

COMUNICATO STAMPA

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

GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO S.P.A.

Il Consiglio di Amministrazione esamina i risultati al 31 dicembre 2012

**IN UN MERCATO EDITORIALE FORTEMENTE NEGATIVO PER LA CRISI,
GRUPPO ESPRESSO CHIUDE IL 2012 CON UN UTILE NETTO DI €21,8 MN**

**L'INDEBITAMENTO NETTO, DOPO UN ESBORSO DI €26,9 MN PER
DIVIDENDI E ACQUISTO DI AZIONI PROPRIE, SCENDE
ULTERIORMENTE DA €110,2 MN A €108,1 MN**

**RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI DEL GRUPPO ESPRESSO AL 31 DICEMBRE
2012**

Risultati consolidati (€mn)	<i>Anno 2011</i>	<i>Anno 2012</i>	<i>Δ% 2012/2011</i>
Fatturato, di cui:	890,1	812,7	-8,7%
• diffusione	271,4	261,5	-3,7%
• opzionali	62,9	49,4	-21,5%
• pubblicità	534,7	476,3	-10,9%
• diversi	21,1	25,6	+21,3%
Margine operativo lordo	159,8	102,4	-35,9%
Risultato operativo	122,5	60,4	-50,7%
Risultato ante imposte	107,5	44,1	-59,0%
Risultato netto	60,6	21,8	-64,0%

(€mn)	<i>31 dicembre 2011</i>	<i>31 dicembre 2012</i>
Posizione finanziaria netta	(110,2)	(108,1)
Patrimonio netto di Gruppo e di terzi	565,0	557,7
• patrimonio netto di Gruppo	563,3	555,9
• patrimonio netto di terzi	1,7	1,8
Dipendenti	2.673	2.536

Roma, 27 febbraio 2013 - Si è riunito oggi a Roma il Consiglio di Amministrazione di Gruppo Editoriale L'Espresso S.p.A. che ha esaminato i risultati consolidati al 31 dicembre 2012.



ANDAMENTO DEL MERCATO

Nel corso del 2012 il deterioramento del quadro economico, caratterizzato da una fase decisamente recessiva e da forte incertezza sulle prospettive, ha determinato evoluzioni particolarmente critiche per il settore editoriale.

Gli investimenti pubblicitari, secondo i dati Nielsen Media Research, hanno registrato una contrazione del 14,3% rispetto al 2011; l'andamento sfavorevole dei consumi ha determinato tagli significativi della spesa pubblicitaria da parte della quasi totalità dei settori rilevanti (alimentari, trasporti, TLC, moda e cosmetica, abitazione, etc.).

La contrazione degli investimenti pubblicitari è andata accentuandosi nel corso dell'esercizio, passando dal -7,5% del primo trimestre, al -11,6% del secondo, al -17,7% del terzo ed, infine, al -20,5% degli ultimi tre mesi.

Tale trend ha interessato tutti i mezzi, con l'eccezione di internet: la stampa ha registrato un calo del 17,9%, la televisione del 15,3% (con un -19% per la tv tradizionale ed un +9,5% per satellitari e digitali terrestri) ed, infine, la radio una flessione del 10,2%. L'unico mezzo che ha mostrato nuovamente un'evoluzione favorevole è internet, ancorché la crescita sia risultata più contenuta di quella registrata negli esercizi precedenti (+5,3%, esclusi i motori di ricerca in quanto non rilevati da Nielsen).

Per quanto concerne più in particolare gli investimenti pubblicitari sulla stampa, sia i quotidiani che i periodici hanno riportato flessioni significative, -17,6% e -18,4% rispettivamente, con cali pressoché analoghi per la pubblicità nazionale e locale.

Quanto alle diffusioni, il trend declinante già registrato nei passati esercizi si è accentuato, in un contesto di generalizzata crisi dei consumi, sia per i quotidiani che per i periodici: stime interne basate su dati ADS indicano per il 2012 una flessione delle vendite dei quotidiani dell'8,7%.

ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO ESPRESSO NELL'ESERCIZIO 2012

In un contesto fortemente recessivo, i **ricavi netti consolidati** del Gruppo ammontano a €812,7mn, in calo dell'8,7% rispetto al 2011 (€890,1mn).

I **ricavi diffusionali** sono pari a €261,5mn, con una flessione del 3,7% rispetto all'esercizio precedente (€271,4mn), in un mercato che globalmente ha subito, come sopra riportato, una flessione in copie dell'8,7%.

Le buone performance delle testate del Gruppo, in rapporto ai segmenti di mercato di riferimento, si confermano anche nel 2012.



Sulla base degli ultimi dati ADS (Dicembre 2012) e Audipress (Indagine 2012/III), *la Repubblica* si riconferma il primo quotidiano per vendite in edicola e per numero di lettori medi giornalieri (3 milioni).

Prosegue, inoltre, lo sviluppo dei prodotti digitali del quotidiano (*Repubblica+* e *Repubblica Mobile*), che a dicembre 2012 hanno superato i 66 mila abbonati attivi.

Il network dei quotidiani locali, sempre secondo le ultime rilevazioni Audipress, registra 3,2 milioni di lettori medi giornalieri ed, infine, *L'Espresso* è al primo posto tra i newsmagazines con 2,5 milioni di lettori.

I **ricavi pubblicitari**, pari a €476,3mn, hanno registrato una flessione del 10,9% sull'esercizio precedente, in un mercato in calo del 14,3%.

Le evoluzioni per mezzo riflettono sostanzialmente gli andamenti generali del mercato, mostrando comunque, su tutti i mezzi, indici leggermente più favorevoli per il Gruppo.

La raccolta su stampa ha perso il 16,5% (-17,9% per il mercato), con una flessione del 15,6% per i quotidiani rispetto al -17,6% registrato dal segmento.

La raccolta su radio ha mostrato un calo del 2,5%, a fronte di un mercato che è sceso del 10,2%. Secondo gli ultimi dati della ricerca Radio Monitor, *Radio DeeJay*, con 5,2 milioni di ascoltatori medi giornalieri, è la seconda emittente per ascolti tra tutte le radio nazionali; *m2o* registra una straordinaria progressione fino a 1,7 milioni di ascoltatori e *Radio Capital* si attesta a 1,6 milioni.

Molto positiva è stata l'evoluzione della pubblicità su internet, in aumento del 14%, malgrado il rallentamento della crescita del mercato di riferimento (+5,3%).

La progressione del Gruppo è basata sullo sviluppo dell'audience: nel 2012 il network dei siti del Gruppo ha fatto registrare una media di 2,4 milioni di utenti unici giornalieri, in aumento del 7% rispetto al 2011 (dati Nielsen Site Census). *Repubblica.it* si conferma come primo sito d'informazione in lingua italiana, con una media di 2 milioni di utenti unici giornalieri (+5% rispetto al 2011) ed un netto vantaggio rispetto al primo dei concorrenti. Sono inoltre in fase di sostenuto sviluppo le audience dei quotidiani locali (+49%) nonché quella del sito femminile *D* (+33%).

I **ricavi dei prodotti opzionali** ammontano a €49,4mn e registrano un calo del 21,5% rispetto al 2011, riflettendo la generalizzata depressione dei consumi e la progressiva contrazione del mercato specifico in atto dal 2007, dopo una fase di intensa attività.

I **ricavi diversi**, pari a €25,6mn, sono aumentati del 21,3% rispetto al 2011, grazie alla crescita dell'attività di affitto di banda digitale terrestre televisiva a terzi.

I **costi** totali mostrano una riduzione del 2,4%: escludendo le attività di edizione digitale e DTT, i cui costi sono in fase di incremento al fine di sostenerne lo sviluppo, si registra un

calo del 5%, grazie all'ulteriore razionalizzazione effettuata in particolare nelle aree industriali e amministrative.

Il **marginale operativo lordo consolidato** è pari a €102,4mn, in diminuzione del 35,9% rispetto ai €159,8mn del 2011.

Tutte le aree di attività tradizionale risultano in flessione a causa del generalizzato decremento dei ricavi; tuttavia, le attività che registrano evoluzioni particolarmente critiche sono il quotidiano *la Repubblica*, i periodici ed i prodotti opzionali, mentre i quotidiani locali e le radio mostrano una maggiore tenuta.

Sono invece in miglioramento i risultati di internet, grazie alla crescita dei ricavi, e quelli della televisione, per la maggiore attività di affitto di banda.

Infine, va sottolineato che nel 2012 sono stati accantonati €18,2mn per oneri di riorganizzazione a fronte di €12,9mn nel 2011.

Il **risultato operativo consolidato** è pari a €60,4mn, in diminuzione del 50,7% rispetto a quello dell'esercizio precedente (€122,5mn). Da notare che l'incremento degli ammortamenti, rispetto al precedente esercizio, è legato all'inizio dell'ammortamento delle frequenze televisive digitali, a seguito della concessione, rilasciata il 28 giugno 2012, del diritto d'uso definitivo delle stesse per la durata di venti anni.

Il **risultato netto consolidato** registra un utile di €21,8mn, contro €60,6mn del 2011. La Società ha accantonato nell'esercizio €11,9mn in relazione al contenzioso fiscale in essere.

La **posizione finanziaria netta consolidata** al 31 dicembre 2012 è pari a -€108,1mn in ulteriore lieve miglioramento rispetto ai -€110,2mn del 31 dicembre 2011: l'avanzo finanziario corrente, pari a €29mn, è stato assorbito per €25mn da dividendi e per €1,9mn dall'acquisto di azioni proprie.

L'**organico del Gruppo**, inclusi i contratti a termine, ammonta a fine dicembre a 2.536 dipendenti, in diminuzione di 137 unità rispetto al 31 dicembre 2011. L'organico medio del periodo è sceso del 4,8% rispetto a quello dell'esercizio precedente, passando da 2.747 a 2.614 dipendenti.

Il Direttore Amministrazione e Bilancio della società, dott. Gabriele Acquistapace, dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, dichiara ai sensi del comma 2 art. 154 bis del Testo Unico delle finanze che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.



IL BILANCIO 2012 DELLA CAPOGRUPPO

Il fatturato della Capogruppo è stato pari a €403,9mn (€459,6mn nel 2011). Il risultato operativo si è attestato a €21,8mn (€65,0mn nel 2011). Il risultato netto è stato pari a €33,9mn (€65,5mn nel 2011).

PROPOSTA DI DESTINAZIONE DELL'UTILE DELL'ESERCIZIO 2012

Il Consiglio di amministrazione proporrà all'Assemblea dei soci, convocata per il giorno 18 aprile 2013, di non distribuire, relativamente all'esercizio 2012, alcun dividendo e di destinare l'utile di esercizio alla riserva utili a nuovo, avendo la riserva legale già raggiunto il 20% del capitale sociale.

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

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

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

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

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



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

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

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

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

Tuttavia, se tali azioni hanno consentito di attenuare gli impatti negativi della crisi e di raggiungere comunque risultati positivi, pur in un settore altamente deficitario, esse non hanno permesso di mantenere la redditività del 2011.

Peraltro, in assenza di un'inversione di tendenza dell'economia e del mercato specifico, ad oggi improbabile, il deterioramento dei risultati è destinato a perdurare nel 2013.

Lo sviluppo del digitale, il mantenimento del successo nei prodotti tradizionali e la riduzione dei costi restano le linee guida della gestione del Gruppo ed, in assenza di cambiamenti del contesto, il Gruppo dovrà programmare azioni di riduzione dei costi più incisive di quelle attualmente in atto.

CONTATTI:

DIREZIONE CENTRALE

RELAZIONI ESTERNE

Stefano Mignanego

Tel.: +39 06 84787434

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

www.gruppoespresso.it