

Il primo semestre del gruppo. Sulla raccolta (+8,2%) i primi benefici dell'integrazione con Itedi

Gedi, utile netto per 7,4 milioni

Fatturato in crescita dell'1,6%. Ricavi da vendita a -5,7%

DI MARCO A. CAPISANI

C'è un primo effetto Gedi (gruppo L'Espresso+Itedi) nel conto economico al 30 giugno scorso del nuovo polo editoriale *Repubblica+Stampa+Secolo XIX*, anche se i risultati includeranno gli effetti dell'integrazione solo a partire dal 1° luglio (l'operazione è stata finalizzata il 27 giugno 2017). Il primo effetto si vede sui ricavi pubblicitari complessivamente in crescita dell'8,2%, nonostante il -4,3% d'investimenti sui mezzi propri dell'ex gruppo L'Espresso. A spingere sono la raccolta in concessione alla Manzoni di *Stampa* e *Secolo XIX*, a cui si aggiunge Radio Italia (tutti e tre gli incarichi sono stati affidati da gennaio 2017). In tutto 14 milioni di euro in più nel primo semestre di quest'anno rispetto ai 170,6 dello stesso periodo 2016 a perimetro omogeneo (rispetto a 170,7 milioni a perimetro non omogeneo). Variazioni di perimetro che tengono conto, invece, del deconsolidamento nel semestre 2016 di 5 te-



Monica Mondardini

state locali (tra cui *Il Centro*, *Il Trentino* e *La Nuova Sardegna*), al fine di rispettare le soglie di tirature previste per legge.

Allargando poi la visuale, sempre a livello di fatturato, ai ricavi totali proforma del nuovo gruppo basati sui dati 2016 di Espresso e Itedi, Gedi muoverà un business da 705,9 milioni di euro, oltre 120 milioni in più in confronto al fatturato civilistico 2016 del gruppo L'Espresso,

pari a 585,5 milioni. Infatti quando gli effetti dell'integrazione impatteranno sull'intero conto economico, verranno conteggiati tra l'altro anche i ricavi diffusionali di *Stampa* e *Secolo XIX*. Comunque già per la fine di quest'anno, hanno fatto sapere ieri da Gedi dopo l'approvazione dei conti al 30 giugno scorso chiusi in utile per 7,4 milioni dai 10,3 mln a perimetro omogeneo (e dai 12,1 mln a perimetro non

omogeneo), «in assenza di eventi allo stato imprevedibili, il gruppo registrerà un risultato positivo e l'integrazione con Itedi aprirà nuove opportunità».

Al momento è la situazione patrimoniale a riflettere nei primi sei mesi del 2017 i benefici della creazione del nuovo conglomerato editoriale presieduto da **Marco De Benedetti** e guidato dall'a.d. **Monica Mondardini**: il patrimonio netto passa a 689 milioni dai precedenti 598,4 milioni. In parallelo la posizione finanziaria netta è positiva per 26,4 milioni contro i 31,7 mln di fine 2016 e i 18,2 mln al 30 giugno 2016, «decremento dovuto al consolidamento di Itedi che apporta un indebitamento finanziario netto negativo di 7,8 mln».

A chiusura del primo semestre di quest'anno, intanto, i ricavi consolidati sono pari a 287,3 milioni (+1,6% a perimetro omogeneo e -1,9% a perimetro non omogeneo), con quelli da vendita a quota 84,3 milioni (-5,7% a perimetro omogeneo). Sul fronte pubblicitario, il dettaglio del-

la raccolta per singoli mezzi vede la stampa a -8,7% (con le testate locali che arginano meglio la contrazione), internet a +0,8% e la radio a +5%.

I costi sono scesi del 5,6%, sempre a perimetro omogeneo, con quelli del personale giù del 4,4% e gli altri costi giù del 6,5%. L'organico medio del gruppo «è stato inferiore dell'1,9%». Di conseguenza, l'ebitda è stabilmente pari a 22,7 milioni di euro. L'ebit è costante sulla soglia dei 15,9 milioni. Infine, il risultato netto in calo a 7,4 milioni, hanno concluso da Gedi, «è principalmente attribuibile all'ammortamento del fair value delle frequenze del digitale terrestre implicite nel valore della partecipazione in Persidera spa, rilevato a partire dalla chiusura del bilancio al 31 dicembre 2016». Ieri il titolo ha chiuso la giornata in Borsa a +1,85% a 0,77 euro.



Altri articoli sul sito www.italiaoggi.it/gedi

Caltagirone Editore in pareggio

La pubblicità diminuisce del 7,8%

Chiude in sostanziale pareggio il primo semestre di Caltagirone Editore. Il gruppo presieduto dall'avvocato Francesco Gianni ha archiviato infatti la prima metà dell'anno con un utile netto di 6 mila euro rispetto ai -0,27 mln del corrispondente periodo del 2016.

I ricavi sono stati pari a 71,3 milioni di euro, in flessione del 6,2%. In particolare, i ricavi complessivi derivanti dalla vendita di quotidiani si sono attestati a 28,1 milioni di euro, in calo del 3,6%. I ricavi da vendita delle edizioni cartacee delle testate del gruppo sono diminuiti invece del 4,4% mentre è continuata la crescita delle vendite di copie e abbonamenti digitali che, pur con un'incidenza sui ricavi diffusionali ancora marginale, hanno segnato un +17,8%.

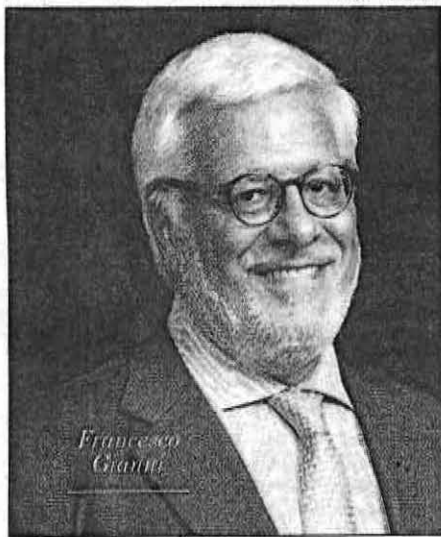
I ricavi pubblicitari sono diminuiti del 7,8%, quelli sulle sole testate cartacee, considerando anche la raccolta per conto di terzi, hanno registrato una contrazione del 9,2% in linea con l'andamento del mercato. Stabile invece la pubblicità su internet che ha registrato un incremento dello 0,1%. L'incidenza dell'area internet sul fatturato pubblicitario complessivo ha raggiunto il

14,1%.

Il margine operativo lordo è risultato negativo per 1,5 milioni di euro (-1,6 milioni euro al 30 giugno 2016). Il costo del lavoro si è ridotto del 5,2% rispetto al primo semestre 2016, nonostante la presenza di oneri non strutturali pari a 1,6 milioni di euro legati ai piani di riorganizzazione posti in essere da alcune società del gruppo. Il risultato operativo,

dopo ammortamenti e svalutazioni per 3,7 milioni di euro, ha registrato un saldo negativo di 5,2 milioni di euro (-6 milioni di euro nel primo semestre 2016). Il risultato netto della gestione finanziaria è stato invece positivo per 4,1 milioni di euro (4,4 milioni di euro nel corrispondente periodo 2016), principalmente influenzato dai dividendi ricevuti su azioni quotate. Il risultato ante imposte è stato negativo per 1,1 milioni di euro (-1,7 milioni di euro al 30 giugno 2016), mentre il risultato netto è stato di 6 mila euro contro una perdita di 270 mila euro nel corrispondente periodo 2016.

La posizione finanziaria netta è pari a 135,5 milioni di euro, in crescita di circa 1,1 milioni di euro rispetto al dato al 31 dicembre 2016.

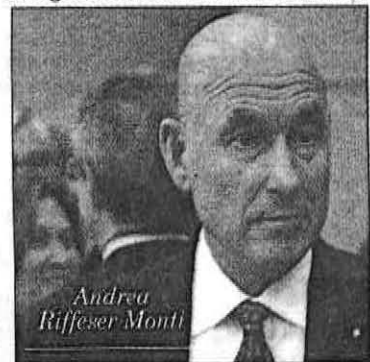


Francesco Gianni

Poligrafici, perdita a quota 2,1 milioni

Poligrafici Editoriale ha chiuso il primo semestre riportando una perdita netta di 2,1 milioni di euro che si confronta con un risultato negativo per 0,4 milioni con cui si era chiusa la prima metà dello scorso esercizio. I ricavi netti consolidati sono diminuiti a 68,8 milioni (75,4 mln nel primo semestre del 2016), con quelli editoriali in flessione tendenziale del 6,7% e quelli pubblicitari in calo del 4,7%. La raccolta sui quotidiani cartacei editi dal gruppo guidato dal vicepresidente e amministratore delegato **Andrea Riffeser Monti**

ha registrato una contrazione del 5,6%, con un decremento del 9,6% per la pubblicità commerciale nazionale, mentre la raccolta locale, comprensiva della rubricata, finanziaria e di servizio, ha segnato una flessione del 3,7%. La raccolta pubblicitaria online, pari a 2,4 milioni di euro, evidenzia una riduzione del 1,6% principalmente per effetto delle minori concessioni gestite (+12,8% a perimetro omogeneo). L'ebitda è sceso a 3,5 milioni dai 4,8 mln di fine giugno 2016. L'indebitamento finanziario netto di periodo è migliorato a 38,7 milioni dai -41,7 mln di fine 2016. Il gruppo editoriale ha inoltre reso noto di aver raggiunto un preaccordo con i soci di Nana Bianca (gli ex fondatori di Dada Paolo Barberis, Alessandro Sordi e Jacopo Morelli) in base al quale Poligrafici Editoriale entrerà nel capitale di quest'ultima con una quota del 4%. Obiettivo dell'operazione è di sviluppare ulteriori progetti in ambito digitale, in particolare adtech, mar-tech e produzione di contributi digitali innovativi. Ieri il titolo Poligrafici Editoriale ha chiuso in Borsa a 0,2001 euro, in calo del 7,06%.



Andrea Riffeser Monti