

Comunicato

Il Sole 24 ORE S.p.A: Assemblea degli Azionisti

Milano, 22 dicembre 2016 – Si è tenuta oggi, sotto la presidenza del dr. Giorgio Fossa, l'Assemblea degli Azionisti de Il Sole 24 ORE S.p.A. per discutere e deliberare in merito ai seguenti argomenti all'ordine del giorno:

1. Situazione ex art. 2446 cod. civ.
2. Nomina di un amministratore, deliberazioni inerenti e conseguenti

Situazione ex art. 2446 cod. civ.

La Relazione Illustrativa degli Amministratori, redatta ai sensi dell'art. 2446 c.c., de Il Sole 24 Ore S.p.A. al 30 settembre 2016 presenta una perdita di 57,4 milioni di euro e un **patrimonio netto** pari a 18,2 milioni di euro, con una diminuzione di 58,4 milioni di euro rispetto al patrimonio netto riterminato al 31 dicembre 2015, che ammontava a 76,5 milioni di euro.

La **posizione finanziaria netta** è negativa per 35,1 milioni di euro e si confronta con un valore rideterminato di -28,9 milioni di euro al 31 dicembre 2015, in peggioramento di 6,2 milioni di euro.

Nei primi nove mesi del 2016, **Il Sole 24 Ore S.p.A.** ha conseguito **ricavi** pari a 190,1 milioni di euro e si confronta con un valore rideterminato pari a 201,2 milioni di euro dello stesso periodo del 2015 con una diminuzione di 11,0 milioni di euro. Il **marginale operativo lordo** è negativo per 23,4 milioni di euro e si confronta con un risultato rideterminato negativo di 10,1 milioni di euro dei primi nove mesi del 2015. Il **risultato operativo** è pari -41,5 milioni di euro e si confronta con un ebit rideterminato di -21,7 milioni di euro nell'esercizio precedente. Il **risultato netto** evidenzia una perdita pari a 57,4 milioni di euro rispetto al risultato negativo rideterminato di 22,2 milioni di euro del 2015.

L'Assemblea ha deliberato di rinviare a nuovo la perdita al 30 settembre 2016 per prendere gli opportuni provvedimenti ai sensi dell'art. 2446 c.c., al più tardi sulla base del progetto di bilancio al 31 dicembre 2016.

Nomina di un amministratore

L'assemblea ha nominato Amministratore il Dott. Franco Moschetti, che era stato cooptato dal Consiglio di Amministrazione de Il Sole 24 ORE S.p.A. in data 15 novembre 2016.

Richiesta di diffusione di informazioni ai sensi dell'art. 114, comma 5, del D.Lgs. n. 58/98 trasmessa da CONSOB Prot. 0110027/16 del 14 dicembre 2016

La società è stata invitata da CONSOB ai sensi dell'art. 114, comma 5, del TUF a diffondere ai soci e al pubblico in occasione dell'Assemblea convocata per il giorno 22 dicembre 2016, le seguenti informazioni:

A. con riferimento agli approfondimenti e alle verifiche in corso sui dati mensilmente comunicati ad ADS:

i. una descrizione dei summenzionati approfondimenti condotti dall'esperto indipendente e degli eventuali esiti, anche preliminari, delle verifiche condotte;

Con riferimento alla richiesta di fornire una descrizione degli approfondimenti condotti dall'esperto indipendente e degli eventuali esiti, anche preliminari, delle verifiche relative ai dati comunicati ad ADS, si precisa che:

- Il Sole 24 Ore ha richiesto a Protiviti di effettuare il ricalcolo dei dati di diffusione per l'anno 2015 applicando le seguenti regole definite da Il Sole 24 Ore:
 - a. regole previste dai Regolamenti per l'esecuzione degli accertamenti ADS per le edizioni Carta e Digitale (il "Regolamento") e, con specifico riferimento all'edizione Digitale, quelle chiarite con il verbale ADS del 06/04/2016;
 - b. con riferimento alle copie Carta, ulteriori regole relative a copie cedute ad intermediari diversi dal Distributore Unico Nazionale.

In particolare Protiviti ha:

- eseguito le procedure di ricalcolo previste dalle Procedure Concordate al fine di determinare il dato di diffusione in accordo con le Regole definite da Il Sole 24 Ore;
- comparato il dato ricalcolato con i dati di diffusione dichiarati dal Cliente nei moduli mensili ADS sia per i dati stimati (modulo DMS) sia per i dati contabili (modulo DMC);
- analizzato le differenze emerse tra i dati dichiarati e i dati ricalcolati tramite l'esecuzione delle Procedure Concordate;
- eseguito le "ulteriori attività di verifica" previste dalle Procedure Concordate.

Le verifiche sono state dunque condotte sulla base di tali presupposti e sulle informazioni allo stato disponibili.

Le differenze rilevate per le **copie Carta** fanno riferimento a copie associabili ad attività promozionali (cosiddette di Co-Marketing) svolte mediante intermediari, per un valore giornaliero medio pari a 17.979 copie, suddivise nelle seguenti sotto voci:

- Co-Marketing - Porta a Porta (PaP) Cut Price (attività svolte dalla società Edifreepress e dal Gruppo Johnsons), che contribuisce al calcolo della voce ADS “Vendita Canali Previsti Disposizioni di Legge (formato standard)”, per un valore giornaliero medio pari a 7.317 copie;
- Vendite Dirette Promozionali (attività svolte dal Gruppo Johnsons), che contribuisce al calcolo della voce ADS “Altre Vendite”, per un valore giornaliero medio pari a 10.662 copie.

Tali copie sono state escluse, in ottemperanza alle Regole definite dal Cliente, in quanto risultano vendute in modalità Co-Marketing e non è stato possibile ottenere evidenza, interna alla Società, dell’effettiva consegna delle copie stesse all’utente finale.

Inoltre, sono state rilevate ulteriori differenze residuali inferiori alle 100 copie medie giornaliere che fanno riferimento ad arrotondamenti e/o errori di digitazione.

Le differenze rilevate per le **copie Digitali** fanno riferimento a copie associabili alle categorie di seguito riportate, per un valore giornaliero medio è pari a 109.587 copie:

- Co-Marketing: copie relative ad attività promozionali (Co-Marketing);
- Copie senza indicazione in fattura: copie cedute a clienti in modalità *bundle* (i.e., la copia digitale del giornale è offerta/venduta unitamente ad altri prodotti/servizi digitali) escluse in quanto non presentano l’esplicitazione dell’abbonamento in fattura, per un valore medio giornaliero pari a 31.998 copie;
- Copie multiple non attivate: copie multiple escluse in quanto relative ad utenze non attive, in accordo con le Regole definite dal Cliente e, in particolare, con il principio di coerenza descritto nel Regolamento ADS, per un valore giornaliero medio pari a 43.818 copie.

Inoltre, sono state rilevate ulteriori differenze, pari a 1.516 copie medie giornaliere, per le quali non è stato possibile risalire alla fonte dei dati ai fini del ricalcolo dei valori.

ii. qualora disponibile, anche in via preliminare, una quantificazione degli impatti sul dato diffusionale medio riportato nelle relazioni finanziarie da codesta Società nel 2015 e nel 1° semestre 2016, sulla base delle verifiche svolte dall’esperto indipendente;

In Relazione finanziaria annuale 2015 è stato riportato un dato diffusionale medio (carta + digitale) di circa 375 mila copie medie.

L’esperto indipendente Protiviti ha effettuato un’analisi della diffusione nei mesi di certificazione ADS, aprile, settembre e novembre. Sulla base delle loro verifiche, il dato risulterebbe diminuito di circa il 34% e porterebbe il dato diffusionale a circa 248 mila copie. L’analisi dell’esperto è limitata al 2015.

Va chiarito che il dato pari al 14% (relativo al Co-Marketing sia cartaceo che digitale), può considerarsi già accertato.

Le ulteriori copie, senza indicazione di prezzo in fattura, che valgono l'8% rappresentano una casistica che ha trovato soluzione nel corso del 2016.

Infine il 12% è relativo alle copie multiple per il quale la società ha applicato un'interpretazione restrittiva rispetto al regolamento ADS, tutt'ora in fase di chiarimento.

B. per ciò che attiene il fenomeno delle copie c.d. “di sostegno” digitali e cartacee:

i. una descrizione delle eventuali *policy* adottate da codesta Società al fine di fornire un sostegno alla diffusione del quotidiano, tenuto conto del fatto che “*Il sostegno alla diffusione potrebbe generare costi addizionali, che potrebbero non essere recuperati attraverso maggiori ricavi pubblicitari*” (cfr. relazione finanziaria semestrale 2015, pag. 30). Dovrà, altresì, essere indicato se tali *policy* sono state oggetto di approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione di codesta Società;

Non esiste una *policy* generale in merito al sostegno alla diffusione, sottoposta all'approvazione del Consiglio di Amministrazione.

ii. una descrizione delle iniziative intraprese, anche per il tramite di intermediari terzi, con indicazione dei reciproci obblighi contrattuali;

Di Source: l'attività consisteva in iniziative di promozione e marketing effettuate su un data base di loro proprietà, che contava circa 60'000 indirizzi email di persone fisiche residenti all'estero, con l'obiettivo di diffondere e far utilizzare il nostro quotidiano.

Il servizio fornito da Di Source era dunque di promozione. La stessa società acquistava gli abbonamenti digitali.

Johnsons: l'attività consisteva nella vendita di copie destinate ad hotel, compagnie aeree, società ferroviarie.

Pertanto Il Sole 24 Ore provvedeva a vendere copie del Quotidiano a Johnsons che svolgeva attività di promozione per conto della società stessa.

Edifreepress: l'attività consisteva nell'acquistare copie, che venivano destinate alla consegna porta a porta nella città di Roma e Milano, con tale servizio offrivano ai loro clienti la consegna a domicilio di quotidiani e periodici con la possibilità di abbinare generi alimentari.

Pertanto Il Sole 24 Ore provvedeva a vendere copie del Quotidiano alla Edifreepress che svolgeva attività di promozione per conto della società stessa.

iii. una descrizione dei presidi contrattuali previsti e delle attività di controllo poste in essere da codesta Società per escludere legami societari e/o rapporti di correlazione con tali intermediari e per verificare l'effettiva esecuzione dei servizi da parte degli stessi;

Nel contratto stipulato con Di Source il 21/12/2012 avente validità per il periodo 01/01/2013 – 31/12/2015, all'Art. 3 – Obligations of DiSource Ltd (Obblighi di Di Source) al punto 6) viene definito quanto segue: “At any time during the term of this contract, DiSource Ltd will be available to provide full evidence of the absence of any corporate link between DiSource Ltd and the 24 ORE Group” e cioè “In ogni momento durante la vigenza del presente contratto, Di Source Ltd sarà disponibile a fornire completa evidenza dell'assenza di ogni collegamento societario tra Di Source Ltd e il Gruppo 24 Ore”.

Nel contratto sottoscritto in data 21/12/2015 relativo al periodo 01/01/2016 – 31/12/2016, all'Art. 3 – Obligations of DiSource Ltd (Obblighi di Di Source) al punto 6) viene definito quanto segue: “At any time during the term of this contract, DiSource Ltd will be available to provide full evidence of the absence of any corporate link between DiSource Ltd and the 24 ORE Group and of the consistency between the object of the contract and the intention of the Parties” “In ogni momento durante la vigenza del presente contratto, Di Source Ltd sarà disponibile a fornire completa evidenza dell'assenza di ogni collegamento societario tra Di Source Ltd e il Gruppo 24 Ore e la corrispondenza tra l'oggetto del contratto e la volontà delle Parti”.

Il Sole 24 Ore si è dotato, con delibera del Consiglio di Amministrazione del 11 novembre 2010, di una procedura per la disciplina delle operazioni con parti correlate; non sono mai pervenute dichiarazioni di correlazione con Di Source, Gruppo Johnsons ed Edifreepress.

iv. l'indicazione del numero medio di copie giornaliere di sostegno, digitali e cartacee, dell'ammontare dei ricavi e dei costi e l'impatto sulla marginalità al 31 dicembre 2015, al 30 giugno 2016 e al 30 settembre 2016 riferibili a tali intermediari e la loro incidenza sui dati consolidati di codesta Società;

Per quanto riguarda la società Di Source il numero medio di copie digitali è stato pari a 31.300 nel 2015; a 18.200 nel primo semestre 2016 e a 12.100 medie nei primi nove mesi del 2016. I ricavi nei rispettivi periodi sono stati pari a 5.536 migliaia euro, 1.601 migliaia di euro sia a giugno che a settembre 2016. I costi nei rispettivi periodi sono stati pari a 6.540 migliaia di euro, 2.061 migliaia di euro a giugno e 1.931 migliaia di euro a settembre 2016.

Per quanto riguarda la società Edifreepress il numero medio di copie, sia carta che digitali, è stato pari a 4.000 nel 2015; a 14.200 nel primo semestre 2016 e a 11.600 medie nei primi nove mesi del 2016. I ricavi nei rispettivi periodi sono stati pari a 366 migliaia di euro, 988 migliaia di euro e 1.212 migliaia di euro.

I costi nei rispettivi periodi sono stati pari a 371 migliaia di euro, 1.043 migliaia di euro e 1.287 migliaia di euro.

Per quanto riguarda il Gruppo Johnsons il numero medio di copie, sia carta che digitali, è stato pari a 19.300 nel 2015; a 17.800 nel primo semestre 2016 e a 14.000 medie nei primi nove mesi del 2016.

I ricavi nei rispettivi periodi sono stati pari a 1.411 migliaia di euro, 650 migliaia di euro e 782 migliaia di euro. I costi nei rispettivi periodi sono stati pari a 1.932 migliaia di euro, 939 migliaia di euro e 1.115 migliaia di euro.

L'incidenza complessiva sulla marginalità consolidata, considerando anche i costi indotti da queste attività promozionali non direttamente sostenuti verso i precedenti intermediari e calcolati in base a standard da contabilità industriale in funzione delle

copie, ammonta a 3 milioni di euro per l'esercizio 2015, a 1.575 migliaia di euro a giugno 2016 e a 1.731 migliaia di euro a settembre 2016.

C. con riferimento ai dati diffusionali riportati nelle relazioni finanziarie pubblicate, le considerazioni degli amministratori circa l'esposizione ai rischi e la prevedibile evoluzione della gestione tenuto conto del fatto che *“I ricavi pubblicitari e quelli derivanti dalla vendita in edicola e in abbonamento sono sostanzialmente dipendenti dai livelli di diffusione e di lettorato”* (cfr. bilancio 2015, pag. 19).

Per quanto riguarda i ricavi pubblicitari la correlazione tra andamento delle copie e andamento della raccolta pubblicitaria del Quotidiano, non è direttamente proporzionale nel caso specifico de Il Sole 24 Ore, in quanto si tratta di un quotidiano specialistico che ha il suo valore nel target di utenza raggiunta attraverso una molteplicità di prodotti e canali.

Per quanto riguarda i ricavi da vendita in edicola ed in abbonamento il calo della diffusione è parzialmente compensato dai minori costi derivanti dalla cessazione delle attività di marketing a sostegno della diffusione.

i. termini e condizioni dell'accordo eventualmente definito con l'ex Amministratore Delegato Dott. Gabriele Del Torchio per la cessazione dalla carica nonché indicazioni in merito al processo decisionale seguito per la sua definizione con la relativa tempistica;

L'accordo per la cessazione non è ancora stato definito.

Il Consiglio di Amministrazione del 30 novembre 2016 ha dato mandato all'attuale Amministratore Delegato di raggiungere il migliore accordo che sarà sottoposto al Consiglio di Amministrazione per la ratifica.

ii. remunerazione prevista per l'attuale Amministratore Delegato Dott. Franco Moschetti in tutte le sue componenti e - ove la stessa non sia in linea con la politica di remunerazione contenuta nella Relazione sulla Remunerazione per l'esercizio 2015, approvata dall'Assemblea dei soci del 29 aprile 2016 – indicazioni in ordine alla procedura seguita per la sua determinazione.

Il Consiglio di Amministrazione del 15 novembre 2016 ha deliberato di rinviare la deliberazione avente ad oggetto la determinazione del compenso dell'Amministratore Delegato ad una successiva riunione del Consiglio di Amministrazione, affinché il Comitato per le Nomine e le Remunerazioni possa avere modo di esprimersi preventivamente.

La proposta di compenso, come da verbale del Consiglio di Amministrazione del 15 novembre 2016, è pari ad euro 500.000 annui.

Inoltre è previsto un ulteriore compenso straordinario su base annua, fino ad un importo massimo del 20% dell'emolumento fisso e correlato al raggiungimento del budget approvato dal Consiglio di Amministrazione della Società.

Il Comitato per le Nomine e Remunerazioni del 6 dicembre 2016, ha recepito la proposta, segnalando che la pattuizione del compenso straordinario dovrà essere illustrata nella politica di remunerazione, prevista a pagine 9 della Politica di Remunerazione per l'esercizio 2016.

Per ulteriori informazioni:

*Responsabile Ufficio Stampa Gruppo 24 ORE:
Ginevra Cozzi - Tel. 02/3022.4945 – Cell. 335/1350144*