

COMUNICATO STAMPA “PRICE SENSITIVE” AI SENSI DEL TESTO UNICO DELLA FINANZA E DEL REGOLAMENTO CONSOB

Assemblea dei soci di Gruppo Editoriale L'Espresso S.p.A.:

- **Approvato il bilancio 2009**
- **Rinnovata la delega al Consiglio di Amministrazione per l'acquisto di azioni proprie**
- **Varato il Piano di Stock Option 2010**

SOMMARIO

Bilancio Consolidato

Si è riunita oggi a Roma, presieduta dall'Ing. Carlo De Benedetti, l'Assemblea di Gruppo Editoriale L'Espresso S.p.A. che ha approvato il bilancio dell'esercizio e consolidato 2009.

Questi, in sintesi, i principali risultati consolidati, confrontati con l'esercizio precedente.

Risultati consolidati (€mn)	<i>Anno 2008</i>	<i>Anno 2009</i>	<i>Delta% 2009/2008</i>
Fatturato, di cui:	1.025,5	886,6	-13,5%
•diffusione	276,3	274,2	-0,8%
•pubblicità	608,2	496,9	-18,3%
•opzionali	114,9	100,6	-12,4%
Margine operativo lordo	142,5	106,7	-25,2%
Risultato operativo	95,3	63,9	-32,9%
Risultato ante imposte	75,7	44,3	-41,5%
Risultato netto	20,6	5,8	-71,8%

(€mn)	<i>31 dicembre 2008</i>	<i>31 dicembre</i>
Posizione finanziaria netta	(278,9)	(208,2)
Patrimonio netto di Gruppo e di terzi	489,3	495,4
•patrimonio netto di Gruppo	478,4	485,6
•patrimonio netto di terzi	10,8	9,8
Dipendenti	3.344	3.116

Destinazione dell'utile d'esercizio

L'Assemblea dei soci ha deliberato di non distribuire, relativamente all'esercizio 2009, alcun dividendo e di destinare l'utile di esercizio alla riserva utili a nuovo.

COMUNICATO STAMPA

Andamento del mercato

I risultati conseguiti dal Gruppo Espresso nell'esercizio 2009 vanno inquadrati nel contesto di pesante crisi che ha interessato l'economia ed il mercato di riferimento.

La recessione economica ha in particolare determinato una contrazione significativa della raccolta pubblicitaria: in base alle rilevazioni di Nielsen Media Research gli investimenti pubblicitari hanno registrato un calo del 13,4% e la flessione ha interessato, seppur con differente intensità, praticamente tutti i mezzi.

La stampa, con un calo complessivo del 21,6%, è tra i settori più colpiti: i quotidiani a pagamento hanno registrato una flessione leggermente più contenuta (-16%), mentre più accentuata è risultata quella dei periodici (-28,7%) e dei quotidiani free (-26,6%).

La radio, con un -7,7%, è il mezzo, tra quelli tradizionali, che ha mostrato una maggiore tenuta ed internet ha mantenuto un trend positivo (+5,1%), benché in rallentamento rispetto agli anni precedenti.

Parallelamente, in un contesto di calo dei consumi, anche le diffusioni delle testate quotidiane e periodiche hanno registrato un andamento negativo, con una diminuzione del 6,6% per i quotidiani, del 7,2% per i settimanali e dell'8,4% per i mensili (fonte ADS a dicembre)

Andamento della gestione del Gruppo Espresso nell'esercizio 2009

I **ricavi netti consolidati** del Gruppo ammontano a €886,6mn, registrando una flessione del 13,5% rispetto all'esercizio precedente (€1.025,5mn).

I **ricavi diffusionali**, esclusi i prodotti opzionali, sono pari a €274,2mn mostrando una buona tenuta (-0,8% rispetto all'anno precedente), in un contesto di mercato in flessione.

In particolare, i ricavi diffusionali de la Repubblica mostrano un'evoluzione positiva (+1,4%), grazie al buon andamento delle vendite; a tal proposito i dati ADS recentemente pubblicati mostrano come Repubblica nel 2009 sia stato il primo giornale nazionale per copie vendute in edicola.

I ricavi diffusionali dei quotidiani locali, così come la diffusione in numero di copie, sono in linea con quelli registrati nel 2008, riflettendo la buona tenuta del portafoglio di testate del Gruppo.

Infine, i periodici, che rappresentano meno del 10% dei ricavi diffusionali del Gruppo, mostrano una flessione del 7,4%, in linea con le tendenze di mercato.

I **ricavi pubblicitari**, pari a €496,9mn, hanno registrato una riduzione del 18,3% rispetto all'esercizio precedente, riflettendo fundamentalmente l'evoluzione generale dei mercati in cui opera il Gruppo.

Nel settore principale per il Gruppo, quello della stampa quotidiana, la raccolta ha mostrato una flessione (-14,9%) sensibilmente inferiore a quella del mercato di riferimento; le quote di mercato del Gruppo, sia per i quotidiani locali che per la Repubblica, sono aumentate, riflettendo il progressivo miglioramento della performance della concessionaria. Da segnalare ugualmente la tenuta, in rapporto al mercato, della raccolta pubblicitaria su Radio DeeJay (-6,7%) nonché la sostenuta crescita su Repubblica.it (+9,0%).

Infine, i **ricavi dei prodotti opzionali** sono scesi del 12,4% a €100,6mn, andamento da considerarsi comunque positivo in quanto conseguito in un contesto di mercato che continua a registrare un trend significativamente negativo.

I **costi operativi** sono stati ridotti dell'11,9% rispetto all'esercizio 2008, avendo realizzato già nel 2009 risparmi per €7,6mn grazie al piano di riorganizzazione aziendale che a regime prevede un decremento pari a €140mn. Da notare che gli oneri straordinari legati alla realizzazione del piano sono stati interamente spesi nell'esercizio (€1,7mn).

Si ricorda che il piano in corso interessa tutte le funzioni e comporta a regime: una riduzione dei costi industriali del 22%, grazie agli interventi effettuati su foliazioni, formati e riduzione di attività di distribuzione promozionale, nonché al rilevante riassetto della struttura industriale con riduzione dei centri stampa da 15 a 11; una riduzione dei costi delle restanti aree del 16% a seguito della profonda rivisitazione di tutte le voci di costo relative sia alla produzione editoriale che alla gestione della società.

Gli interventi sono stati realizzati senza ridurre il portafoglio prodotti e senza penalizzare la qualità degli stessi.

Il **marginale operativo lordo consolidato** è pari a €106,7mn, in flessione del 25,2% rispetto ai €142,5mn del 2008. L'impatto della drastica riduzione della raccolta pubblicitaria è stato compensato in misura significativa dalla riduzione dei costi.

Il **risultato operativo consolidato** è pari a €63,9mn (€5,3mn nel 2008) ed il risultato netto consolidato, scontando accantonamenti straordinari di natura tributaria per €1,4mn, ammonta a €5,8mn (€0,6mn nell'esercizio precedente).

L'**indebitamento finanziario netto consolidato** al 31 dicembre 2009 è sceso a €208,2mn dai €78,9mn di fine 2008; il saldo finanziario dell'esercizio è stato positivo per €70,8mn, con un flusso della gestione corrente di €8,1mn (rispetto ai €17,8mn del 2008) ed impieghi in investimenti per €25,6mn (rispetto ai €3mn dell'anno precedente).

L'**organico** del Gruppo a fine dicembre 2009, inclusi i contratti a termine, ammonta a 3.116 dipendenti, con una riduzione di 228 unità (-6,8%) rispetto alla chiusura del 2008 che riflette, anche se ancora parzialmente, gli effetti dei piani di riorganizzazione avviati.

Il Direttore Centrale Amministrazione Finanza della società Alessandro Alacevich, 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 2009 della Capogruppo

Il fatturato della Capogruppo è stato pari a €494,2mn, -13,9% rispetto ai €575,4mn del 2008.

Sul risultato operativo, che si è attestato a €22,1mn, in diminuzione rispetto ai €37,9mn nel 2008, ha influito la flessione dei ricavi pubblicitari solo in parte compensata dalle misure di contenimento costi adottate.

Il risultato netto è stato pari a €30,4mn (€49,5mn nel 2008).

Revoca e conferimento di nuova delega al consiglio per acquistare azioni proprie

L'Assemblea dei soci, preso atto che il buy back, anche in considerazione della struttura patrimoniale del Gruppo, potrebbe essere una leva utilizzabile per creare valore per gli azionisti, ha revocato, per il periodo ancora mancante e per la parte non ancora esercitata, la precedente delega ad acquistare azioni proprie e, contestualmente, ne ha conferito una nuova con le seguenti caratteristiche: a) durata: 18 mesi dal giorno successivo all'approvazione da parte dell'assemblea; b) numero massimo di azioni ordinarie acquistabili: 20.000.000 pari a circa il 4,9% del capitale sociale; c) il prezzo di ogni acquisto di azioni dovrà essere non superiore del 10% e non inferiore del 10% rispetto al prezzo di riferimento registrato dalle azioni ordinarie nella seduta del mercato regolamentato precedente ogni singola operazione.

Approvazione del piano di stock option 2010

L'Assemblea dei soci ha approvato un nuovo piano di stock option per l'anno 2010 destinato all'Amministratore Delegato e Direttore Generale della società e a dipendenti della società e di società controllate, mediante attribuzione di massime n. 6.000.000 di opzioni. L'Assemblea ha altresì delegato al Consiglio di Amministrazione e per esso al Comitato per la Remunerazione l'individuazione dei beneficiari, la redazione del testo del regolamento nonché l'adempimento ai relativi obblighi informativi, il tutto nel rispetto dei termini, delle condizioni e delle modalità di attuazione riportati nel Documento informativo redatto ai sensi del D.Lgs n.58/99 e già reso pubblico nei termini di legge.

Il piano di stock option 2010 approvato ha l'obiettivo di fidelizzare le persone chiave nella conduzione degli affari del Gruppo e di fornire un incentivo volto ad accrescerne l'impegno per il miglioramento delle performance aziendali. L'esercizio delle opzioni, che sono attribuite gratuitamente, non è subordinato al raggiungimento di determinati risultati economico-finanziari, ma prevede come condizione essenziale il permanere del rapporto di lavoro con la società o società controllate.

* * *

Contatti societari

Direzione Centrale Relazioni Esterne

Stefano Mignanego

Tel: +390684787434

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

www.gruppoespresso.it