

SOCIAL
MEDIA

12-16 GIUGNO

Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze, Tvn Media Group - Tvn S.r.l. e i suoi partner utilizzano cookies, anche di terze parti. Chiudendo questo banner acconsenti al loro impiego in conformita' alla nostra Cookie Policy. **Maggiori Informazioni**



CHI SIAMO CONTATTI ABBONAMENTI

-
-

cerca in Pubblicitaitalia.it

CREATIVITY | MARKETING MEDIA DIGITAL | PITCH | WORLD | PEOPLE | DATACENTER | GUEST ROOM

/editori

CLASS EDITORI, RICAVI A 15,62 MLN DI EURO NEL 1° TRIMESTRE (-4,2%). LA PUBBLICITÀ IN ITALIA CRESCE DEL 3%

16 MAGGIO 2018



MILANO, 24/09/2014. PRESENTAZIONE DELLA PIATTAFORMA CCIG MALL PRESSO PALAZZO PIRELLI. PAOLO PANERAI. PHOTO ©DARIOORLANDI2014 (WWW.DARIOORLANDI.COM)

Tra i media della casa editrice, la Go Tv ha registrato un +22% rispetto allo stesso periodo del 2017 e continua nel 2018 la crescita di Class CNBC con un +4%

Il Consiglio di Amministrazione di **Class Editori**, riunitosi in data 15 maggio, ha approvato il Resoconto intermedio di gestione consolidato relativo ai primi tre mesi dell'anno. I ricavi sono stati pari a 15,62 milioni di euro rispetto ai 16,30 milioni di euro del primo trimestre del 2017 (-4,2%). I costi operativi sono diminuiti di circa il 4,0%, pari a 16,39 milioni di euro

(17,08 milioni di euro l'anno precedente); il margine operativo lordo (Ebitda) è pari a -0,77 milioni di euro, in leggero miglioramento rispetto ai -0,78 milioni di euro nel primo trimestre 2017. Il risultato della gestione non ordinaria è stato pari a 0,38 milioni (0,08 milioni nel primo trimestre 2017), gli ammortamenti e svalutazioni sono ammontati a 1,44 mln (1,73 mln nel primo trimestre 2017) e gli oneri finanziari netti pari a 0,51 milioni (0,45 milioni nel 2017). Il risultato netto di gruppo è pari a -1,69 milioni di euro in miglioramento rispetto ai -2,31 milioni di euro del primo trimestre 2017. La posizione finanziaria netta passa da un indebitamento netto di 67,3 milioni di euro al 31 dicembre 2017, ai 69,0 milioni di euro del 31 marzo 2018.

A fronte di questo andamento, la raccolta pubblicitaria in Italia della casa editrice ha segnato un incremento del 3% complessivo nei primi tre mesi dell'esercizio, nonostante un minor numero di uscite dei periodici. In particolare, la pubblicità commerciale è salita del 7% nel trimestre con una punta di incremento del 12% in marzo. Tra i media della casa editrice, la **Go Tv** ha registrato un +22% rispetto allo stesso periodo del 2017, una crescita supportata anche dagli investimenti effettuati per consentire pianificazioni con le tecnologie digitali che permettono a clienti e centri media di pianificare con la massima flessibilità in modalità Reservation e Programmatic. Nel settore Tv, continua nel 2018 la crescita di **Class CNBC** con un +4%. In controtendenza, rispetto al mercato, l'andamento positivo della stampa, di poco superiore rispetto al medesimo periodo del 2017 (+0,8%), con una flessione contenuta dei quotidiani (-2%). All'interno del segmento, si segnala un forte recupero della pubblicità legale (+8%) e un ulteriore riduzione del trend negativo della pubblicità finanziaria (-3%) che aveva chiuso il 2017 con un calo del 9,3%. Molto positiva la performance sui periodici, +44%, anche se contenuta in valori assoluti. La raccolta della



Sfoggia
l'anteprima
online
del Mensile

pubblicità Internet ha chiuso i primi tre mesi con una crescita dell'1%, rispetto al +2,5% fatto registrare dal mercato di riferimento, ma con un +16% conseguito nel mese di marzo, anche per il lancio delle nuove versioni dei siti Mffashion.com e della collegata ItaliaOggi.it. La raccolta all'estero della Casa editrice attraverso la controllata americana **Global Finance** ha registrato nel trimestre un incremento in valuta locale del 6,3%, ma una riduzione dell'8,0% tenuto conto della forte rivalutazione dell'euro sul dollaro nel trimestre.

La crisi del settore bancario e le conseguenti operazioni di concentrazione che ne sono derivate, hanno comportato rilevanti riduzioni di fatturato nel settore della fornitura di servizi di informazione finanziaria e delle piattaforme di trading online, con minori ricavi del periodo per circa 0,46 milioni di euro. Nei primi tre mesi dell'esercizio 2018 il sito web di Milano Finanza ha registrato, secondo quanto certificato dai dati reali di traffico dei sistemi digitali di Analytics, una media giornaliera di 133.855 utenti unici e di 1,66 milioni di pagine viste, dati sostanzialmente stabili rispetto al periodo equivalente del 2017. Su base mensile invece si registra una crescita del 4,45% degli utenti unici (2,05 milioni), con 49,7 milioni di pagine viste. Il numero di lettori che seguono in tempo reale le notizie del sito attraverso Twitter ha sfiorato le 100 mila unità per *MF-Milano Finanza* (99.200) e superato le 38 mila unità per la collegata *Italia Oggi*. Per ciò che concerne le diffusioni cartacee e digitali, *MF-Milano Finanza* ha registrato nel trimestre una diffusione di circa 55 mila copie medie, *Class* di circa 29 mila copie e *Capital* di 29 mila copie. Tra gli eventi del primo trimestre: in data 1 marzo 2018 Class Editori ha venduto una quota di minoranza di Telesia Spa, società quotata al mercato AIM Italia, alla società StarTip Srl (controllata al 100% da Tamburi Investment Partners SpA), per un corrispettivo di 1,49 milioni di euro e determina la riduzione della partecipazione detenuta in Telesia Spa dal 77,17% al 65,74%; nel mese di marzo si è svolta la seconda edizione del Milano Marketing Festival; in data 16 marzo 2018 il Cda di Class Editori ha deliberato di accettare la Proposta Vincolante ricevuta in data 14 marzo 2018 da PIM Spa, azionista di controllo di Gambero Rosso Spa, che riguarda il conferimento in Class Editori da parte di PIM della partecipazione di controllo (67,48%) di Gambero Rosso. In data 12 aprile 2018, il Consiglio di Amministrazione di Class Editori ha approvato l'aumento di capitale. A seguito della sottoscrizione dell'aumento di capitale mediante il conferimento in natura, il capitale sociale di Class Editori sarà aumentato da euro 29.377.982,40 a euro 40.785.482,40. La casa editrice prosegue la propria strategia di contenimento dei costi riguardanti tutti i settori e tutte le voci. Sul fronte dei ricavi, la casa editrice ha avviato una serie di progetti diretti all'incremento della propria quota di mercato della pubblicità digitale, e un particolare sviluppo dei ricavi è previsto per la GO TV Telesia. Tutto ciò, unito alla prosecuzione degli eventi e iniziative speciali e ripetibili anche negli anni a venire (in totale 20 eventi e iniziative speciali già programmate e quantificate nei ricavi attesi), e la realizzazione di piattaforme (in particolare con Xinhua News Agency per la new Silk Road) per l'incontro fra aziende e investitori.

Condividi       

TAGS

Class Editori, Capital, Class, Class CNBC, MF-Milano Finanza, Go Tv, Global Finance

ARTICOLI CORRELATI