

Comunicato Stampa

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

Il Sole 24 ORE S.p.A.: il CdA approva la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2015

Highlights

- **Ricavi consolidati di Gruppo pari a 169,0 milioni di euro, sono in crescita di 5,2 milioni di euro** (+3,2% rispetto al primo semestre 2014), continuando la positiva dinamica iniziata nel 2014, grazie alla scelta strategica implementata di creare un sistema multimediale con una filiera di nuovi quotidiani digitali specializzati pienamente integrati con il Sole 24 Ore, che determinano una crescita dei ricavi da contenuti informativi digitali ad alta redditività, unitamente al positivo andamento della raccolta pubblicitaria e della formazione.
- **I ricavi digitali da contenuto informativo**, confermano la crescita a doppia cifra registrata nel primo trimestre e nell'esercizio precedente e aumentano di 4,3 milioni di euro, pari al 14% rispetto al pari periodo del 2014. Il primo semestre consolida inoltre il superamento dei ricavi digitali da contenuto sui ricavi da contenuto in versione cartacea registrato nel primo trimestre del 2015, attestando la componente digitale a oltre il 51% del totale dei ricavi da contenuto, rispetto al 42% dello stesso periodo del 2014. Negli ultimi diciotto mesi i ricavi digitali da contenuto informativo sono cresciuti del 18%.
- **I ricavi digitali complessivi del Gruppo** ammontano a 53,9 milioni di euro e sono pari al 31,9% del totale dei ricavi (erano pari al 29,6% nel primo semestre 2014) in incremento dell'11,2% rispetto al pari periodo del 2014.
- **I ricavi diffusionali del quotidiano** confermano il positivo andamento registrando una crescita dell'1,5% rispetto al primo semestre 2014, in controtendenza rispetto al mercato in calo del 4,4%.
- **Il Sole 24 ORE** si conferma nei primi cinque mesi del 2015 il primo quotidiano digitale con oltre 215 mila copie digitali a maggio 2015 (+17,5% verso maggio 2014) e il secondo quotidiano nazionale per diffusioni complessive carta + digitale con 378 mila copie a maggio 2015 (+2,6% verso maggio 2014), in netta controtendenza rispetto al mercato, in flessione del 4,4% (fonte ADS gennaio – maggio 2015). A completamento del sistema Sole, alle copie cartacee e digitali si aggiungono gli oltre 32.000 abbonamenti attivi a pagamento de IlSole24ore.com.
- **Raccolta pubblicitaria System pari a 65,3 milioni di euro**, in crescita dell'8,7% rispetto al 1° semestre 2014 e si confronta con un mercato di riferimento in calo del 2,7%, realizzando un risultato in totale controtendenza nel settore media. Tutti i mezzi realizzano risultati migliori del mercato: Radio 24 (+21,3% vs mercato

5,5%), stampa (+6,5% vs mercato in calo del 5,0%), *online* (+8.1% vs -2,2% mercato) - *Fonte: Nielsen – gennaio-maggio 2015*. I ricavi sui mezzi del Gruppo crescono di 4 milioni di euro (+8,4%) rispetto al primo semestre 2014, soprattutto grazie alla crescita di stampa e Radio.

- **Radio 24**, nel 2015 si conferma stabilmente alla nona posizione nella classifica delle radio nazionali più ascoltate con 1.962.000 ascoltatori nel giorno medio e cresce del 4,4% negli ascolti dal lunedì al venerdì del 2° trimestre 2015, rispetto al 2° trimestre 2014, arrivando a toccare quota 2.175.000 ascoltatori. Cresce dell'8,9% al sabato grazie alle novità introdotte nel palinsesto a partire dallo scorso febbraio. Nell'intera settimana del 2° trimestre 2015 la crescita degli ascoltatori della radio è pari a +2,6% (fonte *GfK Eurisko; RadioMonitor*). Confermata le performance di *share*, di ascolto del quarto d'ora medio e di durata dell'ascolto.
- I ricavi dell'**Area Formazione ed Eventi** sono in crescita di 1,4 milioni di euro pari al +9,2% e si attestano a 16,9 milioni di euro. Tale crescita è dovuta al buon andamento della Business School, che nel primo semestre 2015 rileva una crescita sia del numero di iniziative realizzate che dei partecipanti, in aula e online, in particolare nei Master di specializzazione e Executive Master. In crescita anche i prodotti Annual ed eventi, grazie all'aumento delle iniziative realizzate.
- L'**Area Cultura** conferma la propria leadership nel panorama nazionale con una crescita dei ricavi pari al 6,8%, principalmente grazie ai nuovi settori di attività avviati nell'anno.
- Le costanti azioni di contenimento attuate su tutte le voci di costo, unitamente al progredire della migrazione di tutte le attività del Gruppo al digitale, hanno consentito di ottenere significativi risparmi. Le tipologie di costo in aumento sono direttamente correlate alla crescita dei ricavi. In particolare i costi corporate sono in calo di 2,2 milioni di euro rispetto al primo semestre 2014.
- **Margine Operativo Lordo (*ebitda*)**, è positivo per 0,3 milioni di euro, in miglioramento di 1,6 milioni di euro e si confronta con un risultato negativo di 1,2 milioni di euro nel primo semestre 2014. Tale risultato positivo è stato ottenuto grazie alla crescita dei ricavi, alla costante attenzione al contenimento dei costi, agli effetti della riorganizzazione di alcune aree di business e alla riduzione dei costi operativi delle funzioni corporate. Anche **il margine operativo lordo (*ebitda*) di Editrice** è positivo, 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.
- **Posizione Finanziaria Netta** negativa per 20,0 milioni di euro (+2,2 milioni di euro al 31 dicembre 2014). Rispetto al primo trimestre 2015 è in miglioramento di 1,2 milioni di euro.

Dichiarazione del Presidente del Gruppo 24 Ore Dott. Cav. Lav. **Benito Benedini**:

“Voglio ricordare il senatore Mario d’Urso, nostro consigliere di amministrazione indipendente, la cui recente scomparsa lascia un vuoto in questa azienda. Un uomo generoso, buono, amato da tutti e aperto al confronto con tutti, che ha contribuito per molti anni alla gestione del nostro Gruppo con energia e serietà. Ora confidiamo nel contributo del nuovo consigliere Nicolò Dubini che subentra a partire da oggi.

Nel primo semestre 2015 il Gruppo 24 Ore continua la sua crescita in controtendenza con il mercato di riferimento: incremento dei ricavi e costante attenzione al contenimento dei costi hanno prodotto anche per il primo semestre 2015 un Ebitda positivo. In particolare, c’è grande soddisfazione per i risultati resi possibili dalla scelta strategica di creare un sistema multimediale unico nel mercato editoriale europeo. Scelta che ha consentito di portare i ricavi digitali del Gruppo al 31,9% del totale dei ricavi; e di determinare il sorpasso dei ricavi digitali da contenuto informativo, in crescita a due cifre da diciotto mesi, su quelli cartacei (oltre il 51%). Straordinario è poi il risultato della raccolta pubblicitaria (+8,7% rispetto al primo semestre 2014) che ha ottenuto una performance estremamente positiva rispetto al mercato di riferimento che segna un decremento del 2,7%. Risultato raggiunto anche grazie a una politica di incremento dei prezzi medi resa possibile dall’autorevolezza del nostro brand”.

Milano, 28 luglio 2015. Si è riunito oggi, sotto la presidenza del Cav. Lav. Dr. Benito Benedini, il Consiglio di Amministrazione de Il Sole 24 ORE S.p.A., che ha approvato il la Relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2015.

PRINCIPALI DATI DEL GRUPPO 24 ORE A PERIMETRO OMOGENEO

milioni di euro	1° Semestre 2015	1° Semestre 2014
Ricavi	169,0	163,8
Margine operativo lordo (EBITDA)	0,3	(1,2) (*)
Risultato operativo (EBIT)	(6,7)	(8,7)
Risultato ante imposte	(7,3)	(9,9)
Risultato netto a perimetro omogeneo	(8,1)	(11,2)
Risultato delle attività operative cessate	-	21,3
Risultato di altre attività in discontinuità	-	(1,2)
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(7,9)	8,8
Posizione finanziaria netta	(20,0)	2,2 (**)(1)
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante	102,4	109,8 (1)
Numero medio dipendenti	1.230	1.218
Numero medio dipendenti al netto delle variazioni di consolidamento 2015	1.205	1.218

(1) Valore relativo al 31 dicembre 2014

Contesto di mercato

I dati di mercato relativi al primo semestre 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, nei primi cinque mesi del 2015 registra una flessione dell'1,3% rispetto allo stesso periodo del 2014.

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

(*) L'Ebitda è definito come risultato netto al lordo degli ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali e materiali, degli oneri e proventi finanziari, delle plusvalenze/minusvalenze da cessione attività immobilizzate, della svalutazione di partecipazioni, delle plusvalenze da alienazione partecipazioni, della svalutazione immobilizzazioni immateriali e delle imposte sul reddito.

Poiché l'Ebitda non è identificato come misura contabile nell'ambito degli IFRS adottati dall'Unione Europea la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca. Il criterio di determinazione dell'EBITDA applicato dal Gruppo Il Sole 24 Ore potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

(**) La posizione finanziaria netta è definita come somma delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, dei crediti finanziari a breve termine, delle attività finanziarie non correnti e del *fair value* degli strumenti finanziari di copertura, al netto di scoperti e finanziamenti bancari scadenti entro un anno e passività finanziarie non correnti. La posizione finanziaria netta non è identificata come misura contabile nell'ambito degli IFRS adottati dall'Unione Europea. Il criterio di determinazione applicato dall'Emittente potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il saldo ottenuto del Gruppo potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

Per quanto riguarda le diffusioni, dati ADS, indicano per il periodo gennaio – maggio 2015 un calo delle diffusioni della versione cartacea dei principali quotidiani nazionali pari a circa l'8,9% rispetto allo stesso periodo del 2014. La diffusione delle copie cartacee sommate a quelle digitali mostra un calo pari al 4,4%.

I dati d'ascolto relativi al mezzo radiofonico riportano, nel primo semestre 2015, 34.927.000 ascoltatori nel giorno medio, con una crescita dello 0,5% (+191.000) rispetto all'analogo periodo del 2014 (*GfK Eurisko, RadioMonitor*).

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, che portano il Centro Studi Confindustria a rivedere le stime per il 2015 indicando al rialzo la dinamica del PIL allo 0,8% rispetto allo 0,5% stimato in dicembre 2014 e dell'1,4% per il 2016.

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.

Commento ai risultati consolidati al 30 giugno 2015

Nel primo semestre 2015, il Gruppo 24 ORE ha conseguito **ricavi consolidati** pari a 169,0 milioni di euro, in incremento di 5,2 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 dell'1,5%, con diffusioni in crescita del 2,6% in un mercato in calo del 4,4% (fonte rilevazioni ADS gennaio-maggio 2015), un significativo incremento dei ricavi pubblicitari dell'8,4% pari a 5,0 milioni di euro, in controtendenza rispetto al mercato complessivo e a quello di riferimento che registrano rispettivamente riduzioni dell'1,3% e del 2,7% (Fonte: Nielsen gennaio - maggio 2015). In crescita i ricavi dell'area Formazione (+9,2%) e Cultura (+6,8%).

I ricavi digitali da contenuto informativo, aumentano di 4,3 milioni di euro, pari al 14% rispetto al pari periodo del precedente esercizio e hanno superato i ricavi da contenuto in versione cartacea, attestandosi a oltre il 51% del totale dei ricavi da contenuto, rispetto al 42% dello stesso periodo del 2014.

I ricavi digitali complessivi del Gruppo ammontano a 53,9 milioni di euro e sono pari al 31,9% del totale dei ricavi (erano pari al 29,6% nel primo semestre 2014) in incremento dell'11,2% rispetto al pari periodo del 2014.

In particolare:

- La raccolta pubblicitaria System, pari a 65,3 milioni di euro, è in crescita di 5,3 milioni di euro (+8,7%) rispetto al primo semestre 2014, in controtendenza rispetto al mercato di riferimento, in contrazione del 2,7%. Crescono sia i ricavi su mezzi del Gruppo (+4,0 milioni di euro, +8,4%) che sui mezzi di editori terzi (+1,3 milioni, +10,2%). Il risultato è stato raggiunto in particolare grazie alla crescita della raccolta sui mezzi stampa del Gruppo (+6,9% vs -5,0% mercato) e su Radio 24 (+21,3% vs 5,5% mercato), internet (8,1% vs mercato in calo del 2,2%) - *Fonte: Nielsen – gennaio-maggio 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, unitamente alla valorizzazione dei contenuti eccellenti e rilevanti del Sistema Sole;

- i ricavi diffusionali del quotidiano sono in crescita dell'1,5% rispetto al primo semestre 2014 con un mercato di riferimento, in calo del 4,4% di copie diffuse (fonte *ADS gennaio-maggio 2015*). 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 anche nei primi cinque mesi del 2015 il primo quotidiano digitale con circa 215 mila copie digitali a maggio 2015 (+17,5% verso maggio 2014) e il secondo quotidiano nazionale per diffusioni complessive carta + digitale con 378 mila copie complessive carta + digitale a maggio 2015 (+2,6% verso maggio 2014). A completamento del sistema Sole, alle copie cartacee e digitali si aggiungono gli oltre 32.000 abbonamenti de *IlSole24ore.com*;
- i ricavi dell'Area Formazione ammontano a 16,9 milioni di euro, in crescita di 1,4 milioni di euro pari al 9,2%. Tale risultato positivo è dovuto al buon andamento della Business School, che nel primo semestre 2015 rileva una crescita sia del numero di iniziative realizzate che dei partecipanti, in aula e online, in particolare nei Master di specializzazione e Executive Master. In crescita anche i prodotti Annual ed eventi, grazie all'aumento delle iniziative realizzate.
- i ricavi dell'Area Cultura, pari a 12,1 milioni di euro, sono in crescita di 0,8 milioni di euro, pari al 6,8% rispetto al primo semestre 2014. Nei primi sei mesi del 2015 sono state concluse le rassegne relative a: *Chagall, Van Gogh, Giacometti, Divina Marchesa, 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 Mondri a Milano* al Mudec di Milano. In maggio infine è stata inaugurata a Venezia la mostra *Nuova Oggettività. Arte in Germania al tempo della Repubblica di Weimar 1919-1933*;
- i ricavi derivanti dalla vendita di collaterali, libri e periodici cartacei sono in calo complessivamente di 4,4 milioni di euro (-25,7%) rispetto al primo semestre 2014, per effetto della contrazione del mercato e per la scelta di ridurre il portafoglio dei prodotti cartacei.

I costi complessivi sono pari a 175,6 milioni di euro in crescita del 2,2% rispetto al primo semestre del 2014. Alcune tipologie di costo sono diminuite, grazie all'implementazione della strategia digitale e alle politiche e azioni di contenimento di tutte le nature di costo, quali in particolare:

- i costi per materie prime e di consumo, pari a 6,8 milioni, diminuiscono di 1,1 milioni di euro (-14,4%), principalmente riconducibili alla politica intrapresa dal Gruppo di passaggio al digitale;
- i costi di distribuzione, pari a 12,6 milioni di euro, diminuiscono di 1,0 milioni di euro (-7,0%) principalmente per minori volumi di prodotti cartacei distribuiti;
- i costi per servizi centralizzati delle funzioni corporate diminuiscono di 2,2 milioni di euro rispetto al primo semestre 2014 e presentano un'incidenza

dell'11,5% sui ricavi consolidati nel primo semestre 2015 rispetto al 13,3% del pari periodo 2014. In particolare diminuiscono i costi per consulenze.

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 10,3 milioni di euro in aumento del 12,4% per l'incremento del fatturato di testate in concessione e l'acquisizione di nuove testate;
- i costi legati alle attività di formazione e agli eventi realizzati crescono di 0,5 milioni di euro, direttamente correlati all'aumento del fatturato;
- i costi di vendita sono aumentati di 3,3 milioni di euro (+30,9%), 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 54,9 milioni è in crescita di 0,6 milioni di euro rispetto al 1° semestre del 2014 principalmente per il diverso perimetro di consolidamento, legato all'ingresso nel Gruppo delle due società MostraMi e Food 24 Guele. A parità di perimetro societario l'organico medio dei dipendenti cala di 13 unità rispetto al 1° semestre del 2014: il minore costo del lavoro derivante dalla riduzione dell'organico e dai rinnovi dei contratti di solidarietà ad alcune categorie di dipendenti viene compensato dagli incrementi legati alle dinamiche contrattuali.

L'organico medio dei dipendenti aumenta di 12 unità verso il primo semestre 2014 ed è pari a 1.230 unità e si confronta con un dato al 30 giugno 2014 di 1.218. Al netto della variazione di perimetro legata alle società MostraMi e Food 24 Guele, pari a 25 unità, l'organico medio diminuisce di 13 unità.

Il Margine Operativo Lordo (*ebitda*), positivo per 0,3 milioni di euro, si confronta con un risultato di negativo di 1,2 milioni di euro nel primo semestre 2014 e registra un miglioramento di 1,6 milioni di euro. 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 margine operativo lordo (*ebitda*) di Editrice, è positivo per 1,9 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.

Il risultato operativo (*ebit*), in miglioramento di 2,0 milioni rispetto al primo semestre 2014 (+23,5%) è negativo per 6,7 milioni di euro e si confronta con un *ebit* negativo di 8,7 milioni di euro nel 2014. Nel corso del semestre è stato venduto l'impianto produttivo di Verona non più in funzionamento. Tale operazione ha consentito di realizzare una plusvalenza pari a 1 milione di euro. Gli ammortamenti ammontano a 8,0 milioni di euro contro i 7,5 milioni di euro dello stesso periodo del precedente esercizio.

Il risultato delle attività operative cessate nel primo semestre 2014 era positivo per 21,3 milioni di euro, e si riferiva alla plusvalenza realizzata dalla vendita dell'area software al netto degli oneri e del risultato dell'area ceduta nel maggio 2014; mentre il **risultato di altre attività in discontinuità** nel primo semestre 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** è pari a -7,9 milioni di euro e si confronta con un risultato positivo di 8,8 milioni di euro del primo semestre 2014 che beneficiava della plusvalenza realizzata dalla vendita dell'area software.

La **posizione finanziaria netta** è negativa per 20,0 milioni di euro, si confronta con un valore di +2,2 milioni di euro al 31 dicembre 2014. Rispetto al primo trimestre 2015 è in miglioramento di 1,2 milioni di euro.

Fatti di rilievo intervenuti successivamente al 30 giugno 2015

Il 28 luglio 2015, il Consiglio di Amministrazione de Il Sole 24 ORE S.p.A. ha nominato per cooptazione il Consigliere Nicolò Dubini in sostituzione del Sen Mario D'Urso deceduto in data 5 giugno 2015.

Il Consigliere Dubini riveste la qualifica di Amministratore Indipendente non esecutivo e fa parte del Comitato Controllo e Rischi, nonché del Comitato per le Risorse Umane e le Remunerazioni.

Prevedibile evoluzione dell'attività per l'esercizio in corso

La situazione economica, anche nei primi mesi del 2015, continua a incidere ancora 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 per l'Italia una ripresa dell'economia, con una crescita del PIL dello 0,8% (*fonte: Confindustria centro studi*).

Il trend del mercato pubblicitario nei primi 5 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.

Il Gruppo continua a perseguire attività volte all'ottimizzazione dei processi e alla riduzione dei costi, a rafforzare e ampliare le iniziative commerciali e continuerà a focalizzarsi su azioni volte all'incremento dei ricavi.

Per l'esercizio in corso il Gruppo prosegue lo sviluppo dei prodotti digitali, 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 ha ampliato 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.

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Valentina Montanari dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154-bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Per ulteriori informazioni:

Responsabile Ufficio Stampa Gruppo24 ORE:

Ginevra Cozzi - Tel. 02/3022.4945 – Cell. 335/1350144

Investor Relations

Ines Di Terlizzi Tel. 02/3022.3728

Bilancio Consolidato del Gruppo 24 ORE al 30 giugno 2015
Prospetti contabili

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA		
milioni di euro	30.06.2015	31.12.2014
ATTIVITÀ		
Attività non correnti		
Immobili, impianti e macchinari	44,0	45,4
Avviamento	18,4	18,1
Attività immateriali	57,8	59,5
Partecipazioni in società collegate e joint venture	0,0	0,0
Attività finanziarie disponibili per la vendita	0,9	0,9
Altre attività non correnti	27,9	27,0
Attività per imposte anticipate	57,5	57,7
Totale	206,6	208,7
Attività correnti		
Rimanenze	6,1	6,8
Crediti commerciali	118,9	112,0
Altri crediti	10,7	10,8
Altre attività correnti	8,0	4,5
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	41,0	34,5
Totale	184,7	168,6
Attività disponibili alla vendita	-	-
TOTALE ATTIVITÀ	391,3	377,3

Dati per i quali non è terminata l'attività di revisione

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA (SEGUE)

milioni di euro

30.06.2015

31.12.2014

PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ
Patrimonio netto
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante

Capitale sociale	35,1	35,1
Riserve di capitale	83,0	98,8
Riserve - Altre	14,3	13,7
Utili (perdite) portati a nuovo	(22,1)	(28,0)
Utile (perdita) attribuibile ad azionisti della controllante	(7,9)	(9,8)
Totale	102,4	109,8

Patrimonio netto attribuibile ad azionisti di minoranza

Capitale e riserve attribuibili ad azionisti di minoranza	0,6	0,3
Utile (perdita) attribuibile ad azionisti di minoranza	(0,3)	0,5
Totale	0,3	0,8

Totale patrimonio netto
102,8
110,6
Passività non correnti

Passività finanziarie non correnti	15,0	15,0
Benefici ai dipendenti	26,2	27,5
Passività per imposte differite	6,7	6,7
Fondi rischi e oneri	7,9	11,3
Altre passività non correnti	0,0	0,0
Totale	55,8	60,5

Passività correnti

Scoperti e fin. bancari-scad. entro anno	46,0	17,2
Debiti commerciali	148,7	149,9
Altre passività correnti	0,6	0,0
Altri debiti	37,5	39,1
Totale	232,8	206,3

Passività disponibili alla vendita

-

Totale passività
288,6
266,8
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ
391,3
377,3

Dati per i quali non è terminata l'attività di revisione

PROSPETTO DELL'UTILE (PERDITA)

milioni di euro

1° Semestre 2015 1° Semestre 2014

1) Attività in funzionamento

Totale ricavi	169,0	164,4
Altri proventi operativi	7,0	6,8
Costi del personale	(54,9)	(54,8)
Variazione delle rimanenze	(0,7)	0,2
Acquisti materie prime e di consumo	(6,0)	(8,1)
Costi per servizi	(97,8)	(91,9)
Costi per godimento di beni di terzi	(11,3)	(12,0)
Oneri diversi di gestione	(3,5)	(4,1)
Accantonamenti	(0,5)	(1,2)
Svalutazione crediti	(0,9)	(1,9)
Margine operativo lordo	0,3	(2,4)
Ammortamenti attività immateriali	(4,2)	(3,6)
Ammortamenti attività materiali	(3,8)	(3,9)
Plus/minus val. da cessione attività non correnti	1,0	0,0
Risultato operativo	(6,7)	(9,9)
Proventi finanziari	1,0	0,3
Oneri finanziari	(1,6)	(1,5)
Totale proventi (oneri) finanziari	(0,6)	(1,2)
Risultato prima delle imposte	(7,3)	(11,1)
Imposte sul reddito	(0,8)	(1,3)
Risultato delle attività in funzionamento	(8,1)	(12,4)
2) Attività operative cessate		
Risultato delle attività operative cessate	-	21,3
Risultato netto	(8,1)	8,8
Risultato attribuibile a partecipazioni di minoranza	(0,3)	0,0
Risultato attribuibile ad azionisti della controllante	(7,9)	8,8

Dati per i quali non è terminata l'attività di revisione

CONTO ECONOMICO SINTETICO CONSOLIDATO A PERIMETRO OMOGENEO		
milioni di euro	1° Semestre 2015	1° Semestre 2014
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	169,0	163,8
Altri proventi operativi	7,0	6,8
Costi del personale	(54,9)	(54,3)
Variazione delle rimanenze	(0,7)	0,2
Acquisto materie prime e di consumo	(6,0)	(8,1)
Costi per servizi	(97,8)	(90,7)
Altri costi operativi	(14,8)	(16,0)
Accantonamenti e svalutazioni crediti	(1,4)	(2,9)
Margine operativo lordo	0,3	(1,2)
Ammortamenti e svalutazioni	(8,0)	(7,5)
Plus/minusvalenze attività immat. e materiali	1,0	0,0
Risultato operativo	(6,7)	(8,7)
Proventi (oneri) finanziari	(0,6)	(1,2)
Risultato prima delle imposte	(7,3)	(9,9)
Imposte sul reddito	(0,8)	(1,3)
Risultato delle attività a perimetro omogeneo	(8,1)	(11,2)
Risultato delle attività operative cessate	-	21,3
Risultato di altre attività in discontinuità	-	(1,2)
Risultato attribuibile ad azionisti di minoranza	(0,3)	0,0
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(7,9)	8,8

Dati per i quali non è terminata l'attività di revisione

Il conto economico consolidato a perimetro omogeneo, di cui sopra espone il Risultato di altre attività in discontinuità relativo al ramo d'azienda Business Media ceduto il 30 gennaio 2014

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO

milioni di euro	1° Semestre 2015	1° Semestre 2014
Voci di rendiconto		
Risultato prima delle imposte di pertinenza del Gruppo [a]	(7,0)	10,1
Rettifiche [b]	3,1	(9,4)
Risultato di pertinenza di terzi	(0,3)	0,0
Ammortamenti e svalutazioni	8,0	7,5
(Plusvalenze) minusvalenze	(1,0)	(0,0)
Risultato attività operative cessate	-	(21,3)
Variazione fondi rischi e oneri	(3,4)	0,5
Variazione benefici a dipendenti	(1,2)	1,2
Variazione imposte anticipate/differite	(0,6)	1,4
Oneri e proventi finanziari	1,5	1,2
Variazioni del capitale circolante netto operativo [c]	(11,9)	(17,2)
Variazione rimanenze	0,7	(0,1)
Variazione crediti commerciali	(6,8)	(30,7)
Variazione debiti commerciali	(1,2)	23,5
Pagamenti imposte sul reddito	(0,1)	(0,2)
Altre variazioni del capitale circolante netto	(4,5)	(9,6)
Totale cash flow attività operativa [d=a+b+c]	(15,9)	(16,4)
Cash flow derivante da attività di investimento [e]	(4,2)	87,8
Investimenti in attività immateriali e materiali	(4,9)	(4,5)
Acquisizione di partecipazioni in imprese controllate	(0,3)	-
Acquisizione di partecipazioni in imprese collegate	(0,0)	-
Corrispettivi da cessione di attività immateriali e materiali	1,0	0,2
Corrispettivi incassati da cessione di imprese controllate	-	95,0
Variazioni perimetro	(0,0)	-
Altre variazioni delle attività di investimento	(0,0)	(2,8)
Cash flow derivante da attività finanziaria [f]	1,2	(4,6)
Interessi finanziari netti pagati	(1,5)	(1,2)
Variazione di prestiti bancari a medio/lungo	(0,0)	(0,2)
Variazione dei finanziamenti bancari a breve	3,4	(2,4)
Variazione netta di attività finanziarie non correnti	-	(0,1)
Dividendi corrisposti	(0,1)	(0,2)
Variazione del capitale e riserve	0,6	(0,8)
Variazione patrimonio netto delle minoranze	(0,2)	-
Altre variazioni delle attività finanziarie	(1,0)	0,3
Risorse finanziarie assorbite nel periodo [g=d+e+f]	(18,9)	66,8
DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO	24,8	(14,8)
DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALLA FINE DEL PERIODO	6,0	52,0
INCREMENTO (DECREMENTO) DEL PERIODO	(18,9)	66,8

Dati per i quali non è terminata l'attività di revisione

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA		
milioni di euro	30.06.2015	31.12.2014
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	41,0	34,5
Scoperti e finanziamenti bancari scadenti entro l'anno	(46,0)	(17,2)
Posizione finanziaria netta a breve termine	(5,0)	17,3
Passività finanziarie non correnti	(15,0)	(15,0)
Fair value strumenti finanziari di copertura	-	(0,0)
Posizione finanziaria netta a medio lungo termine	(15,0)	(15,1)
Posizione Finanziaria Netta	(20,0)	2,2

Dati per i quali non è terminata l'attività di revisione