

Comunicato Stampa

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

Il Sole 24 ORE S.p.A.: il CdA approva Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2015

Highlights

- **Ricavi consolidati di Gruppo pari a 227,9 milioni di euro, sono in crescita di 6,8 milioni di euro** (+3,1% rispetto al 2014), continuano 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. In crescita la raccolta pubblicitaria e la formazione.
- **I ricavi digitali da contenuto informativo**, confermano la crescita a doppia cifra registrata nei primi due trimestri del 2015 e nell'esercizio precedente e aumentano di 4,8 milioni di euro, pari al 10,6% rispetto al pari periodo del 2014, interamente dovuti alla crescita del sistema multimediale del Sole e dei quotidiani verticali collegati. Si consolida inoltre il superamento dei ricavi digitali da contenuto sui ricavi da contenuto in versione cartacea già registrato nel primo semestre del 2015, attestando la componente digitale a oltre il 51% del totale dei ricavi da contenuto, rispetto al 43% dello stesso periodo del 2014.
- **I ricavi digitali complessivi del Gruppo** ammontano a 75,1 milioni di euro e sono pari al 32,9% del totale dei ricavi (erano pari al 30,9% nel 2014) in incremento del 10,0% rispetto al pari periodo del 2014.
- **I ricavi diffusionali del quotidiano**, in controtendenza rispetto al mercato in calo del 5,6% in termini di copie diffuse carta+digitale (-9,1% calo di mercato delle diffusioni cartacee), confermano il positivo andamento registrando una crescita dello 0,1% rispetto al 2014.
- Il quotidiano **Il Sole 24 ORE** si conferma nei primi nove mesi del 2015 il primo quotidiano digitale con circa 223 mila copie digitali a settembre 2015 (+15,0% verso settembre 2014) e il secondo quotidiano nazionale per diffusioni complessive carta + digitale con circa 369 mila copie complessive carta + digitale a settembre 2015 (+0,1% verso settembre 2014). A completamento del sistema Sole, alle copie cartacee e digitali si aggiungono gli oltre 34.000 abbonamenti de IlSole24ore.com.
- **Raccolta pubblicitaria System pari a 86,8 milioni di euro**, in crescita dell'11,7% rispetto al 2014 e si confronta con un mercato di riferimento in calo del 2,4%, realizzando un risultato in totale controtendenza nel settore media. L'autorevolezza del Sole 24 ORE e del brand, il miglioramento qualitativo e quantitativo dei

contenuti informativi su carta, digitale e radio hanno consentito di incrementare i prezzi dell'offerta pubblicitaria e hanno sostenuto il forte incremento dei ricavi pubblicitari, nonostante il calo del mercato. Tutti i mezzi realizzano risultati migliori del mercato: Radio 24 (+26,0% vs mercato +10,0%), stampa (+10,2% vs mercato in calo del 6,0%), *online* (+10,0% vs -1,3% mercato) - *Fonte: Nielsen – gennaio-settembre 2015*. Il quotidiano **Il Sole 24 ORE**, chiude il progressivo a settembre in crescita (+3,0%), in controtendenza rispetto al mercato dei quotidiani (-7,3% *Nielsen – gennaio-settembre*).

- **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 1,5 milioni di euro pari al +7,7% e si attestano a 21,1 milioni di euro. Tale crescita è dovuta al buon andamento della Business School, che nel 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 di 0,2 milioni di euro, pari all'1,2%, rispetto al pari periodo del 2014, 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. In particolare i costi corporate sono in calo di 4,0 milioni di euro rispetto al 2014. Le tipologie di costo in aumento sono direttamente correlate alla crescita dei ricavi.
- **Margine Operativo Lordo (*ebitda*)**, in miglioramento di 4,0 milioni di euro, è negativo per 12,5 milioni di euro, e si confronta con un risultato negativo di 16,5 milioni di euro al pari periodo del 2014. Il risultato risente della stagionalità alla quale è soggetto il business ed 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. Il **marginale operativo lordo (*ebitda*) di Editrice**, negativo di 2,3 milioni di euro, migliora di 3,4 milioni di euro rispetto al pari periodo del 2014.
- **Posizione Finanziaria Netta** negativa per 32,5 milioni di euro (+2,2 milioni di euro al 31 dicembre 2014) e risente dell'effetto della stagionalità delle attività del Gruppo, che hanno sempre un rallentamento nel terzo trimestre dell'anno.

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

“Il Sole 24 Ore quest’anno ha tagliato il nastro dei 150 anni di storia. Una storia che mi riempie di orgoglio perché il nostro quotidiano ha da sempre nel suo tratto costitutivo rigore e competenza unici nel modo di proporre ogni giorno il racconto veritiero del Paese e dei nostri tempi. Voglio ringraziare il direttore Roberto Napoletano che, con il sostegno dell’amministratore delegato Donatella Treu e complessivamente di un’azienda lungimirante che ha spinto il Gruppo sulla strada della modernità e dell’innovazione, ha inventato tre anni fa l’attuale sistema multimediale del Sole 24 Ore: un sistema unico in Europa. Voglio per questo ringraziare tutto il corpo redazionale che, con autonomia e indipendenza, ogni giorno, continua a garantire un giornalismo di indiscutibile qualità.

Venendo al resoconto intermedio di gestione, nei primi nove mesi del 2015 il Gruppo 24 Ore continua la sua crescita in controtendenza con il mercato di riferimento: crescita resa possibile dall’incremento dei ricavi (+3,1% rispetto al 2014) e alla costante attenzione al contenimento di tutte le nature di costo. In particolare, esprimo grande soddisfazione per i risultati resi possibili dalla scelta strategica di creare un sistema multimediale che ha consentito di portare i ricavi digitali del Gruppo al 32,9% del totale dei ricavi in crescita di dieci punti percentuali rispetto all’analogo periodo dell’anno scorso; di confermare il sorpasso dei ricavi digitali da contenuto informativo su quelli cartacei (oltre il 51%). Ricavi digitali da contenuto informativo che confermano la crescita a doppia cifra registrata nei primi due trimestri del 2015 e nell’esercizio precedente e aumentano del 10,6% rispetto al pari periodo del 2014. Esprimo anche grande soddisfazione per l’andamento dei ricavi diffusionali del quotidiano, in controtendenza rispetto ad un mercato in evidentissimo calo. Ottimo è poi il risultato della nostra concessionaria di pubblicità, la System, che operando in un mercato che continua a perdere cospicue quote, segna una crescita di quasi 12 punti percentuali rispetto all’analogo periodo dell’anno scorso. Anche in questo trimestre, tale risultato è stato possibile confermando la scelta di una politica di incremento dei prezzi medi che il mercato ha riconosciuto per l’autorevolezza del Sole 24 Ore e del brand, e del miglioramento qualitativo e quantitativo dei contenuti informativi su carta, digitale e su Radio24”.

Milano, 11 novembre 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 Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2015.

PRINCIPALI DATI DEL GRUPPO 24 ORE A PERIMETRO OMOGENEO

milioni di euro	gen-set 2015	gen-set 2014
Ricavi	227,9	221,1
Margine operativo lordo (EBITDA)	(12,5)	(16,5) (*)
Risultato operativo (EBIT)	(23,6)	(27,8)
Risultato ante imposte	(24,7)	(28,6)
Risultato netto a perimetro omogeneo	(25,4)	(29,9)
Risultato delle attività operative cessate	-	20,5
Risultato di altre attività in discontinuità	-	(1,2)
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(25,0)	(10,6)
Posizione finanziaria netta	(32,5)	2,2 (**)(1)
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante	85,3	109,8 (1)
Numero medio dipendenti	1.236	1.214
Numero medio dipendenti al netto delle variazioni di consolidamento 2015	1.209	1.214

(1)Valore relativo al 31 dicembre 2014

Contesto di mercato

I dati di mercato relativi ai primi nove mesi del 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 di riferimento nei primi nove mesi del 2015 registra una flessione del 2,4% rispetto allo stesso periodo del 2014.

Risulta ancora in sofferenza la raccolta pubblicitaria sulla stampa (-6,0%), i quotidiani si contraggono del 7,3% e i periodici del 3,9%. In calo gli investimenti sull'*online* (-1,3%), mentre per la radio si registra un incremento del 10,0% (fonte: *Nielsen Media Research gennaio-settembre 2015*).

Per quanto riguarda le diffusioni, i dati ADS, indicano per il periodo gennaio – settembre 2015 un calo delle diffusioni della versione cartacea dei principali quotidiani

(*) 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

nazionali pari a circa il 9,1% rispetto allo stesso periodo del 2014. La diffusione delle copie cartacee sommate a quelle digitali mostra un calo pari al 5,6%.

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

La crisi economica protrattasi per un lungo periodo ha determinato 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 prevedere un PIL in crescita dell'1,0% nel 2015.

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 settembre 2015

Nei primi nove mesi del 2015, il Gruppo 24 ORE ha conseguito **ricavi consolidati** pari a 227,9 milioni di euro, in incremento di 6,8 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 dello 0,1%, con diffusioni in crescita dello 0,1% in un mercato in calo del 5,6% delle copie diffuse carta+digitale e del 9,1% delle diffusioni cartacee (fonte rilevazioni ADS gennaio-settembre 2015), un significativo incremento dei ricavi pubblicitari dell'11,4% pari a 8,9 milioni di euro, in controtendenza rispetto al mercato complessivo e a quello di riferimento, che registrano rispettivamente riduzioni dell'1,6% e del 2,4% (Fonte: *Nielsen gennaio - settembre 2015*). Sono in crescita i ricavi dell'area Formazione (+7,7%) e Cultura (+1,2%).

I ricavi digitali da contenuto informativo aumentano di 4,8 milioni di euro, pari al 10,6% rispetto al pari periodo del precedente esercizio e sono superiori ai ricavi da contenuto in versione cartacea, attestandosi a oltre il 51% del totale dei ricavi da contenuto, rispetto al 43% dello stesso periodo del 2014. Tale aumento è interamente dovuto alla crescita del sistema multimediale del Sole e dei quotidiani verticali collegati.

I ricavi digitali complessivi del Gruppo ammontano a 75,1 milioni di euro e sono pari al 32,9% del totale dei ricavi (erano pari al 30,9% nei primi nove mesi del 2014) in incremento del 10,0% rispetto al pari periodo del 2014.

In particolare:

- La raccolta pubblicitaria System, pari a 86,8 milioni di euro, è in crescita di 9,1 milioni di euro (+11,7%) rispetto ai primi nove mesi del 2014, in controtendenza rispetto al mercato di riferimento, in contrazione del 2,4%. L'autorevolezza del Sole 24 ORE e del brand, il miglioramento qualitativo e quantitativo dei contenuti informativi su carta, digitale e radio hanno consentito di incrementare i prezzi dell'offerta pubblicitaria e hanno sostenuto il forte incremento dei ricavi pubblicitari, nonostante il calo del mercato. Crescono sia

i ricavi sui mezzi del Gruppo (+6,5 milioni di euro, +10,6%) che sui mezzi di editori terzi (+2,6 milioni, +15,8%). Il risultato è stato raggiunto in particolare grazie alla crescita della raccolta sui mezzi stampa del Gruppo (+10,1% vs -6,0% mercato) e su Radio 24 (+26,0% vs 10,0% mercato), internet (10,0% vs mercato in calo dell'1,3%) - *Fonte: Nielsen – gennaio-settembre 2015*. Le migliori performance della concessionaria rispetto al mercato sono frutto della nuova politica commerciale, basata sulla crescita del prezzo di vendita, nonché sull'ampliamento e la diversificazione del portafoglio clienti, unitamente alla valorizzazione dei contenuti eccellenti e rilevanti del Sistema Sole e allo sviluppo di numerosi progetti di comunicazione integrati.

- i ricavi diffusionali del quotidiano sono in crescita dello 0,1% rispetto ai primi nove mesi del 2014 con un mercato di riferimento, in calo del 5,6% di copie diffuse complessive e del 9,1% di copie cartacee (fonte *ADS gennaio-settembre 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 nei primi nove mesi del 2015 il primo quotidiano digitale con circa 223 mila copie digitali a settembre 2015 (+15,0% verso settembre 2014) e il secondo quotidiano nazionale per diffusioni complessive carta + digitale con circa 369 mila copie complessive carta + digitale a settembre 2015 (+0,1% verso settembre 2014). A completamento del sistema Sole, alle copie cartacee e digitali si aggiungono gli oltre 34.000 abbonamenti de *IlSole24ore.com*.
- i ricavi dell'Area Formazione ammontano a 21,1 milioni di euro, in crescita di 1,5 milioni di euro pari al 7,7%. Tale risultato positivo è dovuto al buon andamento della Business School, che nel periodo 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 13,3 milioni di euro, sono in crescita di 0,2 milioni di euro, pari all'1,2%, rispetto ai primi nove mesi del 2014. Nel periodo in esame 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*. In maggio è stata inaugurata a Venezia la mostra *Nuova Oggettività. Arte in Germania al tempo della Repubblica di Weimar 1919-1933*. Infine a settembre sono state inaugurate, rispettivamente a Milano (Palazzo Reale) e a Verona (Palazzo Forti) le rassegne *Da Raffaello a Schiele* e *Tamara de Lempicka*.
- i ricavi derivanti dalla vendita di collaterali, libri e periodici cartacei sono in calo complessivamente di 5,8 milioni di euro (-25,1%) rispetto allo stesso periodo del 2014, per effetto della contrazione del mercato e per la scelta di ridurre il portafoglio dei prodotti cartacei.

I costi complessivi sono pari a 248,9 milioni di euro in crescita dell'1,1% rispetto ai primi nove mesi 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 9,1 milioni, diminuiscono di 1,8 milioni di euro (-16,1%), principalmente riconducibili alla politica intrapresa dal Gruppo di passaggio al digitale;
- i costi di distribuzione, pari a 18,0 milioni di euro, diminuiscono di 1,3 milioni di euro (-6,6%) principalmente per minori volumi di prodotti cartacei distribuiti;
- i costi per servizi centralizzati delle funzioni corporate diminuiscono di 4,0 milioni di euro e presentano un'incidenza del 12,8% sui ricavi consolidati dei primi nove mesi del 2015 rispetto al 15,0% del pari periodo 2014. In particolare diminuiscono i costi per consulenze e servizi professionali.

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 14,7 milioni di euro in aumento del 17,6% per l'incremento del fatturato di testate in concessione e l'acquisizione della raccolta su nuove testate;
- i costi legati alle attività di formazione e agli eventi realizzati crescono di 0,7 milioni di euro, direttamente correlati all'aumento del fatturato;
- i costi di vendita sono aumentati di 4,7 milioni di euro (+33,0%), 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 78,2 milioni è in diminuzione di 0,3 milioni di euro rispetto ai primi nove mesi del 2014. Il minore costo del lavoro derivante dai rinnovi dei contratti di solidarietà ad alcune categorie di dipendenti e dalla riduzione dell'organico a perimetro omogeneo, viene compensato dagli incrementi legati alle dinamiche contrattuali e dal diverso perimetro di consolidamento, in seguito all'ingresso nel Gruppo di MostraMi e Food 24. Al netto di tale variazione di perimetro, l'organico medio diminuisce di 5 unità. L'organico medio dei dipendenti aumenta di 22 unità verso i primi nove mesi del 2014 ed è pari a 1.236 unità e si confronta con un dato al 30 settembre 2014 di 1.214.

Il Margine Operativo Lordo (*ebitda*), negativo per 12,5 milioni di euro, si confronta con un risultato di negativo di 16,5 milioni di euro nello stesso periodo del 2014 e registra un miglioramento di 4,0 milioni di euro. Tale risultato attribuibile alla stagionalità 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, negativo per 2,3 milioni di euro, è in miglioramento di 3,4 milioni di euro si confronta con risultato pari a -5,7 milioni di euro del 2014, confermando le dinamiche già emerse nel corso dell'esercizio precedente, legate all'evoluzione dell'offerta di un portafoglio di prodotti integrati, alle scelte

strategiche di innovazione digitale, unitamente al contenimento dei costi e all'efficienza dei processi.

Il **risultato operativo (ebit)**, in miglioramento di 4,2 milioni rispetto ai primi nove mesi del 2014 (+15,1%) è negativo per 23,6 milioni di euro e si confronta con un *ebit* negativo di 27,8 milioni di euro nel 2014. Nel corso del periodo 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 12,2 milioni di euro contro gli 11,3 milioni di euro dello stesso periodo del precedente esercizio.

Il **risultato netto a perimetro omogeneo**, in miglioramento di 4,5 milioni di euro (+15,0%) è pari a -25,4 milioni di euro.

Il **risultato delle attività operative cessate** nel 2014 era positivo per 20,5 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 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 -25,0 milioni di euro e si confronta con un risultato negativo di 10,6 milioni di euro dei primi nove mesi del 2014 che beneficiava della plusvalenza realizzata dalla vendita dell'area software.

La **Posizione Finanziaria Netta** è negativa per 32,5 milioni di euro, si confronta con un valore di +2,2 milioni di euro al 31 dicembre 2014 e risente dell'effetto della stagionalità delle attività del Gruppo che hanno sempre un rallentamento nel terzo trimestre dell'anno. La gestione operativa ha registrato un assorbimento di cassa inferiore di 11,2 milioni di euro rispetto al pari periodo dell'esercizio precedente.

Fatti di rilievo intervenuti successivamente al 30 settembre 2015

Il 21 ottobre 2015 24 ORE Cultura S.r.l., che già deteneva il 51% di Food 24 S.r.l., ha acquistato il restante 49% del capitale sociale della società, detenendo il 100% delle quote. La società, che opera nel settore dell'intrattenimento e della ristorazione nell'ambito del Mudec, è stata costituita il 5 marzo 2015 come Food 24 Giuele S.r.l. e ha cambiato denominazione in Food 24 S.r.l. il 21 ottobre 2015.

L'11 novembre 2015, il Consiglio di Amministrazione de Il Sole 24 ORE S.p.A. ha nominato per cooptazione Consigliere Cesare Puccioni in sostituzione di Marco Venturi, dimessosi il 7 ottobre 2015 dalla carica di Consigliere non esecutivo de Il Sole 24 ORE S.p.A..

Il Consigliere Cesare Puccioni riveste la qualifica di Amministratore non Esecutivo e non fa parte di alcun Comitato.

Prevedibile evoluzione dell'attività per l'esercizio in corso

La situazione economica, 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 dell'1% (*fonte: Confindustria centro studi*).

Il trend del mercato pubblicitario nei primi 9 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. Tuttavia l'evoluzione della raccolta pubblicitaria per il Gruppo è risultata positiva e in controtendenza rispetto al mercato su tutti i mezzi, stampa, radio e internet.

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.

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 alcune incertezze. Tenuto conto di tale contesto, si prevede di confermare ragionevolmente 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 settembre 2015
Prospetti contabili

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA		
milioni di euro	30.09.2015	31.12.2014
ATTIVITÀ		
Attività non correnti		
Immobili, impianti e macchinari	43,1	45,4
Avviamento	18,4	18,1
Attività immateriali	58,2	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	28,3	27,0
Attività per imposte anticipate	57,5	57,7
Totale	206,5	208,7
Attività correnti		
Rimanenze	5,6	6,8
Crediti commerciali	88,8	112,0
Altri crediti	11,6	10,8
Altre attività correnti	5,5	4,5
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	35,6	34,5
Totale	147,2	168,6
Attività disponibili alla vendita	-	-
TOTALE ATTIVITÀ	353,6	377,3

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA (SEGUE)

milioni di euro

30.09.2015

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	(25,0)	(9,8)
Totale	85,3	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	(0,4)	0,5
Totale	0,2	0,8

Totale patrimonio netto	85,5	110,6
--------------------------------	-------------	--------------

Passività non correnti

Passività finanziarie non correnti	15,0	15,0
Benefici ai dipendenti	26,1	27,5
Passività per imposte differite	6,7	6,7
Fondi rischi e oneri	7,6	11,3
Altre passività non correnti	0,0	0,0
Totale	55,4	60,5

Passività correnti

Scoperti e fin. bancari-scad. entro anno	53,1	17,2
Debiti commerciali	125,6	149,9
Altre passività correnti	0,5	0,0
Altri debiti	33,6	39,1
Totale	212,7	206,3

Passività disponibili alla vendita	-	-
Totale passività	268,2	266,8

TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ	353,6	377,3
--	--------------	--------------

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

milioni di euro	gen-set 2015	gen-set 2014
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	227,9	221,8
Altri proventi operativi	8,5	8,6
Costi del personale	(78,2)	(79,0)
Variazione delle rimanenze	(1,2)	0,5
Acquisto materie prime e di consumo	(7,9)	(11,4)
Costi per servizi	(137,2)	(130,1)
Altri costi operativi	(22,1)	(24,4)
Accantonamenti e svalutazioni crediti	(2,3)	(3,7)
Margine operativo lordo	(12,5)	(17,7)
Ammortamenti e svalutazioni	(12,2)	(11,3)
Plus/minusvalenze attività immat. e materiali	1,1	0,0
Risultato operativo	(23,6)	(29,0)
Proventi (oneri) finanziari	(1,1)	(0,8)
Proventi (oneri) da partecipazioni	-	0,0
Risultato prima delle imposte	(24,7)	(29,7)
Imposte sul reddito	(0,7)	(1,4)
Risultato delle attività in funzionamento	(25,4)	(31,1)
Risultato delle attività operative cessate	-	20,5
Risultato netto	(25,4)	(10,6)
Risultato attribuibile ad azionisti di minoranza	(0,4)	0,0
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(25,0)	(10,6)

CONTO ECONOMICO SINTETICO CONSOLIDATO A PERIMETRO OMOGENEO		
milioni di euro	gen-set 2015	gen-set 2014
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	227,9	221,1
Altri proventi operativi	8,5	8,6
Costi del personale	(78,2)	(78,5)
Variazione delle rimanenze	(1,2)	0,5
Acquisto materie prime e di consumo	(7,9)	(11,4)
Costi per servizi	(137,2)	(129,0)
Altri costi operativi	(22,1)	(24,3)
Accantonamenti e svalutazioni crediti	(2,3)	(3,6)
Margine operativo lordo	(12,5)	(16,5)
Ammortamenti e svalutazioni	(12,2)	(11,3)
Plus/minusvalenze attività immat. e materiali	1,1	0,0
Risultato operativo	(23,6)	(27,8)
Proventi (oneri) finanziari	(1,1)	(0,8)
Proventi (oneri) da partecipazioni	-	0,0
Risultato prima delle imposte	(24,7)	(28,6)
Imposte sul reddito	(0,7)	(1,4)
Risultato delle attività a perimetro omogeneo	(25,4)	(29,9)
Risultato delle attività operative cessate	-	20,5
Risultato di altre attività in discontinuità	-	(1,2)
Risultato attribuibile ad azionisti di minoranza	(0,4)	0,0
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(25,0)	(10,6)

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

gen-set 2015

gen-set 2014

Voci di rendiconto

Risultato prima delle imposte di pertinenza del Gruppo [a]	(24,3)	(9,3)
Rettifiche [b]	6,3	(10,1)
Risultato di pertinenza di terzi	(0,4)	0,0
Ammortamenti e svalutazioni	12,2	11,3
(Plusvalenze) minusvalenze	(1,1)	(0,0)
Risultato attività operative cessate	-	(20,5)
Variazione fondi rischi e oneri	(3,7)	0,1
Variazione benefici a dipendenti	(1,4)	1,2
Variazione imposte anticipate/differite	(0,5)	0,0
Oneri e proventi finanziari	1,1	0,8
Altre rettifiche	(0,0)	(3,1)
Variazioni del capitale circolante netto operativo [c]	(6,8)	(16,6)
Variazione rimanenze	1,2	(0,4)
Variazione crediti commerciali	23,2	(27,1)
Variazione debiti commerciali	(24,3)	27,9
Pagamenti imposte sul reddito	(0,1)	(0,2)
Altre variazioni del capitale circolante netto	(6,9)	(16,8)
Totale cash flow attività operativa [d=a+b+c]	(24,8)	(36,0)
Cash flow derivante da attività di investimento [e]	(7,7)	88,2
Investimenti in attività immateriali e materiali	(8,5)	(6,7)
Acquisizione di partecipazioni in imprese controllate	(0,3)	-
Acquisizione di partecipazioni in imprese collegate	(0,0)	-
Corrispettivi da cessione di attività immateriali e materiali	1,1	0,2
Corrispettivi incassati da cessione di imprese controllate	-	95,0
Variazioni perimetro	(0,0)	-
Altre variazioni delle attività di investimento	0,0	(0,2)
Cash flow derivante da attività finanziaria [f]	2,4	(11,7)
Interessi finanziari netti pagati	(2,5)	(1,4)
Variazione di prestiti bancari a medio/lungo	(0,0)	(0,2)
Variazione dei finanziamenti bancari a breve	4,7	(9,0)
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)	0,0
Altre variazioni delle attività finanziarie	(0,0)	(0,2)
Risorse finanziarie assorbite nel periodo [g=d+e+f]	(30,1)	40,5
DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO	24,8	(14,8)
DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALLA FINE DEL PERIODO	(5,3)	25,8
INCREMENTO (DECREMENTO) DEL PERIODO	(30,1)	40,5

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA		
milioni di euro	30.09.2015	31.12.2014
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	35,6	34,5
Scoperti e finanziamenti bancari scadenti entro l'anno	(53,1)	(17,2)
Posizione finanziaria netta a breve termine	(17,5)	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	(32,5)	2,2