali ad alta redditività, unitamente al buon andamento della raccolta pubblicitaria e della formazione.
- **I ricavi digitali da contenuto informativo**, che aumentano di 2,2 milioni di euro, pari al 14,8% rispetto al pari periodo del precedente esercizio, hanno superato i ricavi da contenuto in versione cartacea, attestandosi a oltre il 50% del totale dei ricavi da contenuto, rispetto al 41% dello stesso periodo del 2014.
- I ricavi digitali complessivi del Gruppo ammontano a 26,5 milioni di euro e sono pari al 31,2% del totale dei ricavi (erano pari al 29,1% nel primo trimestre 2014) in incremento del 7,8% rispetto al pari periodo del 2014.
- I ricavi diffusionali del quotidiano sono in crescita (+0,9%) rispetto al 1° trimestre 2014, in controtendenza rispetto al mercato. I ricavi pubblicitari in un mercato in calo del 5,2% si incrementano del 3,6%, i ricavi dell'Area Formazione del 13,1% e i ricavi dell'Area Cultura del 2,1%.
- **Margine Operativo Lordo (ebitda)**, in miglioramento di 0,4 milioni di euro (+28,3%), è pari a 1,8 milioni di euro e si confronta con un risultato di 1,4 milioni di euro nel 1° trimestre 2014. Tale risultato è stato ottenuto grazie alla crescita dei ricavi e alla costante attenzione al contenimento dei costi e degli effetti della riorganizzazione di alcune aree di business e della riduzione dei costi operativi delle funzioni corporate;
- **Il Sole 24 ORE** si conferma nei primi tre mesi del 2015 il primo quotidiano digitale con oltre 213 mila copie digitali a marzo 2015 (+25,4% verso marzo 2014) e il secondo quotidiano nazionale per diffusioni complessive carta + digitale con 389 mila copie complessive carta + digitale a marzo 2015 (+7,4% verso marzo 2014), in controtendenza rispetto al mercato, in flessione del 3,8% (fonte ADS gennaio – marzo 2015). A completamento del sistema Sole, alle copie cartacee e digitali si aggiungono gli oltre 30.000 abbonamenti attivi a pagamento de IISole24ore.com.
- **www.ilsole24ore.com**, primo sito italiano a pagamento, nel primo trimestre 2015 registra una media di quasi 767 mila *browser* unici in crescita dell'8,7% e una crescita delle pagine viste pari al 12,0% rispetto alla media del primo trimestre 2014. (Fonte dati: *Omniure Sitecatalyst*). La versione mobile del sito *www.ilsole24ore.com* rileva nel primo trimestre 2015 un aumento del

196,4% dei *browser unici* nel giorno medio e del 66,3% di pagine viste (Fonte dati: *Ommiture Sitecatalyst*) grazie al *restyling* grafico e all'ottimizzazione della fruizione dei contenuti.

- **Raccolta pubblicitaria System pari a 33,3 milioni di euro**, in crescita del 3,6% rispetto al 1° trimestre 2014 e si confronta con un mercato in calo del 5,2%, realizzando un risultato in totale controtendenza nel settore media. Tutti i mezzi realizzano risultati migliori del mercato: Radio 24 (+12,6% vs 5,2% mercato), stampa (+2,8% vs mercato in calo dell'8,0%), *online* (-1,0% vs -5,3% mercato) - *Fonte: Nielsen – gennaio-febbraio 2015*. La concessionaria ha realizzato un incremento dei ricavi sui mezzi stampa di 0,6 milioni di euro rispetto allo stesso periodo del 2014.
- **Radio 24**, nel 2014 consolida la 9° posizione nella classifica delle radio nazionali con 1.965 mila ascoltatori che salgono a 2.178 mila dal lunedì al venerdì. La raccolta pubblicitaria di Radio 24 ha registrato un incremento del 12,6% rispetto al primo trimestre 2014 con una performance migliore rispetto al mercato radio nazionale (fonte: 6,2% *Fcp Assoradio gennaio – marzo 2015*). In termini di spazi Radio 24 registra un +9,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (fonte: *Nielsen, analisi per secondi gen-mar 2015*) e mantiene stabile al 9,4% la sua quota in secondi rispetto al totale mercato radio.
- I ricavi dell'**Area Formazione ed Eventi** sono in crescita di 1,0 milioni di euro pari al +13,1% e si attestano a 8,7 milioni di euro, grazie all'incremento delle vendite, al mix di offerta della *Business School* e all'incremento del portafoglio clienti di Newton.
- L'**Area Cultura** conferma la propria leadership nel panorama nazionale con una crescita dei ricavi pari al 2,1%.
- **Il risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante**, in miglioramento di 3,0 milioni di euro (+51,7%) è negativo per 2,8 milioni di euro e si confronta con un risultato di -5,8 milioni di euro nel 1° trimestre 2014.
- **Posizione Finanziaria Netta** negativa per 21,2 milioni di euro (+2,2 milioni di euro al 31 dicembre 2014).

Andamento della gestione al 31 marzo 2015

Contesto di mercato

I dati di mercato relativi al primo trimestre 2015 presentano un trend ancora in flessione rispetto al 2014 sia per quanto riguarda la raccolta pubblicitaria sia per le diffusioni dei quotidiani.

Il mercato pubblicitario, nella sua interezza, considerando la totalità dei mezzi, inclusa la televisione, nel primo bimestre 2015 registra una flessione del 5,2% rispetto allo stesso periodo del 2014.

Risulta ancora in sofferenza la raccolta pubblicitaria sulla stampa (-8,0%), i quotidiani si contraggono dell'8,9% e i periodici del 6,2%. In calo gli investimenti sull'*online* (-5,3%), mentre per la radio si registra un incremento del 5,2% (fonte: *Nielsen, gennaio-febbraio 2015*).

Per quanto riguarda le diffusioni, dati ADS, indicano per il periodo gennaio – marzo 2015 un calo delle diffusioni della versione cartacea dei principali quotidiani nazionali pari a circa il 9,1% rispetto allo stesso periodo del 2014. La diffusione delle copie cartacee sommate a quelle digitali mostra un calo pari al 3,8%.

Anche per il mercato dell'editoria professionale, il primo bimestre del 2015 registra trend analoghi a quelli dell'esercizio precedente, confermando quindi, allo stato attuale, la previsione di un 2015 in contrazione generale pari a circa il -5% rispetto al 2014 (fonte *Databank 2014*).

I dati d'ascolto più recenti relativi al mezzo radiofonico si riferiscono al totale 2014 e ammontano a 34.314.000 ascoltatori nel giorno medio, con una contrazione dell'1,5% (-539.000) rispetto all'anno 2013.

La crisi economica in atto determina una crescente difficoltà della domanda finale nei mercati principali del Gruppo: imprese, famiglie, professionisti. Per il 2015 s'intravedono segnali di ripresa, confermati dalle stime del Centro Studi Confindustria, che prevede per l'Italia una crescita dello 0,7%.

Il modello di consumo si evolve a favore di media elettronici, banche dati, prodotti e servizi *online*. Questo fenomeno determina una contrazione della spesa, a causa della difficoltà nel mercato professionale a vendere le informazioni *online* a prezzi adeguati alle versioni cartacee.

Andamento del GRUPPO 24ORE

Il 28 maggio 2014, è stata perfezionata la cessione della partecipazione pari al 100% del capitale di 24 ORE Software S.p.A. a favore di TeamSystem S.p.A.. Tale operazione è stata trattata in applicazione dell'IFRS 5. Nella voce *Risultato delle attività operative cessate* sono iscritti gli utili e le perdite dell'area ceduta, inclusa la plusvalenza rilevata, al netto dei costi di vendita. I dati di sintesi sotto riportati sono stati rideterminati in seguito alla cessione citata.

PRINCIPALI DATI DEL GRUPPO 24 ORE		
migliaia di euro	† Trimestre 2015	† Trimestre 2014 Rideterminato
Ricavi	84.805	85.015
Margine operativo lordo (EBITDA)	1.827	242
Risultato operativo (EBIT)	(1.999)	(3.403)
Risultato ante imposte	(2.285)	(4.158)
Risultato netto delle attività in funzionamento	(2.987)	(4.951)
Risultato delle attività operative cessate	-	(794)
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(2.817)	(5.826)
Posizione finanziaria netta	(21.209)	2.215 (1)
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante	106.987	109.804 (1)
Numero dipendenti a fine periodo	1.229	1.228 (1)

(1) Valore relativo al 31 dicembre 2014

Ai fini della Relazione degli amministratori, gli effetti economici delle altre operazioni straordinarie del 2014 sono esposti in un'unica riga, denominata *Risultato di altre attività in discontinuità*. Tra queste operazioni ci sono i costi legati alla cessione del ramo di azienda Business Media.

I dati economici esposti e commentati nella Relazione del Consiglio di amministrazione, sia consolidati che per area, sono a perimetro omogeneo per facilitarne la comparabilità.

PRINCIPALI DATI DEL GRUPPO 24 ORE A PERIMETRO OMOGENEO		
migliaia di euro	† Trimestre 2015	† Trimestre 2014
Ricavi	84.805	84.339
Margine operativo lordo (EBITDA)	1.827	1.424
Risultato operativo (EBIT)	(1.999)	(2.214)
Risultato ante imposte	(2.285)	(2.970)
Risultato netto a perimetro omogeneo	(2.987)	(3.763)
Risultato delle attività operative cessate	-	(794)
Risultato di altre attività in discontinuità	-	(1.188)
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(2.817)	(5.826)
Posizione finanziaria netta	(21.209)	2.215 (1)
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante	106.987	109.804 (1)
Numero dipendenti a fine periodo	1.229	1.228 (1)

(1) Valore relativo al 31 dicembre 2014

Nel primo trimestre 2015, il Gruppo 24 ORE ha conseguito **ricavi consolidati** pari a 84,8 milioni di euro, in incremento di 0,5 milioni di euro rispetto allo stesso periodo del 2014. Tale risultato è stato ottenuto grazie all'innovazione dei prodotti e servizi con focalizzazione alle esigenze del cliente e all'integrazione dei contenuti che ha consentito di ottenere ricavi diffusionali del quotidiano in crescita dello 0,9%, con diffusioni in crescita del 7,4% in un mercato in calo del 3,8% (fonte rilevazioni ADS gennaio-marzo 2015), un significativo incremento dei ricavi pubblicitari del 3,6%,

in controtendenza rispetto al mercato (-5,2% Fonte: *Nielsen gennaio - febbraio 2015*). In crescita i ricavi dell'area Formazione (+13,1%) e Cultura (+2,1%).

I ricavi digitali da contenuto informativo, che aumentano di 2,2 milioni di euro, pari al 14,8% rispetto al pari periodo del precedente esercizio, hanno superato i ricavi da contenuto in versione cartacea, attestandosi a oltre il 50% del totale dei ricavi da contenuto, rispetto al 41% dello stesso periodo del 2014.

I ricavi digitali complessivi del Gruppo ammontano a 26,5 milioni di euro e sono pari al 31,2% del totale dei ricavi (erano pari al 29,1% nel primo trimestre 2014) in incremento del 7,8% rispetto al pari periodo del 2014.

In particolare:

- La raccolta pubblicitaria System, pari a 33,3 milioni di euro, è in crescita di 1,2 milioni di euro (+3,6%) rispetto al primo trimestre 2014, in controtendenza rispetto al mercato, in contrazione del 5,2%. Crescono sia i ricavi su mezzi del Gruppo (+0,4 milioni di euro, +1,2%) che sui mezzi di editori terzi (+0,8 milioni, +14,1%). Il risultato è stato raggiunto in particolare grazie alla crescita della raccolta sui mezzi stampa (+2,8% vs -8,0% mercato) e su Radio 24 (+12,6% vs 5,2% mercato). Da segnalare la tenuta dei ricavi pubblicitari di internet (-1,0% vs mercato in calo del 5,3%) - Fonte: *Nielsen – gennaio-febbraio 2015*. Le migliori performance della concessionaria rispetto al mercato sono frutto della nuova politica commerciale, basata sulla crescita del prezzo di vendita, sull'allargamento e arricchimento del portafoglio di offerta attraverso il nuovo mensile *HTSI (How to spend it)*, nonché sull'ampliamento e la diversificazione del portafoglio clienti. Continua lo sviluppo di numerosi progetti di comunicazione integrata multimediale (stampa, radio e internet) anche attraverso iniziative speciali create ad hoc per i clienti;
- i ricavi diffusionali del quotidiano sono in crescita dello 0,9% rispetto al primo trimestre 2014. Tale risultato è stato trainato dal nuovo sistema integrato di offerta, che contribuisce in maniera significativa alla crescita delle diffusioni del quotidiano. Il Sole 24 ORE si conferma nei primi tre mesi del 2015 il primo quotidiano digitale con oltre 213 mila copie digitali a marzo 2015 (+25,4% verso marzo 2014) e il secondo quotidiano nazionale per diffusioni complessive carta + digitale con 389 mila copie complessive carta + digitale a marzo 2015 (+7,4% verso marzo 2014). A completamento del sistema Sole, alle copie cartacee e digitali si aggiungono gli oltre 30.000 abbonamenti a pagamento de *IlSole24ore.com*;
- i ricavi dell'Area Formazione ammontano a 8,7 milioni di euro, in crescita di 1,0 milione di euro pari al 13,1%, per il buon andamento dei master part time di specializzazione (+28,1%), nonché per lo sviluppo della linea e dei ricavi Newton, attribuibile in particolare all'acquisizione di nuovi clienti in portafoglio;
- i ricavi dell'Area Cultura, pari a 5,5 milioni di euro, sono in aumento del 2,1% rispetto al 1° trimestre 2014, nonostante alcune mostre inaugurate in ritardo rispetto a quanto pianificato. Nei primi tre mesi del 2015 sono terminate le mostre di *Chagall, Van Gogh, Giacometti, Divina Marchesa* e proseguono quelle su *Food, Medardo Rosso, Klimt (Parigi), Mirò Mantova*. In marzo sono state inaugurate, a Venezia e a Torino, le rassegne dedicate rispettivamente a Henry Rousseau e Tamara de Lempicka ed è stato inaugurato il Museo delle Culture – MUDEC nello spazio ex Ansaldo a Milano;

- i ricavi derivanti dalla vendita di collaterali, libri e periodici cartacei sono in calo complessivamente di 2,9 milioni di euro (-34,8%) rispetto al primo trimestre 2014, che beneficiava del risultato positivo della collana BBC English, per effetto della migrazione al digitale di alcune testate periodiche e dalla continua razionalizzazione del catalogo libri e delle collane dei collaterali dettata dalla massima attenzione alla marginalità dei prodotti.

I **costi complessivi** sono pari a 86,3 milioni di euro e sono in linea rispetto al primo trimestre del 2014. Alcune tipologie di costo, grazie all'implementazione della strategia digitale e alle politiche e azioni di contenimento di tutte le nature di costo, sono diminuite, in particolare:

- i costi per materie prime e di consumo, pari a 3,4 milioni, diminuiscono di 1,0 milioni di euro (-23,4%), principalmente riconducibili alla politica intrapresa dal Gruppo di passaggio al digitale, con conseguente riduzione della tiratura media del quotidiano e degli altri prodotti cartacei;
- i costi di distribuzione, pari a 6,2 milioni di euro, diminuiscono di 1,0 milioni di euro (-13,3%) principalmente per minori volumi di prodotti cartacei distribuiti;
- i costi stampa, in diminuzione del 5,3%, pari a riconducibili principalmente al quotidiano, per effetto della riorganizzazione dell'assetto produttivo;
- i costi per servizi centralizzati delle funzioni corporate diminuiscono di 1,3 milioni di euro rispetto al primo trimestre 2014 e presentano un'incidenza dell'11,4% sui ricavi consolidati nel primo trimestre 2015 rispetto al 13% del pari periodo 2014.

Alcune tipologie di costo sono in incremento in quanto direttamente correlati alla crescita dei ricavi. In particolare:

- le competenze pubblicitarie verso editori terzi pari a 5,2 milioni di euro in aumento del 14,1% per l'incremento del fatturato di testate in concessione e l'acquisizione di nuove testate;
- i costi legati agli eventi realizzati da Newton crescono di 0,8 milioni di euro, direttamente correlati all'aumento del fatturato;
- i costi di vendita sono aumentati di 1,7 milioni di euro (+32,9%), in particolare per un diverso mix di prodotti venduti, unitamente all'effetto derivante dal contratto di agenzia stipulato con TeamSystem, acquirente dell'area Software, a seguito della cessione della stessa.

Il **costo del personale**, pari a 27,7 milioni, è in linea rispetto al 1° trimestre del 2014: il calo del costo derivante dalla riduzione dell'organico medio, unitamente ai benefici dell'aumento della solidarietà, hanno consentito di neutralizzare i maggiori costi derivanti dall'applicazione dei contratti collettivi.

Il personale dipendente in organico al 31 marzo 2015 è pari a 1.229 unità e si confronta con un dato al 31 dicembre 2014 di 1.228 unità. L'organico medio a perimetro omogeneo diminuisce di 13 unità verso il primo trimestre 2014 ed è pari a 1.207 unità e si confronta con un dato al 31 marzo 2014 di 1.220.

Il **Margine Operativo Lordo (*ebitda*)**, positivo per 1,8 milioni di euro in miglioramento per 0,4 milioni di euro (+28,3%), e si confronta con un risultato di 1,4 milioni di euro nel primo trimestre 2014. Tale risultato è stato ottenuto grazie alla **crescita dei ricavi** in particolare di pubblicità, formazione e dei prodotti digitali, unitamente alla costante attenzione al contenimento dei costi e alle azioni di ottimizzazione dell'assetto organizzativo, produttivo e distributivo e all'efficienza dei processi in tutte le aree del Gruppo.

Il **risultato operativo (*ebit*)**, in miglioramento di 0,2 milioni rispetto al primo trimestre 2014 (+9,7%) è negativo per 2,0 milioni di euro e si confronta con un *ebit* negativo di 2,2 milioni di euro nel 2014. Gli ammortamenti e le svalutazioni ammontano a 3,9 milioni di euro contro i 3,6 milioni di euro dello stesso periodo del precedente esercizio.

Il **risultato delle attività operative cessate** nel primo trimestre 2014 era negativo per 0,8 milioni di euro, e si riferiva al risultato netto dell'area Software ceduta nel maggio 2014; mentre il **risultato di altre attività in discontinuità** nel primo trimestre 2014 era negativo per 1,2 milioni di euro e si riferiva agli utili e perdite del ramo d'azienda Business Media, la cui cessione è stata perfezionata nel gennaio 2014.

Il **risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante** in miglioramento di 3,0 milioni di euro (+51,7%) ed è pari a -2,8 milioni di euro e si confronta con risultato negativo di 5,8 milioni di euro del primo trimestre 2014.

La **posizione finanziaria netta** è negativa per 21,2 milioni di euro, si confronta con un valore di +2,2 milioni di euro al 31 dicembre 2014 e diminuisce principalmente per effetto dell'andamento del capitale circolante netto, in relazione alla dinamica dei pagamenti di inizio anno, della diversa stagionalità degli incassi e degli investimenti netti.

Relazione sull'andamento delle aree di attività

Nel prospetto che segue sono riportati i dati essenziali del Gruppo suddivisi per area di attività.

CONTO ECONOMICO PER AREE DI ATTIVITA'

SETTORE	Ricavi vs. terzi	Ricavi Intersettori	Tot. Ricavi	EBITDA	Ammor/Svalut/Plus/minusvalenze	EBIT
EDITRICE						
1° Trimestre 2015	37.059	21.153	58.212	1.620	(1.772)	(152)
1° Trimestre 2014	38.999	21.142	60.141	2.993	(1.754)	1.238
SYSTEM						
1° Trimestre 2015	33.273	2	33.275	1.458	(2)	1.457
1° Trimestre 2014	32.087	38	32.125	753	(2)	751
FORMAZIONE ED EVENTI						
1° Trimestre 2015	8.514	222	8.737	1.146	(46)	1.100
1° Trimestre 2014	7.598	130	7.728	1.301	(39)	1.262
CULTURA						
1° Trimestre 2015	5.408	50	5.458	(204)	(13)	(217)
1° Trimestre 2014	5.337	8	5.346	476	(14)	462
CORPORATE E SERVIZI CENTRALIZZATI						
1° Trimestre 2015	551	-	551	(2.194)	(1.993)	(4.186)
1° Trimestre 2014	318	-	318	(4.098)	(1.830)	(5.928)
CONSOLIDATO						
1° Trimestre 2015	84.805	-	84.805	1.827	(3.826)	(1.999)
1° Trimestre 2014	84.339	-	84.339	1.424	(3.639)	(2.214)

Editrice

Editrice è la divisione cui fanno capo il quotidiano il Sole24 ORE, nella versione carta e digitale; i prodotti digitali collegati al quotidiano, i prodotti allegati al quotidiano, i periodici, i collaterali; l'editoria professionale, con i suoi prodotti a contenuto tecnico e normativo rivolti al mondo dei professionisti, delle aziende e della PA; l'Agenzia di stampa Radiocor, Radio 24, la radio news & talk del Gruppo.

RISULTATI DELL'AREA EDITRICE

migliaia di euro	1° Trimestre 2015	1° Trimestre 2014	variazione %
Ricavi diffusionali/altro	37.208	38.977	-4,5%
Ricavi pubblicitari	21.004	21.164	-0,8%
Ricavi	58.212	60.141	-3,2%
Margine operativo lordo (EBITDA)	1.620	2.993	-45,9%
EBITDA Margin %	2,8%	5,0%	-2,2 p.p.
Risultato operativo	(152)	1.238	-112,3%

Andamento del mercato

Nel corso dei primi tre mesi del 2015, il mercato in cui opera l'Editrice ha registrato, in tutti i settori in cui opera, trend ancora in flessione, analoghi a quelli che hanno caratterizzato l'esercizio 2014.

Il mercato pubblicitario nel periodo gennaio – febbraio 2015 mostra un calo complessivo del 5,2%, i quotidiani registrano una flessione dell'8,9%, i periodici del 6,2%. Unico mezzo in controtendenza è la radio che cresce del 5,2%. Internet registra un calo del 5,3% (fonte: *Nielsen gennaio febbraio 2015*).

Per quanto riguarda le diffusioni, i dati ADS, indicano per il periodo gennaio – marzo 2015 un calo delle diffusioni della versione cartacea dei principali quotidiani nazionali pari a circa il 9,1% rispetto allo stesso periodo del 2014. La diffusione delle copie cartacee sommate a quelle digitali mostra un calo pari al 3,8%.

Anche per il mercato dell'editoria professionale, il primo bimestre del 2015 registra trend analoghi a quelli dell'esercizio precedente, confermando quindi, allo stato attuale, la previsione di un 2015 in contrazione generale pari al -5% rispetto al 2014 (fonte *Databank 2014*).

I dati d'ascolto più recenti relativi al mezzo radiofonico si riferiscono al totale 2014 e ammontano a 34.314.000 ascoltatori nel giorno medio, con una contrazione dell'1,5% (-539.000) rispetto all'anno 2013.

Andamento dell'Area

Nel primo trimestre 2015 è proseguita la spinta all'integrazione di mercato e di offerta tra il quotidiano carta e digitale, con i prodotti digitali collegati, i periodici, i collaterali e l'editoria professionale rivolta ai mercati del fisco-lavoro, legale, tecnici e PA. Si arricchisce inoltre il sistema innovativo di offerta per i principali segmenti e sub-segmenti di mercato, con l'obiettivo di aumentare la spesa media per cliente e penetrare ulteriormente nella fascia alta del mercato professionale.

L'**Editrice** chiude il primo trimestre del 2015 con **ricavi** pari a 58,2 milioni di euro (-3,2% verso il primo trimestre 2014). I ricavi diffusionali ammontano complessivamente a 37,2 milioni in calo di

1,8 milioni di euro (-4,5% rispetto al pari periodo del 2014) in conseguenza del calo dell'offerta cartacea di collaterali, periodici, riviste specializzate e libri. Si conferma il positivo andamento dei ricavi diffusionali del quotidiano, che presenta una crescita (+0,9%) in controtendenza rispetto al mercato di riferimento. Prosegue inoltre la crescita dei **ricavi digitali da contenuto informativo** (quotidiano, quotidiano digitale verticale, riviste professionali digitali, banche dati), che aumentano di 2,2 milioni di euro, pari al 14,8% rispetto al pari periodo del precedente esercizio, e superano i ricavi da contenuto in versione cartacea, attestandosi a oltre il 50% del totale dei ricavi da contenuto, rispetto al 41% dello stesso periodo del 2014.

I **ricavi pubblicitari** ammontano a 21,0 milioni di euro, in linea rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. I ricavi pubblicitari di Radio24, in un mercato che cresce del 5,2%, registrano un incremento del 12,6%.

Il **marginale operativo lordo** di Editrice, è positivo per 1,6 milioni di euro, confermando le dinamiche già emerse nel corso dell'esercizio precedente legate alle scelte strategiche di innovazione digitale e alla razionalizzazione e valorizzazione del portafoglio prodotti, unitamente al contenimento dei costi e all'efficienza dei processi. Rispetto al pari periodo dell'esercizio precedente il margine operativo lordo è in calo di 1,4 milioni di euro e risente del calo dei prodotti cartacei (quotidiano, periodici e collaterali) e dei maggiori costi di vendita.

Nel 2015, prosegue lo sviluppo di un sistema innovativo di offerta con l'introduzione sul mercato di prodotti e soluzioni che contribuiscono all'obiettivo di mantenere il posizionamento di leader di mercato del **quotidiano** e massimizzarne il valore strategico nello sviluppo dei business del Gruppo, offrendo prodotti, servizi e strumenti innovativi in grado di soddisfare tutti i bisogni informativi e formativi dei diversi segmenti di clientela.

Il nuovo sistema integrato di offerta continua a contribuire in maniera significativa alla crescita delle diffusioni del quotidiano Il Sole 24 ORE, che si conferma nei primi tre mesi del 2015 il primo quotidiano digitale con oltre 213 mila copie digitali a marzo 2015 (+25,4% verso marzo 2014) e il secondo quotidiano nazionale per diffusioni complessive carta + digitale con 389 mila copie complessive carta + digitale a marzo 2015 (+7,4% verso marzo 2014). A completamento del sistema Sole, alle copie cartacee e digitali si aggiungono gli oltre 30.000 abbonamenti de IlSole24ore.com.

In particolare, i quotidiani verticali continuano a essere parte integrante della strategia di sviluppo dell'offerta del Gruppo collegata al quotidiano: nei primi mesi del 2015 sono stati sviluppati ulteriormente i nuovi quotidiani verticali rivolti ai *Financial Services*, *Consulente Finanziario24* e *Assicurazioni24* e lanciato il nuovo quotidiano digitale della Sanità, che raccoglie l'informazione, l'approfondimento e l'attualità normativa in materia di sanità, oltre all'informazione quotidiana autorevole di taglio economico e normativo sul settore.

Sempre sul fronte del quotidiano, proseguono le azioni finalizzate all'arricchimento dei servizi con una serie di appuntamenti settimanali, tra cui si segnala l'iniziativa *Antologia della risata*, il libro *Jobs act* e i Focus de Il Sole 24 ORE disponibili anche in versione digitale come *e-book*, realizzati dalla redazione di Norme e Tributi, che fanno il punto sulle novità in materia di lavoro, previdenza, società e fisco.

Sono stati inoltre organizzati due appuntamenti oramai consolidati con i lettori de Il Sole 24 ORE. Il primo, il 29 gennaio 2015 con la 24° edizione di Telefisco, il convegno in cui gli esperti del quotidiano e i funzionari dell'amministrazione finanziaria hanno illustrato le principali novità della legge di stabilità, e ha visto la partecipazione record di 110.000 professionisti e 114 sedi collegate

in tutta Italia. Il secondo appuntamento si è tenuto il 13 marzo con il 17° Premio Alto Rendimento, il riconoscimento attribuito dal Sole 24 ORE alle Società di Gestione ed ai Fondi Comuni d'investimento che si sono distinti per i risultati conseguiti.

Continua lo sviluppo multimediale del brand *Nòva*, nel primo trimestre è stato infatti pubblicato un nuovo numero de *La Vita Nòva*, il magazine digitale disponibile su *Tablet* dedicato al tema della luce e al *design*. Per *Nòva24*, la sezione del quotidiano dedicata all'innovazione, si conferma l'interesse del mercato per i *Nòva Progetti*, gli approfondimenti verticali monografici dalle pagine de Il Sole 24 ORE in edicola il mercoledì.

How to Spend it conferma i positivi risultati nel segmento dei magazine di lusso e *lifestyle*, realizzando una buona raccolta pubblicitaria nel trimestre. Nel mese di Aprile il magazine ha raddoppiato la presenza in edicola con due uscite, una della quali dedicata al mondo del *design*.

A gennaio l'edizione di Pitti Immagine Uomo è stata l'occasione per dare ulteriore visibilità ai prodotti dell'area moda, lusso e *lifestyle* con distribuzioni mirate di *How To Spend It*, *IL* e *Moda24*. In particolare è stato lanciato il nuovo numero di *Moda24 Speciale Pitti*, un inserto di 32 pagine arricchito ancora una volta da un'app di realtà aumentata che trasforma la lettura in un'esperienza interattiva e multimediale offrendo così un giornale più ricco di contenuti legati al mondo *fashion*.

Il sito *www.ilsole24ore.com*, primo sito italiano a pagamento, nel primo trimestre 2015 registra una media di quasi 767 mila *browser* unici in crescita dell'8,7% e una crescita delle pagine viste pari a 12,0% rispetto alla media del primo trimestre 2014. (Fonte dati: *Omniture Sitecatalyst*). Nel mese di gennaio il sito ha registrato un traffico *record* in termini di *browser* unici, superando quota 12 milioni. La versione mobile del sito *www.ilsole24ore.com* rileva nel primo trimestre 2015 un aumento del 196,4% dei *browser* unici nel giorno medio e del 66,3% di pagine viste (Fonte dati: *Omniture Sitecatalyst*) grazie al *restyling* grafico e all'ottimizzazione della fruizione dei contenuti.

Si conferma crescita sul fronte *social*, al 31 marzo 2015 la pagina *Facebook* ufficiale de Il Sole 24 ORE contava quasi 540.000 *fan*, in crescita del 33% rispetto al valore al 31 marzo 2014. Il numero di *Follower su Twitter* ha raggiunto quota 2 milioni (Fonte dati: elaborazione dati interni)

I ricavi carta complessivi di **periodici specializzati** e **libri** calano del 24,9% per effetto della contrazione del mercato e alla scelta di razionalizzazione del portafoglio.

L'andamento dei ricavi dei prodotti di **editoria elettronica** rivolti ai professionisti segna una dinamica positiva rispetto al 1° trimestre del 2014, grazie in particolare al risultato di *PlusPlus24 Fisco*.

Nei primi mesi del 2015 prosegue il lavoro di sviluppo e innovazione dell'offerta di editoria elettronica con particolare riferimento alle banche dati e a *PlusPlus24Fisco*, lanciato a novembre 2014 e rivolto ai professionisti del Fisco. L'innovazione dell'offerta è resa possibile anche grazie al lavoro di innovazione delle piattaforme tecnologiche e del processo di sviluppo, dall'attenzione al design e alla semplicità di uso dei prodotti digitali che hanno valorizzato al meglio la ricchezza e l'autorevolezza dei contenuti del Gruppo e la forza del Brand. I risultati conseguiti in termini di risposta del mercato sono molto incoraggianti: *PlusPlus 24 Fisco* si conferma una soluzione molto apprezzata dai clienti di fascia alta del mercato dei professionisti fiscali. Sulla base del successo di *PlusPlus24Fisco*, ad aprile è stato lanciato *PlusPlus24 Lavoro* rivolto ai professionisti del lavoro.

Nel mese di marzo è stato inoltre lanciato il nuovo periodico mensile *Norme e Tributi Mese* che nasce dalla collaborazione tra la redazione di *Norme e Tributi* e le redazioni professionali. Si tratta di una rivista – disponibile sia su carta che in versione digitale - di dottrina e approfondimento, con

un comitato scientifico composto dalle più prestigiose firme del nostro quotidiano. Il periodico, venduto in edicola e in abbonamento ha avuto un ottimo riscontro di vendite.

Prosegue inoltre il processo di sviluppo dei periodici digitali con il lancio a gennaio della nuova versione digitale di *Guida al Lavoro*, che si affianca a *Guida al Diritto*, a *Settimana Fiscale*, a *Guida ai Controlli Fiscali* e a *Guida a Contabilità e Bilancio*.

E' stata sviluppata inoltre la nuova *Banca Dati 24*, piattaforma per erogare contenuti personalizzati rivolti a Grandi Clienti ed Aziende.

Il Sole 24 ORE si conferma partner privilegiato e punto di riferimento per i professionisti e le aziende italiane, anche grazie a una costante presenza sul territorio nei principali appuntamenti professionali, occasioni che consentono di avere un contatto diretto con i propri clienti, ma anche grandi opportunità commerciali di presentazione e vendita di prodotti e soluzioni editoriali.

Relativamente alla Radio, i dati d'ascolto di più recenti relativi al mezzo radiofonico in Italia si riferiscono al totale 2014 e ammontano a 34.314.000 ascoltatori nel giorno medio, con una contrazione dell'1,5% (-539.000) rispetto all'anno 2013. **Radio24** nel 2014 consolida la 9° posizione nella classifica delle radio nazionali con 1.965 mila ascoltatori che salgono a 2.178 mila dal lunedì al venerdì. Tra le prime 15 emittenti nazionali Radio 24 è l'unica a crescere nel secondo semestre 2014 rispetto al secondo semestre 2013, in netta controtendenza rispetto al mercato.

Buon risultato di Radio 24, infatti, oltre a crescere nell'ascolto complessivo (+0,4% con 1.965.000 ascoltatori) Radio 24 registra un incremento del 12% anche nell'ascolto del quarto d'ora medio, confermando l'aumento della durata dell'ascolto medio di ogni singolo radioascoltatore. Anche l'andamento del primo trimestre 2015 sembra confermare l'apprezzamento da parte degli ascoltatori.

Per i primi mesi del 2015 **Radio 24** ha arricchito il palinsesto arricchendolo con nuovi programmi con l'ingresso di due dei personaggi più noti del mondo della musica e della comicità italiane: Enrico Ruggeri e Leonardo Manera. Dal 2 febbraio Enrico Ruggeri esordisce alla conduzione radiofonica con il programma "Il Falco e il gabbiano" in onda dal lunedì a venerdì dalle 15.30-16.30 e dal 7 febbraio entra nel palinsesto "Avanzi di Manera" condotto da Leonardo Manera e in onda il sabato dalle 14.30 alle 15.00.

A fine marzo è stato lanciato il nuovo sito di Radio 24, per *web*, *tablet* e *smartphone*, che si arricchisce di nuovi servizi e funzionalità volti a sviluppare l'interattività con il pubblico e a fruire la radio anche attraverso l'*online*. Particolare attenzione è stata dedicata all'integrazione con i social media e alla fruizione da mobile del sito.

Sempre più diffuso l'ascolto della radio *on demand* e nel corso del primo trimestre 2015 il numero di file audio e podcast scaricati è cresciuto del 27% rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente raggiungendo oltre 4.380.000 file scaricati.

La raccolta pubblicitaria di Radio 24 ha registrato un incremento del 12,6% rispetto al primo trimestre 2014 con una performance migliore di 6,4 punti percentuali rispetto al mercato radio nazionale (fonte: *Fcp Assoradio gennaio – marzo 2015*). In termini di spazi Radio 24 registra un +9,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (fonte: *Nielsen, analisi per secondi gen-mar 2015*) e mantiene stabile al 9,4% la sua quota in secondi rispetto al totale mercato radio.

L'agenzia Radiocor presenta nei primi tre mesi del 2015 ricavi in calo 0,3 milioni rispetto allo stesso periodo del 2014. Le linee di sviluppo prevedono una sempre maggiore integrazione dell'offerta dell'Agenzia con l'offerta multimediale de Il Sole 24 ORE, accompagnata da una spinta

all'innovazione dell'offerta e all'evoluzione del portafoglio prodotti in forma sinergica con l'offerta del Gruppo rivolta ai Financial Services, unitamente a un'attenzione alla razionalizzazione dei costi.

System – Raccolta pubblicitaria

System è la divisione che svolge l'attività di concessionaria di pubblicità dei principali mezzi del Gruppo e di alcuni mezzi di terzi.

RISULTATI DELL'AREA SYSTEM			
migliaia di euro	1° Trimestre 2015	1° Trimestre 2014	variazione %
Ricavi Gruppo	26.506	26.191	1,2%
Ricavi Terzi	6.769	5.933	14,1%
Ricavi	33.275	32.125	3,6%
Margine operativo lordo (EBITDA)	1.458	753	93,6%
EBITDA Margin %	4,4%	2,3%	2,0 p.p.
Risultato operativo	1.457	751	93,9%

Andamento del mercato

Il trend del mercato pubblicitario chiude i primi 2 mesi del 2015 ancora in flessione con un calo del 5,2% (-2,5% chiusura anno 2014). La TV, che rappresenta il 62% del mercato, registra un calo del 4,9%, sono in sofferenza tutti i principali media: quotidiani (-8,9%), periodici (-6,2%), internet (-5,3%). Performance positive si rilevano solo per radio (+5,2%), *outdoor* e *transit*. (Fonte: Nielsen – gennaio-febbraio 2015; ultimo dato consolidato).

Andamento dell'area

System in netta controtendenza rispetto al mercato che evidenzia un calo del 5,2%, chiude il primo trimestre 2015 in incremento del 3,6% e realizza ricavi pari a 33,3 milioni di euro (32,1 milioni di euro nel primo trimestre 2014). I ricavi su mezzi del Gruppo crescono di 0,3 milioni di euro (+1,2%) rispetto al primo trimestre 2014, in particolare grazie alla crescita della stampa e della Radio. I ricavi su mezzi di editori terzi crescono di 0,8 milioni, principalmente grazie all'aumento soprattutto sulle testate estere.

La migliore performance di System, rispetto al mercato, è da attribuire all'introduzione di un nuovo modello commerciale, unitamente alla politica di incremento dei prezzi su tutti i media, allo sviluppo di nuove iniziative multimediali del Gruppo (sistema Sole) nonché al coinvolgimento di un più ampio portafoglio clienti attraverso le acquisizioni di nuove concessioni di siti terzi e di testate internazionali e al nuovo mensile HTSI (*How To Spend It*) in Italia.

System continua con le attività di sviluppo di numerosi progetti di comunicazione integrata multimediale (stampa-radio-internet), e iniziative speciali creati ad hoc per i clienti, realizzando anche con Radio 24 una significativa presenza sul territorio con attività sponsorizzate dai clienti.

Molto bene la concessionaria sui mezzi **stampa** che, rispetto ad un mercato in notevole flessione nel primo bimestre (-8,0%), registra una crescita del +2,8%, anche grazie al contributo della raccolta su HTSI (*How To Spend It*) in Italia. Performance che risulta in controtendenza anche nel confronto con l'ultimo dato *FCP-Osservatorio Stampa*, progressivo a marzo (-6,4%).

Il Sole 24ORE nel complesso (quotidiano+supplementi) chiude il trimestre 2015 con un calo pari al 5,6% molto più contenuto rispetto al mercato (-8,9% fonte: Nielsen gennaio febbraio 2015; -7% fonte: FCP gennaio – marzo 2015). Tale risultato è stato raggiunto grazie alla crescita, del prezzo di

vendita della tipologia commerciale (+1%) e all'incremento d'innovativi progetti di comunicazione dedicati per i clienti che hanno consentito di attirare investimenti pubblicitari altrimenti dedicati ad altre iniziative. La tipologia finanziaria ha chiuso il primo trimestre 2015 sostanzialmente in linea con il 2014.

Radio 24 registra una crescita più che doppia (+12,6%) rispetto al mercato radio nel complesso (+5,2% Fonte: *Nielsen gennaio-febbraio 2015*; +6,2% Fonte: *FCP-Assoradio gennaio-marzo 2015*). Si conferma quindi la capacità System di promuovere sul mercato la qualità e l'unicità dell'offerta editoriale del mezzo Radio del Gruppo, attraverso una valida politica commerciale, lo sviluppo di progetti speciali e la presenza sul territorio con iniziative sponsorizzate dai clienti.

I ricavi di **Internet** sono in lieve flessione (-1%) e si confrontano con un calo del mercato online nel primo bimestre -5,3% (Nielsen; gennaio-febbraio); il trend è confermato anche dall'ultimo aggiornamento *FCP-Assointernet progressivo a marzo* (-2,4%). La performance risulta positiva, e quindi in controtendenza rispetto al mercato, se si considera il totale dell'online al netto della tipologia fondi (4,6%).

La concessionaria, nel corso del secondo semestre 2014, ha dato il via a una profonda ristrutturazione i cui benefici si manifestano appieno nel 2015 consentendo di realizzare un *ebitda* di 1,5 milioni di euro in miglioramento del 93,6%, rispetto al pari periodo del 2014.

Formazione ed eventi

L'Area Formazione ed eventi realizza formazione specialistica per giovani laureati, manager, professionisti e conferenze annuali ed eventi su commessa sul territorio nazionale per grandi clienti. Rientrano nell'Area le attività delle controllate Newton Management Innovation S.p.A., società di consulenza e formazione manageriale e Newton Lab S.r.l., agenzia di organizzazione eventi e di content management multimediale.

RISULTATI AREA FORMAZIONE PER SETTORE

migliaia di euro	†Trimestre 2015	†Trimestre 2014	variazione %
Business school	4.254	3.904	9,0%
Formazione Annual ed Eventi	452	722	-37,5%
Prodotti Newton Man.Innov.e Newton Lab	3.523	2.638	33,5%
Formazione Professionisti e PMI	509	464	9,6%
Ricavi	8.737	7.728	13,1%
Margine operativo lordo (EBITDA)	1.145	1.301	-12,0%
EBITDA Margin %	13,1%	16,8%	-3,7 p.p.
Risultato operativo	1.099	1.262	-12,9%

Andamento del mercato

Il mercato della formazione stima un fatturato pari a 300 milioni esclusa la formazione finanziaria (fonte: *Asfor 2014*). A differenza dello scorso anno le aziende che dichiarano di prevedere un aumento del budget (16,4%) superano quelle che indicano una riduzione (15,1%).

L'aula continua a costituire la metodologia didattica maggiormente seguita: oltre il 58% di tutte le attività di formazione programmate dalle aziende si svolgono con le modalità della docenza attiva, a volte erogata dagli stessi manager di linea. Tuttavia occorre rilevare il peso acquisito dalla formazione *on the job* e dal *coaching*. L'utilizzo dell'*e-learning* supera il 10% dei programmi di

formazione, infatti diverse imprese stanno sperimentando l'utilizzo di *social learning* attraverso la creazione e sviluppo di *network* professionali in cui la condivisione del *knowhow* costituisce la finalità più rilevante.

Per quanto riguarda il mercato degli eventi, il 2014 ha segnato un'inversione di tendenza e registrato un incremento degli investimenti in eventi da parte di aziende italiane: il volume complessivo di spesa è di 785 milioni di euro (+2% rispetto al 2013- Fonte: *Event Report – Astra Ricerche ADC Group – Novembre 2014*).

Andamento dell'area

I ricavi della **B.U. Formazione** comprensiva dei ricavi di 24 ORE Formazione, Eventi e linea Newton, ammontano a 8,7 milioni di euro ed evidenziano una crescita del 13,1% rispetto al primo trimestre 2014, in particolare grazie al buon andamento della Business School e dei prodotti della controllate Newton Management Innovation e Newton Lab.

I ricavi della **Business school** sono pari a 4,3 milioni di euro in crescita del 9,0% rispetto allo stesso periodo del precedente esercizio. Da segnalare la crescita del 28,1% rispetto al 2014 dei *master part-time* di specializzazione con 81 iniziative che hanno coinvolto oltre 1.600 manager. La crescita è anche derivata dall'ulteriore ampliamento della linea Master Executive sia in lingua italiana sia in lingua inglese.

I ricavi conseguiti da Newton Management Innovation nel mercato della formazione e da Newton Lab nel mercato degli eventi registrano una considerevole crescita (33,5%), dovuta principalmente allo sviluppo di nuova clientela con conseguente aumento delle quote di mercato, per quanto la redditività media degli eventi risulti inferiore rispetto al primo trimestre 2014.

L'ebitda dell'area Formazione ed eventi è pari a 1,1 milioni di euro, in calo di 0,2 milioni di euro rispetto al primo trimestre 2014 principalmente per la minore redditività di alcuni eventi.

Cultura

L'Area include le attività del Gruppo nel settore della Cultura, attraverso 24ORE Cultura S.r.l. e opera nell'ambito della produzione di contenuti editoriali in due segmenti produzione di mostre e pubblicazione di libri.

RISULTATI DELL'AREA CULTURA			
migliaia di euro	1°Trimestre 2015	1°Trimestre 2014	variazione %
Ricavi diffusionali/altro	5.458	5.346	2,1%
Ricavi	5.458	5.346	2,1%
Margine operativo lordo (EBITDA)	(204)	476	-142,8%
EBITDA Margin %	-3,7%	8,9%	-12,6 p.p.
Risultato operativo	(217)	462	-146,9%

Andamento del mercato

Il mercato della produzione delle mostre ed esposizioni ha evidenziato sulla base degli ultimi dati disponibili un trend in crescita del 4% dei ricavi (fonte SIAE – rilevazione maggio 2014 su dati 2013).

Andamento dell'area

L'Area Cultura ha registrato nel primo trimestre del 2015 ricavi pari a 5,5 milioni di euro, in crescita del 2,1% rispetto allo stesso periodo del 2014. Tale risultato è stato raggiunto nonostante le mostre di *Africa e Mondì a Milano* e *Tamara de Lempicka* a Torino siano state inaugurate con un mese di ritardo rispetto a quanto pianificato.

L'ebitda dell'area registra un decremento di 0,7 milioni di euro. Tale scostamento è principalmente dovuto ad una diversa composizione delle mostre che rispetto al 2014 ha comportato una minore marginalità media nel primo trimestre 2015, anche in conseguenza di minori sponsorizzazioni ed eventi, nonché risente anche dell'inaugurazione posticipata di due mostre (*Africa e Mondì a Milano* e *Tamara de Lempicka* a Torino).

Nei primi tre mesi del 2015 sono state concluse le rassegne relative a: *Chagall, Van Gogh, Giacometti, Divina Marchesa*; proseguono inoltre le mostre su *Food, Medardo Rosso, Klimt (Parigi), Mirò Mantova*. In marzo sono state inaugurate, a Venezia e a Torino, le rassegne dedicate rispettivamente a *Henry Rousseau, Tamara de Lempicka e Africa e Mondì* a Milano.

Il 26 marzo 2015 è stato inaugurato il Museo delle Culture – MUDEC nello spazio ex Ansaldo, con l'avvio delle mostre. MUDEC nasce da un'operazione di recupero di archeologia industriale in uno dei quartieri più vivaci della città di Milano, zona Tortona. La gestione del museo è in partnership tra pubblico e privato che vede insieme il Comune di Milano e 24 ORE Cultura. Il Museo delle Culture ospiterà grandi mostre internazionali declinate attraverso diversi linguaggi artistici. All'interno dell'edificio si sviluppano una molteplicità di occasioni di intrattenimento che vanno dal *bistrot* al ristorante, dal *design store* al *bookshop*, dall'auditorium alla *Mudec Academy* fino agli spazi per l'*education* dei più piccoli.

FATTI DI RILIEVO DEI PRIMI TRE MESI DEL 2015

In data 23 febbraio 2015 è stato sottoscritto con le RSU poligrafiche un accordo sindacale di rinnovo, per il biennio marzo 2015 – febbraio 2017, del contratto di solidarietà difensivo per i dipendenti con contratto poligrafico.

Con tale accordo, rispetto al biennio precedente, si ottiene un significativo incremento del risparmio del costo del lavoro: in particolare nelle aree di Preparazione del Quotidiano (circa 100 unità) il risparmio definito è sino al 35/40%.

L'accordo prevede inoltre il mantenimento di tale livello di risparmio anche nell'anno successivo alla fine del contratto di solidarietà, attraverso gli strumenti disponibili e non socialmente traumatici.

In data 27 marzo 2015 è stato sottoscritto con le RSU grafiche l'accordo di rinnovo del contratto di solidarietà difensivo, per il biennio marzo 2015 – febbraio 2017.

Con tale accordo, rispetto al biennio precedente, si ottiene un ulteriore risparmio sul costo del lavoro dei dipendenti con contratto grafico, diversificato da sede a sede.

Il 9 febbraio 2015 la controllata 24 ORE Cultura S.r.l. ha acquistato il 100% del capitale sociale di MostraMi S.r.l., operante nel settore delle biglietterie e accoglienza per mostre ed eventi.

Il 5 marzo 2015 è stata costituita la società Food 24 Guele S.r.l., di cui 24 ORE Cultura S.r.l. detiene il 51% del capitale sociale. La società opererà nel settore della ristorazione, nell'ambito del progetto Ansaldo.

Il 26 marzo è stato inaugurato il Museo delle Culture – MUDEC, con l'avvio delle mostre *Africa e Mondi a Milano*.

In data 13 marzo 2015 il Consiglio di amministrazione ha approvato il piano 2015 - 2019 che prevede una crescita per linee interne basata sui seguenti principali obiettivi strategici:

- innovazione digitale di prodotti e servizi segmentati per fascia di mercato e, in particolare, destinati alla fascia alta;
- integrazione di tutti i contenuti prodotti dal Gruppo (Sistema Sole), facendo leva sul posizionamento leader del Quotidiano;
- sviluppo nazionale ed internazionale delle aree Cultura e Formazione;
- sviluppo della concessionaria, anche attraverso la realizzazione di progetti integrati di comunicazione oltre al mantenimento della valorizzazione del target alto spendente;
- costante efficientamento della struttura organizzativa e produttiva e dei processi;
- generare risultati economici e flussi finanziari positivi, a supporto della crescita.

EVENTI SUCCESSIVI AL 31 MARZO 2015

Il 23 aprile 2015, l'Assemblea ha deliberato di ripianare integralmente la perdita di esercizio della Capogruppo Il Sole 24 ORE S.p.A., pari a euro 15.833.000 euro, utilizzando la riserva sovrapprezzo azioni.

Si segnala il nuovo lancio, a partire dal 13 aprile 2015, de Il Sole 24 Ore del lunedì presentato con una formula rinnovata. Un'edizione che si è arricchita di una nuova sezione Lavoro & Carriere, con uno sguardo puntuale alle opportunità professionali in Italia e all'estero, un rinnovamento

dell'inserto L'Esperto Risponde, con più servizi e nuove rubriche e con i consigli di Risparmio & Famiglia, e più attenzione ai professionisti, con i nuovi *ebook* su argomenti di grande attualità per il cittadino. Il prezzo dell'edizione del lunedì è dal 13 aprile pari a 2 euro.

PROSPETTI CONTABILI

Conto economico sintetico

CONTO ECONOMICO SINTETICO CONSOLIDATO		
migliaia di euro	† Trimestre 2015	† Trimestre 2014 Rideterminato
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	84.805	85.015
Altri proventi operativi	3.369	3.367
Costi del personale	(27.700)	(28.380)
Variazione delle rimanenze	(1.348)	(1.055)
Acquisto materie prime e di consumo	(2.006)	(3.324)
Costi per servizi	(47.797)	(46.362)
Altri costi operativi	(7.057)	(7.721)
Accantonamenti e svalutazioni crediti	(440)	(1.298)
Margine operativo lordo	1.827	242
Ammortamenti e svalutazioni	(3.948)	(3.648)
Plus/minuvalenze attività immateriali e materiali	122	3
Risultato operativo	(1.999)	(3.403)
Proventi (oneri) finanziari	(286)	(755)
Proventi (oneri) da partecipazioni	-	-
Risultato prima delle imposte	(2.285)	(4.158)
Imposte sul reddito	(702)	(793)
Risultato netto delle attività in funzionamento	(2.987)	(4.951)
Risultato delle attività operative cessate	-	(794)
Risultato netto	(2.987)	(5.745)
Risultato attribuibile ad azionisti di minoranza	(170)	81
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(2.817)	(5.826)

Situazione patrimoniale finanziaria

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA			
migliaia di euro	Note	31.03.2015	31.12.2014
ATTIVITÀ			
Attività non correnti			
Immobili, impianti e macchinari		43.906	45.414
Aviamento		18.382	18.147
Attività immateriali		58.423	59.519
Partecipazioni in società collegate e joint venture		20	20
Attività finanziarie disponibili per la vendita		909	909
Altre attività non correnti		27.455	26.977
Attività per imposte anticipate		57.732	57.732
Totale	(7)	206.826	208.719
Attività correnti			
Rimanenze		5.431	6.779
Crediti commerciali		114.676	112.032
Altri crediti		15.534	10.785
Altre attività correnti		7.701	4.528
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti		30.822	34.476
Totale	(8)	174.164	168.601
Attività disponibili alla vendita		-	-
TOTALE ATTIVITÀ		380.990	377.319

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA (SEGUE)

migliaia di euro	Note	31.03.2015	31.12.2014
PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ			
Patrimonio netto			
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante			
Capitale sociale		35.124	35.124
Riserve di capitale		82.981	98.814
Riserve di copertura e di traduzione		(14)	(14)
Riserve - Altre		13.703	13.703
Utili (perdite) portati a nuovo		(21.990)	(28.012)
Utile (perdita) attribuibile ad azionisti della controllante		(2.817)	(9.811)
Totale		106.987	109.804
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti di minoranza			
Capitale e riserve attribuibili ad azionisti di minoranza		764	273
Utile (perdita) attribuibile ad azionisti di minoranza		(170)	491
Totale		594	764
Totale patrimonio netto	(9)	107.581	110.568
Passività non correnti			
Passività finanziarie non correnti		15.044	15.044
Benefici ai dipendenti		27.070	27.457
Passività per imposte differite		6.678	6.678
Fondi rischi e oneri		9.885	11.304
Altre passività non correnti		0	0
Totale	(10)	58.677	60.483
Passività correnti			
Scoperti e fin. bancari-scad. entro anno		36.968	17.197
Passività per strumenti finanziari detenuti per la negoziazione		19	19
Debiti commerciali		140.370	149.877
Altre passività correnti		177	44
Altri debiti		37.197	39.131
Totale	(11)	214.731	206.268
Passività disponibili alla vendita	-	-	-
Totale passività		273.408	266.751
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ		380.990	377.319

Rendiconto finanziario

RENDICONTO FINANZIARIO			
migliaia di euro	Note	1°trimestre 2015	1°trimestre 2014
Voci di rendiconto			
Risultato prima delle imposte di pertinenza del Gruppo [a]		(2.115)	(5.837)
Rettifiche [b]		1.433	8.106
Risultato di pertinenza di terzi		(170)	81
Ammortamenti e svalutazioni		3.948	6.754
(Plusvalenze) minusvalenze		(122)	3
Risultato attività operative cessate		-	794
Variazione fondi rischi e oneri		(1.419)	(123)
Variazione benefici a dipendenti		(387)	(47)
Variazione imposte anticipate/differite		(702)	(248)
Oneri e proventi finanziari		286	890
Altre rettifiche		-	2
Variazioni del capitale circolante netto operativo [c]		(20.524)	(9.165)
Variazione rimanenze		1.348	1.185
Variazione crediti commerciali		(2.643)	(22.224)
Variazione debiti commerciali		(9.506)	27.563
Pagamenti imposte sul reddito		-	-
Altre variazioni del capitale circolante netto		(9.723)	(15.689)
Totale cash flow attività operativa [d=a+b+c]		(21.206)	(6.896)
Cash flow derivante da attività di investimento [e]		(1.455)	(1.478)
Investimenti in attività immateriali e materiali		(1.554)	(1.751)
Corrispettivi da cessione di attività immateriali e materiali		123	39
Altre variazioni delle attività di investimento		(24)	234
Cash flow derivante da attività finanziaria [f]		2.059	10.467
Interessi finanziari netti pagati		(736)	(890)
Variazione di prestiti bancari a medio/lungo		-	(62)
Variazione dei finanziamenti bancari a breve		2.823	11.385
Variazione patrimonio netto delle minoranze		(0)	34
Altre variazioni delle attività finanziarie		(28)	-
Risorse finanziarie assorbite nell'esercizio [g=d+e+f]		(20.601)	2.093
DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI			
ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO		24.829	(14.766)
ALLA FINE DEL PERIODO		4.228	(12.673)
INCREMENTO (DECREMENTO) DEL PERIODO	(12)	(20.601)	2.093

Posizione finanziaria netta

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA			
migliaia di euro	Note	31.03.2015	31.12.2014
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti		30.822	34.476
Scoperti e finanziamenti bancari scadenti entro l'anno		(36.968)	(17.197)
Posizione finanziaria netta a breve termine		(6.146)	17.278
Passività finanziarie non correnti		(15.044)	(15.044)
Fair value strumenti finanziari di copertura		(19)	(19)
Posizione finanziaria netta a medio lungo termine		(15.063)	(15.063)
Posizione finanziaria netta	(13)	(21.209)	2.215

NOTE DI COMMENTO

Informazioni generali

Il capitale sociale della Capogruppo ammonta a 35.123.787 euro, rappresentato da 90.000.000 di azioni ordinarie e 43.333.213 azioni di categoria speciale. Le azioni totali sono così suddivise:

- N. 90.000.000 azioni ordinarie detenute da Confindustria, pari al 67,5% del totale delle azioni;
- N. 40.031.186 azioni di categoria speciale, quotate sul MTA nel Segmento Standard (Classe 1) di Borsa Italiana S.p.A., pari al 30,0% del totale delle azioni.
- N. 3.302.027 azioni proprie di categoria speciale, pari al 2,5% del totale delle azioni.

Lo Statuto contiene disposizioni in base alle quali l'assetto di controllo dell'Emittente non è modificabile. In particolare, ai sensi dell'articolo 8 dello Statuto, i soci non possono detenere azioni di categoria speciale in misura superiore a quella rappresentante il cinquantesimo del capitale sociale maggiorato di un'azione, con eccezione dell'Emittente che le possieda a titolo di azioni proprie.

Le azioni di categoria speciale de Il Sole 24 ORE S.p.A. sono attualmente quotate sul MTA nel Segmento Standard (Classe 1) di Borsa Italiana S.p.A.

I Codici identificativi del titolo sono:

CODICI IDENTIFICATIVI DEL TITOLO	
Nome	Il Sole 24 ORE S.p.A.
Codice ISIN	IT0004269723
Codice alfanumerico	S24.MI
Codice Reuters	S24.MI
Codice Bloomberg	S24 IM

Le società incluse nell'area di consolidamento del Gruppo al 31 marzo 2015 sono:

- **Il Sole 24 ORE S.p.A.**, la società Capogruppo, che funge sia da *holding*, detenendo le partecipazioni di controllo nelle società del Gruppo, sia da società operativa, mediante l'esercizio dei *business* caratteristici (informazione generale, finanziaria, professionale, agenzia giornalistica ecc.).
- **Il Sole 24 ORE UK Ltd.**, che cura l'intermediazione per la vendita di spazi pubblicitari nel Regno Unito;
- **24 ORE Cultura S.r.l.**, specializzata in prodotti dedicati all'arte e alla fotografia, e nella organizzazione di mostre ed eventi;
- **Il Sole24 ORE – Trading Network S.p.A.** che svolge attività di agenzia, per la distribuzione di prodotti del Gruppo e di terzi;
- **Shopping 24 S.r.l.**, società operante nel settore del commercio elettronico e del *marketing* on-line;
- **Newton Management Innovation S.p.A.**, operante nei servizi per la formazione;

- **Newton Lab S.r.l.**, operante nei servizi per la formazione. La società è controllata indirettamente tramite Newton Management Innovation S.p.A.;
- **BacktoWork 24 S.r.l.**, specializzata nella produzione e sviluppo di progetti di comunicazione attraverso la realizzazione e gestione di un portale, che ha l'obiettivo di far incontrare manager e piccole imprese. La società è controllata indirettamente tramite Shopping 24 S.r.l.;
- **MostraMi S.r.l.**, operante nel settore delle biglietterie e accoglienza per mostre ed eventi. La società è controllata indirettamente tramite 24 ORE Cultura S.r.l.;
- **Food 24 Giuele S.r.l.**, società che opera nel settore della ristorazione. La società è controllata indirettamente tramite 24 ORE Cultura S.r.l..

Le modifiche dell'area di consolidamento rispetto all'ultimo bilancio approvato sono di seguito descritte:

- Il 9 febbraio 2015 la controllata 24 ORE Cultura S.r.l. ha acquistato il 100% del capitale sociale di MostraMi S.r.l., operante nel settore delle biglietterie e accoglienza per mostre ed eventi.
- Il 5 marzo 2015 è stata costituita la società Food 24 Giuele S.r.l., di cui 24 ORE Cultura S.r.l. detiene il 51% del capitale sociale. La società opererà nel settore della ristorazione, nell'ambito del progetto dell'area ex Ansaldo.

Il Sole 24 ORE S.p.A. ha sede legale e amministrativa a Milano in via Monte Rosa 91. Confindustria detiene il controllo della società Capogruppo.

Forma, contenuto e principi contabili

Il resoconto intermedio di gestione per il periodo chiuso al 31 marzo 2015 è stato predisposto sul presupposto del funzionamento e della continuità aziendale, utilizzando i criteri di valutazione e rilevazione stabiliti dagli *International Financial Reporting Standard (IAS/IFRS)* coerentemente con quelli adottati per la redazione dell'ultimo bilancio d'esercizio.

Il resoconto intermedio di gestione è stato predisposto secondo quanto disposto dall'art. 154-ter del d.lgs 24 febbraio 1998, n. 58, articolo inserito dall'art. 1 d.lgs n. 195 del 6 novembre 2007.

Il resoconto intermedio di gestione non è stato oggetto di revisione contabile.

I prospetti contabili presentati sono:

1. Conto economico consolidato relativo ai primi tre mesi 2015 confrontato con lo stesso periodo del 2014. Tale conto economico viene presentato in forma sintetica, raggruppando, rispetto al prospetto di bilancio al 31 dicembre 2014 le voci relative ai ricavi, di cui viene fornito dettaglio tra le relative note;
2. Situazione patrimoniale finanziaria consolidata al 31 marzo 2015, confrontato con l'ultimo bilancio approvato;
3. Rendiconto finanziario relativo ai primi tre mesi 2015 confrontato con lo stesso periodo del 2014;

4. Posizione finanziaria netta al 31 marzo 2015, con suddivisione delle componenti attive e passive tra poste a breve termine o medio termine, confrontata con l'ultimo bilancio approvato.

Si segnala infine che i risultati consolidati intermedi del Gruppo 24 ORE sono influenzati da elementi di stagionalità, che riguardano in particolare le vendite del quotidiano, la raccolta pubblicitaria e l'andamento dell'editoria professionale.

Nel paragrafo seguente vengono illustrate le note ai prospetti contabili, con indicazione, per le poste di maggiore rilevanza delle variazioni più significative e delle relative cause.

NOTE AI PROSPETTI CONTABILI

Conto economico

(1) Ricavi

I ricavi pari a 84.805 mila euro, in linea rispetto allo stesso periodo del precedente esercizio.

Di seguito è riportata la suddivisione per settori di attività:

RICAVI PER SETTORE DI ATTIVITÀ				
migliaia di euro	1° Trimestre 2015	1° Trimestre 2014 Rideterminato	Variazione	var. %
Editrice	58.212	60.141	(1.929)	-3,2%
System	33.275	32.125	1.151	3,6%
Formazione	8.737	7.728	1.009	13,1%
Cultura	5.458	5.346	112	2,1%
Altre aree	551	1.000	(448)	-44,8%
Elisioni	(21.428)	(21.323)	(104)	-0,5%
Gruppo (Consolidato)	84.805	85.015	(210)	-0,2%

(2) Personale

Il costo del personale è pari a 27.700 mila euro e si confronta con un valore di 28.380 mila euro dello stesso periodo dell'esercizio precedente.

Il miglioramento di 680 mila euro, pari al 2,4% è attribuibile principalmente alla diminuzione dell'organico medio dipendente di 51 unità rispetto al 31 marzo 2014.

L'organico medio suddiviso per categoria è il seguente:

PERSONALE DIPENDENTE						
ORGANICO MEDIO	1° Trimestre 2015		1° Trimestre 2014		Variazione	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%
Dirigenti	45,3	3,8%	49,0	3,9%	(3,7)	-7,5%
Giornalisti	344,7	28,6%	359,9	28,6%	(15,2)	-4,2%
Impiegati	752,1	62,3%	757,9	60,3%	(5,8)	-0,8%
Operai	64,3	5,3%	90,3	7,2%	(26,0)	-28,8%
Totale	1.206,5	100,0%	1.257,1	100,0%	(50,6)	-4,0%

(3) Margine operativo lordo

Il Margine operativo lordo (*ebitda*), risultato intermedio prima degli ammortamenti, delle svalutazioni delle immobilizzazioni e delle plusvalenze e minusvalenze da alienazione immobilizzazioni, è positivo per 1.827 mila euro e si confronta con un *ebitda* positivo pari a 242 mila euro del 1° trimestre 2014.

(4) Risultato operativo

Il risultato operativo è negativo per 1.999 mila euro, in miglioramento di 1.404 mila euro rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Il valore degli ammortamenti e delle svalutazioni dei primi tre mesi del 2015 è pari 3.948 mila euro e si confronta con un dato del 2014 pari a 3.648 mila euro.

(5) Proventi (oneri) finanziari

PROVENTI (ONERI) FINANZIARI				
migliaia di euro	1° Trimestre 2015	1° Trimestre 2014 Rideterminato	Variazione	var. %
Proventi finanziari da impieghi disponibilità	3	6	(3)	-45,1%
Altri proventi finanziari	479	165	315	191,2%
Utile su cambi	-	14	(14)	-100,0%
Totale proventi	482	185	298	161,2%
Perdite su cambi	(64)	(23)	(41)	-175,2%
Oneri finanziari su debiti a breve termine	(507)	(650)	143	22,0%
Altri oneri finanziari	(197)	(267)	70	26,3%
Totale oneri	(768)	(940)	172	18,3%
Totale	(286)	(755)	470	62,2%

Gli oneri finanziari netti risultano pari a 286 mila euro e sono composti:

- per 768 mila euro da oneri finanziari riferiti principalmente all'utilizzo delle linee bancarie a breve termine e del prestito sindacato a medio termine e alle operazioni di factoring dei crediti commerciali;
- per 482 mila euro da proventi finanziari aumentati principalmente per effetto dei maggiori proventi finanziari relativi agli interessi attivi maturati sul *vendor loan* concesso a TeamSystem con riferimento alla cessione dell'area Software.

(6) Imposte sul reddito

Le imposte sul reddito sono calcolate utilizzando le aliquote che si stima saranno applicata in sede di chiusura dell'esercizio.

In questa frazione di esercizio non sono iscritte imposte anticipate IRES a causa del lungo periodo di recupero.

Le imposte del periodo risultano, quindi, negative per 702 mila euro e si raffrontano con un valore pari a 793 mila euro dello stesso periodo del 2014.

Non esistono sensibili differenze impositive tra le società appartenenti al Gruppo. Nessuna società estera beneficia di trattamenti fiscali di favore. Sulle partecipazioni estere sono stanziati le imposte italiane che saranno versate al momento della distribuzione dei dividendi.

Situazione patrimoniale e finanziaria

In sintesi lo stato patrimoniale presenta le seguenti voci:

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA IN SINTESI		
migliaia di euro	3103.2015	3112.2014
Attività non correnti	206.826	208.719
Attività correnti	174.164	168.601
Attività disponibili per la vendita	-	-
Totale attività	380.990	377.319
Patrimonio netto di gruppo	106.987	109.804
Patrimonio netto di terzi	594	764
Totale Patrimonio netto	107.581	110.568
Passività non correnti	58.677	60.483
Passività correnti	214.731	206.268
Passività disponibili per la vendita	-	-
Totale passività	273.408	266.751
Totale patrimonio netto e passività	380.990	377.319

(7) Attività non correnti

Le attività non correnti ammontano a 206.826 mila euro rispetto ai 208.719 mila euro al 31 dicembre 2014, con un decremento di 1.893 mila euro.

Le immobilizzazioni materiali e immateriali diminuiscono per 2.605 mila euro per effetto degli ammortamenti delle attività immateriali e degli immobili, impianti e macchinari pari a 3.948 mila euro, compensate parzialmente dagli investimenti, che sono stati complessivamente pari a 1.320 mila euro.

La movimentazione degli immobili, impianti e macchinari e delle attività immateriali al 31 marzo 2015 è stata la seguente:

ATTIVITÀ MATERIALI E IMMATERIALI IMMATERIALI						
migliaia di euro	Saldo Iniziale	Acquisti	Alienazioni	Ammortam.	Riclassifiche e altre variazioni	Saldo Finale
Immobili, impianti e macchinari	45.414	385	(1)	(1.878)	(15)	43.906
Attività immateriali	59.519	935	-	(2.070)	38	58.423
Totale	104.933	1.320	(1)	(3.948)	24	102.328

Gli investimenti in attività immateriali sono stati pari a 935 mila euro e si riferiscono principalmente a licenze e *software* riferiti alle attività di sviluppo di nuovi prodotti e a sistemi gestionali e amministrativi.

Gli investimenti in immobili impianti e macchinari ammontano a 385 mila euro e sono relativi principalmente ad *hardware*.

Gli ammortamenti sugli immobili, impianti e macchinari e sulle attività immateriali sono stati pari a 3.948 mila euro e determinati in relazione alla vita utile stimata, che non ha subito variazioni rispetto a quella dell'ultimo bilancio approvato. L'ammortamento comincia a partire dalla loro entrata in funzione.

Gli avviamenti iscritti in bilancio al 31 marzo 2015 sono pari a 18.382 mila euro in incremento di 234 mila euro derivante dall'acquisizione della società MostraMi S.r.l. società operante nel settore della biglietteria per le mostre e le attività culturali.

(8) Attività correnti

Le attività correnti ammontano a 174.164 mila euro rispetto ai 168.601 mila euro d'inizio esercizio con un incremento di 5.563 mila euro. Incidono su tale variazione i crediti commerciali in aumento di 2.643 mila euro per effetto della stagionalità e i crediti verso gli enti previdenziali.

(9) Patrimonio netto

Il patrimonio netto del gruppo ammonta a 107.581 mila euro e si decrementa rispetto al bilancio al 31 dicembre 2014 per effetto delle seguenti variazioni:

PROSPETTO DELLE VARIAZIONI DI PATRIMONIO NETTO										
migliaia di euro	Capitale Sociale	Riserve di capitale	Ris. di Rivalutazione	Riserva di copertura e traduzione	Riserve - Altre	Utili (Perdite) a Nuovo	Risultato Netto di periodo	Patrimonio Netto azionisti controllante	Patrimonio Netto azionisti di minoranza	Patrimonio Netto Totale
Saldo al 1 Gennaio 2015	35.124	98.814	-	(14)	13.703	(28.012)	(9.811)	109.804	764	110.568
Totale Proventi/oneri imputati direttamente a P.N.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Risultato netto di periodo	-	-	-	-	-	-	(2.817)	(2.817)	(170)	(2.987)
Totale Proventi/oneri imputati nell'esercizio	-	-	-	-	-	-	(2.817)	(2.817)	(170)	(2.987)
Movimentazione del Risultato 2014	-	(15.833)	-	-	-	6.022	9.811	-	-	-
Dividendi/distribuzione riserve	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Movimentazione tra riserve	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Saldo al 31 Marzo 2015	35.124	82.981	-	(14)	13.703	(21.990)	(2.817)	106.987	594	107.581

(10) Passività non correnti

Le **passività non correnti** ammontano a 58.667 mila euro rispetto ai 60.483 mila euro d'inizio esercizio e sono in calo di 1.816 mila euro. La variazione è attribuibile principalmente al decremento del fondo rischi per il venir meno di alcuni rischi e passività di natura contrattuale.

(11) Passività correnti

Le **passività correnti** sono pari a 214.731 mila euro, in aumento di 8.463 mila euro rispetto ai 206.268 mila euro d'inizio esercizio. Gli scoperti e finanziamenti bancari s'incrementano di 19.771 mila euro. I debiti commerciali sono in diminuzione di 9.506 mila euro.

(12) Rendiconto Finanziario

Il **flusso di cassa complessivo** è negativo per 20,6 milioni di euro rispetto al flusso di cassa dello stesso periodo dell'anno precedente, positivo per 2,1 milioni di euro.

Il **flusso di cassa dell'attività operativa** è negativo per 21,2 milioni di euro, rispetto a quello dell'esercizio precedente negativo per 6,9 milioni di euro, attribuibile principalmente alle dinamiche del capitale circolante netto.

Il **flusso di cassa dell'attività di investimento** è negativo per 1,5 milioni di euro ed è riferito principalmente ad investimenti operativi.

Il **flusso dell'attività finanziaria** è positivo per 2,1 milioni di euro rispetto ad un flusso positivo pari a 10,5 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

(13) Posizione finanziaria netta

La **posizione finanziaria netta** è negativa per 21,2 milioni di euro, si confronta con un valore di +2,2 milioni di euro al 31 dicembre 2014 e diminuisce principalmente per effetto dell'andamento del capitale circolante netto, in relazione alla dinamica dei pagamenti di inizio anno, della diversa stagionalità degli incassi e degli investimenti netti.

PROSPETTI ALLEGATI

Conto economico a perimetro omogeneo

CONTO ECONOMICO SINTETICO CONSOLIDATO A PERIMETRO OMOGENEO		
migliaia di euro	† Trimestre 2015	† Trimestre 2014
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	84.805	84.339
Altri proventi operativi	3.369	3.356
Costi del personale	(27.700)	(27.891)
Variazione delle rimanenze	(1.348)	(1.054)
Acquisto materie prime e di consumo	(2.006)	(3.323)
Costi per servizi	(47.797)	(45.184)
Altri costi operativi	(7.057)	(7.612)
Accantonamenti e svalutazioni crediti	(440)	(1.207)
Margine operativo lordo	1.827	1.424
Ammortamenti e svalutazioni	(3.948)	(3.642)
Plus/minusvalenze attività immateriali e materiali	122	3
Risultato operativo	(1.999)	(2.214)
Proventi (oneri) finanziari	(286)	(755)
Risultato prima delle imposte	(2.285)	(2.970)
Imposte sul reddito	(702)	(793)
Risultato netto a perimetro omogeneo	(2.987)	(3.763)
Risultato delle attività operative cessate	-	(794)
Risultato di altre attività in discontinuità	-	(1.188)
Risultato attribuibile ad azionisti di minoranza	(170)	81
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(2.817)	(5.826)

Stagionalità dell'attività del Gruppo

L'attività del Gruppo è soggetta a fenomeni di stagionalità, consistente in un rallentamento dei ricavi, sia editoriali, sia, soprattutto pubblicitari nel periodo estivo.

RISULTATI DEI TRIMESTRI					
migliaia di euro	I trimestre 2014	II trimestre 2014	III trimestre 2014	IV trimestre 2014	I trimestre 2015
Ricavi	84.339	78.780	57.186	89.744	84.805
Margine operativo lordo	1.424	(2.658)	(15.237)	5.811	1.827
Risultato operativo	(2.214)	(6.490)	(19.087)	1.984	(1.999)

I dati sopra riportati rappresentano un riferimento e non possono essere utilizzati per derivarne una previsione puntuale dei risultati futuri.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

La recessione, anche nei primi mesi del 2015, continua a incidere negativamente sui ricavi e sui margini dell'industria editoriale anche se in misura più contenuta rispetto ad anni precedenti. Le attese per il 2015 prevedono una variazione positiva del PIL prevedendo per l'Italia una ripresa dell'economia dello 0,7% (fonte: *Confindustria centro studi*).

Il trend del mercato pubblicitario nei primi 2 mesi del 2015 è ancora in flessione, con effetti differenti sui diversi mezzi. Le previsioni del mercato pubblicitario per il 2015 sono allo stato attuale ancora piuttosto incerte.

Le dinamiche macro-economiche sopra evidenziate sono state riflesse nelle previsioni di piano 2015 - 2019.

Il Gruppo continua a perseguire attività volte all'ottimizzazione dei processi e alla riduzione dei costi.

Per il 2015, il Gruppo proseguirà nella linea di rafforzamento e ampliamento delle iniziative commerciali già avviate nel 2014 e continuerà a focalizzarsi su azioni volte all'incremento dei ricavi, proseguendo in particolare con lo sviluppo dei nuovi prodotti lanciati nel 2014. L'offerta è ulteriormente rafforzata nel 2015 con il lancio di nuove banche dati per il mercato professionale nel settore Lavoro e Diritto e nuovi prodotti digitali per il mercato dei tecnici.

Per l'esercizio in corso il Gruppo prosegue lo sviluppo dei prodotti digitali e dei quotidiani verticali, sostenuto dalla sempre maggiore integrazione di tutti i contenuti professionali de Il Sole 24 Ore, per compensare il previsto calo dell'editoria tradizionale cartacea. L'area Cultura amplierà le proprie attività, con iniziative internazionali e con l'apertura del Museo delle Culture di via Tortona - Milano avvenuta a fine marzo. Anche l'area Formazione sfrutterà le possibilità fornite dagli spazi di via Tortona, con l'avvio del Mudec Academy al quale saranno collegati nuove iniziative formative ed eventi.

Allo stato attuale e in assenza di eventi al momento non prevedibili, il Gruppo continua a monitorare attentamente il contesto di riferimento, ancora caratterizzato da un elevato grado d'incertezza, per quanto riguarda in particolare l'andamento del mercato pubblicitario. Tenuto conto di tale contesto, si prevede di confermare per l'esercizio in corso un *ebitda* in miglioramento rispetto al 2014.

Milano, 12 maggio 2015

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

CAV. LAZ. DE BERTIS BENEDETTI



Dichiarazione ai sensi dell'art. 154-bis, comma 2 del d.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 e successive modifiche e integrazioni

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Valentina Montanari, attesta che le informazioni economiche e finanziarie del presente rendiconto intermedio di gestione sono corrispondenti alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Milano, 12 maggio 2015

Dirigente preposto alla redazione dei documenti
contabili e societari

Dott.ssa Valentina MONTANARI

