

Media. Il cda presieduto da Fossa ha esaminato i dati di bilancio preconsuntivi

Gruppo 24 Ore, approvato il piano industriale 2017-2020

Previsto un forte contenimento di tutti i costi e l'adozione del nuovo Piano editoriale di rilancio

Riunito sotto la presidenza di Giorgio Fossa il Consiglio di amministrazione del Sole 24 Ore ha approvato ieri il Piano Industriale 2017-2020 che punta a riportare al 2018 un Ebitda di Gruppo in attivo di 19 milioni (nel 2020 di 45 milioni). Le linee guida del piano 2017-2020 - si legge in un comunicato del Gruppo 24 Ore - indicano una complessiva stabilità dei ricavi con la valorizzazione delle attività a maggior potenziale e redditività. Le guidance sui margini indicano un miglioramento che beneficerà del contenimento dei costi diretti, della riduzione sostenibile dei costi del personale unitamente alla razionalizzazione dei costi operativi.

«L'approvazione del Piano Industriale 2017-2020 - ha dichiarato l'amministratore delegato Franco Moscetti - segna un passo strategico per riaccendere i motori del Gruppo 24 Ore, per rilanciarlo e valorizzarlo ulteriormente. Il Cda ha varato un pacchetto di misure impegnative ma non più differibili che, nell'arco temporale del Piano, stimolano possano riposizionare il Gruppo 24 Ore stabilmente in territorio di redditività. Il mix tra misure di contenimento dei costi, accelerazione di un rinnovato Piano editoriale e il lancio di nuovi prodotti deve riportare il Gruppo agli splendori di un tempo, ad essere una best practice nel panorama editoriale non solo italiano. Abbiamo accettato una sfida complessa ma alla nostra portata e che ci dovrà condurre, con la giusta rapidità e con il contributo delle numerose professionalità di cui dispone il Gruppo, a ritornare molto competitivi sul mercato».

Il Consiglio di amministrazione de Il Sole 24 Ore ha esaminato anche i dati preconsuntivi al 31 dicembre 2016 che riflettono le stime, anticipate dal management della società, delle svalutazioni derivanti dall'impairment test la cui definizione è tutt'ora in corso e le cui procedure il Consiglio ha approvato e che sarà condotto nelle prossime settimane dall'esperto designato dalla società. I dati preconsuntivi, ancorché non definitivi, non oggettivi e suscettibili di modifica in funzione tra l'altro degli esiti dell'impairment test, evidenziano, in applicazione del principio IAS 36, un patrimonio netto negativo che, se confermato, porterebbe la società nella situazione di cui all'articolo 2447 del codice civile. Il Consiglio di Amministrazione ha pertanto deliberato di accelerare quanto più possibile le attività per il completamento e la finalizzazione dei dati al 31 dicembre 2016 e di rinviare ad una successiva seduta consultiva le conseguenti deliberazioni. Il Cda, qualora ne venissero confermati i presupposti, provvederà ai sensi di legge a convocare l'assemblea straordinaria per la valutazione e l'approvazione di un'operazione di ricapitalizzazione le cui dimensioni e caratteristiche saranno stabilite sulla base dei dati patrimoniali definitivi e del piano finanziario in corso di elaborazione.

Quanto al piano 2017-2020, sul fronte dei ricavi le principali iniziative strategiche e gestionali prevedono l'adozione del nuovo Piano Editoriale di rilancio che si basa su un'ulteriore focalizzazione del quotidiano economico-finanziario-normativo con la nuova offerta cartacea di contenuti di pregio e sulla scelta strategica di una innovativa piattaforma



Presidente. Giorgio Fossa



Ad. Franco Moscetti

L'AD

«Il mix tra misure di contenimento dei costi, accelerazione di un rinnovato Piano editoriale e il lancio di nuovi prodotti deve riportare il Gruppo agli splendori di un tempo»

web (digital first 24) fondata su un'offerta diretta al mercato consumer, ai grandi clienti economico-finanziari e al mondo professionale (quotidiano nativo digitale, app doc su tablet e smartphone, filiera quotidiani verticali, banche dati plus) con un'accelerazione dell'integrazione tra carta e digitale in un unico circuito informativo che riflette la priorità digitale del nuovo Piano Editoriale.

In merito alle altre aree di business, il piano prevede un forte impulso per l'area della Formazione (Business School) valorizzando le opportunità di mercato e il buon posizionamento del Gruppo, la ridefinizione del modello di business della Cultura privilegiando la marginalità rispetto alla crescita dei ricavi e l'ottimizzazione della performance della Radio. Per l'agenzia Radiocor Plus integrazione sempre più stretta su contenuti e apporti dentro l'offerta consumer-strumento di lavoro del Gruppo 24 Ore ed esplorazione di opportunità sul mercato.

Sul fronte dei costi le principali iniziative previste dal Piano indicano una contrazione dei costi per materie prime, produzione e distribuzione. E inoltre prevista la riduzione del ricorso a collaboratori esterni e l'ottimizzazione dei costi degli editorialisti. Quanto ai costi del personale è prevista un'ampia riorganizzazione dell'organico (giornalisti, dirigenti, poligrafici, grafici e radiofonici) che contribuirà in modo determinante a portare l'Ebit, anche dell'area Quotidiano, a un valore positivo entro l'arco di Piano.

Ulteriori efficienze sono inoltre attese dal contenimento dei costi legato alla ridefinizione e centralizzazione del processo per gli acquisti, dalla riorganizzazione dei principali contratti, dalla riduzione dei costi per servizi professionali e dal contenimento delle spese per servizi commerciali, marketing, vendita, pubblicità

e promozione, legati anche alla cessazione di attività a bassa marginalità.

L'adozione del Nuovo Piano Editoriale di rilancio prevede la scelta prioritaria del digitale e di contenuti di pregio sulla carta, il consolidamento del sistema multimediale del Sole 24 Ore e la ulteriore focalizzazione su temi economici, finanziari e normativi, la razionalizzazione dei contenuti e dei prodotti dentro un'accelerazione dell'integrazione tra carta e digitale che rafforzi l'offerta web e determini una riorganizzazione del lavoro redazionale. A partire dal 2017 il sostegno alla diffusione è limitato all'Osservatorio Giovani Editori.

La marginalità nell'arco di Piano riflette l'attesa riduzione dei costi di produzione e distribuzione (ottimizzazione della gestione resa edicola, riorganizzazione del processo di produzione e rinegoziazione del contratto di distribuzione), la revisione dei costi di redazione tramite la riduzione delle collaborazioni esterne e i minori costi del personale. In merito alla raccolta pubblicitaria, in un mercato in declino il piano prevede il contenimento della caduta della raccolta advertising classica attraverso la valorizzazione di target e posizioni premium, lo sviluppo di nuove aree tematiche e l'incremento del prezzo medio.

Per Radio24 il piano prevede un incremento dei ricavi pubblicitari collegato al consolidamento della scelta della qualità e alla ulteriore ottimizzazione del palinsesto (i cui effetti saranno valorizzati dal 2018) rivolto a massimizzare il valore degli spot, una riduzione del costo dei collaboratori e l'ottimizzazione dei costi di manutenzione degli impianti.

Per l'area Tax & Legal il piano prevede il consolidamento delle Banche Dati "classiche" tramite un processo di rinnovamento dei prodotti esistenti, il lancio di nuovi prodotti e l'esplorazione di nuovi canali distributivi, oltre alla focalizzazione e riduzione del portafoglio periodici con conseguenti benefici su costi di produzione e distribuzione. Le attese indicano una riduzione dei ricavi complessivi con una forte variazione del mix verso attività ad elevata marginalità (significativa crescita delle Banche Dati e dei prodotti di editoria elettronica, riduzione dei Periodici). Le ipotesi del piano prevedono una consistente riduzione dei costi diretti legata alla citata modifica del mix delle vendite, l'ottimizzazione dei costi commerciali e di marketing e un miglioramento della gestione del credito.

Il business plan prevede un forte impulso all'attività della Business School, tramite un significativo ampliamento e rafforzamento della gamma prodotti con un focus ancora maggiore sulla qualità dei contenuti offerti.

La ridefinizione del modello di business della Cultura prevede la concentrazione delle attività espositive sulla città di Milano, MuDEC e Palazzo Reale e la crescita della Linea di Sviluppo dedicata alla vendita di concept e allestimento di mostre realizzate dalla Business Unit per operatori internazionali. È prevista una consistente riduzione dei costi dovuta alla razionalizzazione del numero delle mostre pianificate nel quadro del nuovo approccio strategico.

R. FI.