

24ORE

**RESOCONTO
INTERMEDIO
DI GESTIONE AL
30 SETTEMBRE 2015**

RELAZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	3
COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI SOCIALI.....	3
STRUTTURA DEL GRUPPO 24 ORE.....	5
HIGHLIGHTS	6
ANDAMENTO DELLA GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2015	7
RELAZIONE SULL'ANDAMENTO DELLE AREE DI ATTIVITÀ.....	14
FATTI DI RILIEVO DEI PRIMI NOVE MESI DEL 2015	23
EVENTI SUCCESSIVI AL 30 SETTEMBRE 2015	24
PROSPETTI CONTABILI.....	25
CONTO ECONOMICO SINTETICO.....	25
SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA	26
RENDICONTO FINANZIARIO	28
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	29
NOTE DI COMMENTO.....	30
INFORMAZIONI GENERALI	30
FORMA, CONTENUTO E PRINCIPI CONTABILI.....	31
NOTE AI PROSPETTI CONTABILI	33
CONTO ECONOMICO.....	33
SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA	36
PROSPETTI ALLEGATI.....	39
EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE	40
DICHIARAZIONE AI SENSI DELL'ART. 154-BIS, COMMA 2 DEL D.LGS. 24 FEBBRAIO 1998, N. 58 E SUCCESSIVE MODIFICHE E INTEGRAZIONI.....	41

RELAZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Composizione degli Organi sociali

Il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale sono stati eletti dall'Assemblea ordinaria in data 29 aprile 2013.

Il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale rimangono in carica fino all'Assemblea di approvazione del bilancio d'esercizio 2015.

Consiglio di Amministrazione

Presidente	Benito BENEDETTI
Amministratore delegato	Donatella TREU
Consiglieri	Luigi ABETE Antonio BULGHERONI Alberto CHIESI Maria Carmela COLAIACOVO Nicolò DUBINI (1)(2) Marcella PANUCCI Alessandro SPADA Carlo TICOZZI VALERIO (1) Cesare PUCCIONI (3)

Segretario del Consiglio di Amministrazione

Gianroberto VILLA

(1) Amministratore indipendente

(2) Cooptato in data 28 luglio 2015 in sostituzione del Sen. Mario D'URSO, deceduto il 5 giugno 2015

(3) Cooptato in data 11 novembre 2015 in sostituzione del dott. Marco Venturi, dimessosi il 7 ottobre 2015

Collegio Sindacale

Presidente	Luigi BISCOZZI
Sindaci effettivi	Maurilio FRATINO Laura GUAZZONI
Sindaco supplente	Maria SILVANI Fabio FIORENTINO

Comitato controllo e rischi

Presidente	Carlo TICOZZI VALERIO
Membri	Nicolò DUBINI Alessandro SPADA

Comitato per le risorse umane e le remunerazioni

Presidente	Carlo TICOZZI VALERIO
Membri	Nicolò DUBINI Antonio BULGHERONI

Rappresentante comune degli azionisti di categoria speciale

Mario ANACLERIO

Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili e societari

Valentina MONTANARI

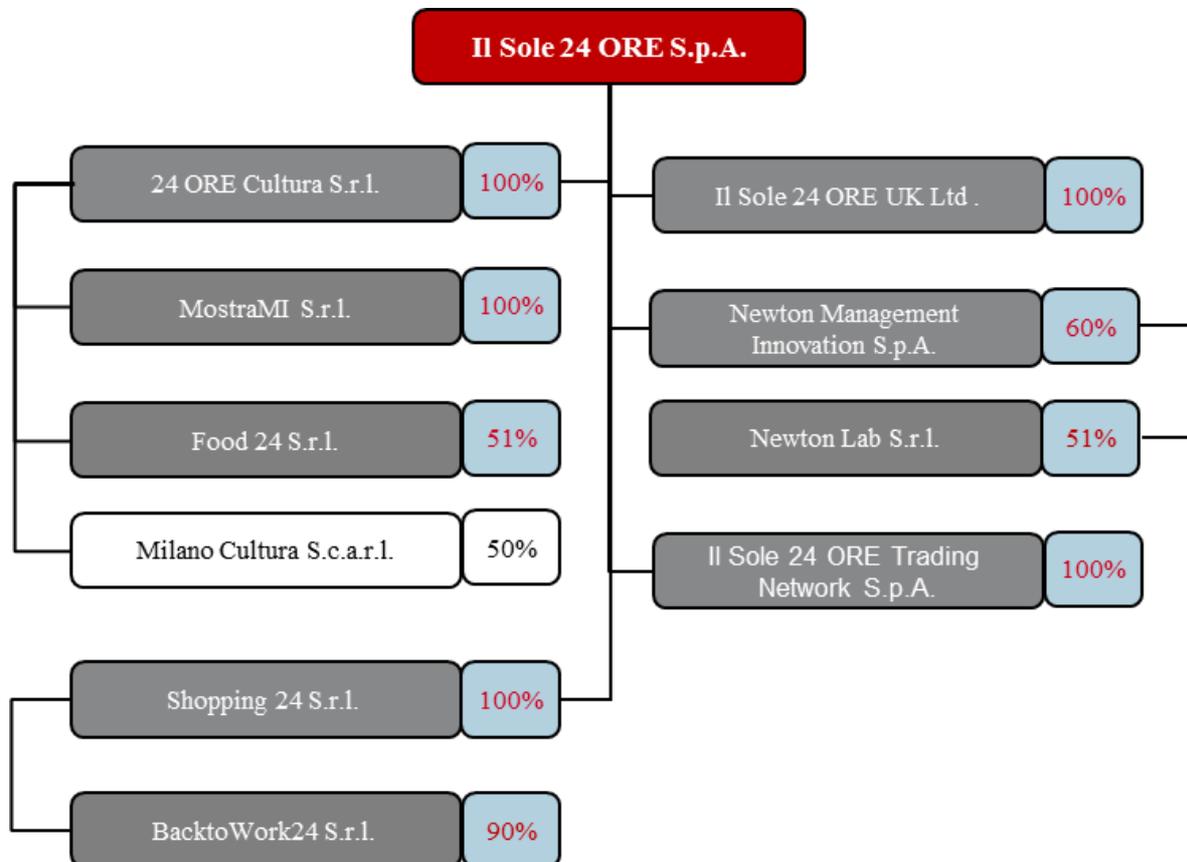
Responsabile Internal Audit

Massimiliano BRULLO

Società di revisione

KPMG S.p.A.

Struttura del Gruppo 24 ORE



Società incluse nel perimetro di consolidamento

Società collegate

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), continuando 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 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 24ORE**, 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.

ANDAMENTO DELLA GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2015

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 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.

Andamento del GRUPPO 24ORE

PRINCIPALI DATI DEL GRUPPO 24 ORE		
migliaia di euro	gen-set 2015	gen-set 2014
Ricavi	227.906	221.810
Margine operativo lordo (EBITDA)	(12.501)	(17.653)
Risultato operativo (EBIT)	(23.587)	(28.980)
Risultato ante imposte	(24.725)	(29.749)
Risultato netto delle attività in funzionamento	(25.415)	(31.103)
Risultato delle attività operative cessate	-	20.499
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(25.010)	(10.648)
Posizione finanziaria netta	(32.505)	2.215 (1)
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante	85.270	109.804 (1)
Numero medio dipendenti	1.236	1.226
Numero medio dipendenti al netto delle variazioni di consolidamento 2015	1.209	1.226

(1) Valore relativo al 31 dicembre 2014

Ai fini della Relazione del Consiglio di Amministrazione, gli effetti economici delle altre operazioni straordinarie del 2014 sono esposti in un’unica riga, denominata *Risultato di altre attività in discontinuità*. Tra queste operazioni ci sono i costi legati alla cessione del ramo di azienda Business Media.

I dati economici esposti e commentati nella Relazione del Consiglio di Amministrazione, sia consolidati che per area, sono a perimetro omogeneo per facilitarne la comparabilità.

PRINCIPALI DATI DEL GRUPPO 24 ORE A PERIMETRO OMOGENEO		
migliaia di euro	gen-set 2015	gen-set 2014
Ricavi	227.906	221.134
Margine operativo lordo (EBITDA)	(12.501)	(16.470)
Risultato operativo (EBIT)	(23.587)	(27.792)
Risultato ante imposte	(24.725)	(28.561)
Risultato netto a perimetro omogeneo	(25.415)	(29.915)
Risultato delle attività operative cessate	-	20.499
Risultato di altre attività in discontinuità	-	(1.188)
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(25.010)	(10.648)
Posizione finanziaria netta	(32.505)	2.215 (1)
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante	85.270	109.804 (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

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 interamente dovuto al 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.

Conto economico di periodo a perimetro omogeneo

Di seguito riportato il conto economico al netto degli effetti derivanti dalla cessione del ramo Business Media:

CONTO ECONOMICO SINTETICO CONSOLIDATO A PERIMETRO OMOGENEO		
migliaia di euro	gen-set 2015	gen-set 2014
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	227.906	221.134
Altri proventi operativi	8.522	8.617
Costi del personale	(78.205)	(78.519)
Variazione delle rimanenze	(1.198)	508
Acquisto materie prime e di consumo	(7.898)	(11.355)
Costi per servizi	(137.218)	(128.971)
Altri costi operativi	(22.097)	(24.323)
Accantonamenti e svalutazioni crediti	(2.313)	(3.562)
Margine operativo lordo	(12.501)	(16.470)
Ammortamenti e svalutazioni	(12.204)	(11.325)
Plus/minusvalenze attività immateriali e materiali	1.117	4
Risultato operativo	(23.587)	(27.792)
Proventi (oneri) finanziari	(1.138)	(783)
Proventi (oneri) da partecipazioni	-	13
Risultato prima delle imposte	(24.725)	(28.561)
Imposte sul reddito	(690)	(1.354)
Risultato netto a perimetro omogeneo	(25.415)	(29.915)
Risultato delle attività operative cessate	-	20.499
Risultato di altre attività in discontinuità	-	(1.188)
Risultato attribuibile ad azionisti di minoranza	(405)	44
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(25.010)	(10.648)

RELAZIONE SULL'ANDAMENTO DELLE AREE DI ATTIVITÀ

Nel prospetto che segue sono riportati i dati essenziali del Gruppo suddivisi per area di attività.

CONTO ECONOMICO PER AREE DI ATTIVITÀ

SETTORE	Ricavi vs. terzi	Ricavi Intersettori	Tot. Ricavi	EBITDA	Ammor/Svalut/Plus/minusvalenze	EBIT
EDITRICE						
gen-set 2015	106.100	54.673	160.774	(2.341)	(4.699)	(7.040)
gen-set 2014	110.809	49.164	159.974	(5.713)	(5.400)	(11.112)
SYSTEM						
gen-set 2015	86.740	33	86.772	1.825	(4)	1.820
gen-set 2014	77.644	29	77.673	(137)	(6)	(143)
FORMAZIONE ED EVENTI						
gen-set 2015	20.555	519	21.074	1.795	(141)	1.654
gen-set 2014	19.016	551	19.567	1.243	(123)	1.120
CULTURA						
gen-set 2015	13.050	218	13.268	(4.842)	(139)	(4.981)
gen-set 2014	12.759	355	13.115	(165)	(40)	(204)
CORPORATE E SERVIZI CENTRALIZZATI						
gen-set 2015	1.460	-	1.460	(8.937)	(6.103)	(15.041)
gen-set 2014	905	-	905	(11.698)	(5.753)	(17.452)
CONSOLIDATO						
gen-set 2015	227.906	-	227.906	(12.501)	(11.087)	(23.587)
gen-set 2014	221.134	-	221.134	(16.470)	(11.322)	(27.792)

Editrice

Editrice è la divisione cui fanno capo il quotidiano il Sole24 ORE, nella versione carta e digitale; i prodotti digitali collegati al quotidiano, i prodotti allegati al quotidiano, i periodici, i collaterali; l'editoria professionale, con i suoi prodotti a contenuto tecnico e normativo rivolti al mondo dei professionisti, delle aziende e della PA; l'Agenzia di stampa Radiocor, Radio 24, la radio news & talk del Gruppo.

RISULTATI DELL'AREA EDITRICE			
migliaia di euro	gen-set 2015	gen-set 2014	variazione %
Ricavi diffusionali/altro	106.371	110.674	-3,9%
Ricavi pubblicitari	54.402	49.299	10,4%
Ricavi	160.774	159.974	0,5%
Margine operativo lordo (EBITDA)	(2.341)	(5.713)	59,0%
EBITDA Margin %	-1,5%	-3,6%	2,1 p.p.
Risultato operativo	(7.040)	(11.112)	36,7%

Andamento del mercato

Nel corso dei primi nove mesi del 2015 il mercato in cui opera l'Editrice ha registrato, in tutti i settori in cui opera, trend sostanzialmente analoghi a quelli dei mesi precedenti.

In particolare, gli investimenti pubblicitari nel mercato di riferimento mostrano un calo del 2,4%, i quotidiani registrano una flessione del 7,3%, i periodici del 3,9%. Unico mezzo in controtendenza è la radio che cresce del 10,0%. Internet registra un calo su gennaio – settembre dell'1,3% (fonte: *Nielsen 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 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*).

Andamento dell'Area

L'Editrice chiude i primi nove mesi del 2015 con ricavi pari a 160,8 milioni di euro in crescita dello 0,5% rispetto al corrispondente periodo del 2014, grazie al significativo aumento dei ricavi pubblicitari e alla crescita dei ricavi digitali da contenuto. In particolare, i ricavi pubblicitari dell'area crescono di 5,1 milioni Euro (+10,4%, rispetto al 2014), i ricavi digitali da contenuto informativo (quotidiano, quotidiano digitale verticale, riviste professionali digitali, banche dati),

interamente dovuti alla crescita del sistema multimediale del Sole e dei quotidiani verticali collegati, confermano la crescita a doppia cifra registrata nel primo semestre e aumentano di 4,8 milioni di euro, pari al 10,6% rispetto al pari periodo del 2014. I primi nove mesi consolidano inoltre il sorpasso dei ricavi digitali da contenuto sui ricavi da contenuto in versione cartacea 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. Si conferma inoltre il positivo andamento dei ricavi diffusionali del quotidiano (carta + digitale), che presentano una crescita dello 0,1% in controtendenza rispetto al mercato di riferimento (-5,6%). I ricavi diffusionali complessivi risultano in calo di 4,3 milioni di euro (-3,9% rispetto al 2014) dovuti alla contrazione del mercato dei prodotti cartacei, quali collaterali, periodici, riviste specializzate e libri.

Il margine operativo lordo (*ebitda*) risente della stagionalità alla quale è soggetta l'attività di Editrice, che vede un rallentamento dei ricavi editoriali e pubblicitari. L'*ebitda* migliora di 3,4 milioni di euro rispetto al pari periodo del 2014, registrando tuttavia un valore negativo pari a 2,3 milioni di euro.

Il sistema integrato di offerta editoriale (quotidiano, quotidiani verticali, banche dati) sviluppato a partire dal 2014 continua a contribuire 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*.

Nel corso del terzo trimestre del 2015, Il Sole 24 Ore ha continuato a presidiare i principali momenti di novità normative tramite la realizzazione di approfondimenti tematici in foliazione e con speciali *online*. In particolare, in occasione dell'emanazione delle ultime novità della riforma del lavoro e in concomitanza con la 6° edizione del convegno *Tuttolavoro* del Gruppo 24 ORE, è stata realizzato *l'Instant book Jobs Act*, un vademecum che ha raccolto i principali cambiamenti per imprese e lavoratori.

Oltre alla sua funzione di aggiornamento professionale e presidio delle notizie di carattere economico e politico, il quotidiano ha continuato ad offrire ai suoi lettori una diversificazione dei contenuti mediante iniziative di alleggerimento e culturali quali i capolavori della commedia d'autore, con i dvd *Antologia della risata* e l'iniziativa domenicale dei *Racconti d'autore*.

Continua nella seconda parte dell'anno lo sviluppo delle attività legate al brand Nòva, da sempre bandiera dell'innovazione in Italia. Dal mese di giugno, ha preso vita il progetto *Nòva Grant*, le borse di studio per laureandi e laureati che raccontano progetti e storie di innovazione territoriale in otto città italiane. Gli studenti selezionati hanno cominciato il loro percorso di studio grazie a *Nòva* e a tutor dedicati che li assistono nelle ricerche.

Sul fronte dei periodici, nel periodo estivo sono state realizzate attività a sostegno della notorietà di *How to Spend it*, quali distribuzioni mirate in prestigiose località balneari. Il magazine ha compiuto un anno e ci apprestiamo a sottolineare questo importante traguardo con un evento benefico a favore di *Save The Children*; nello specifico verrà organizzata un'asta online di *artwork* creati dalla

aziende che hanno creduto e che continuano a credere nel magazine. Questa operazione ha inoltre consentito di realizzare un numero di settembre significativo sia in termini di foliazione che di fatturato, che si presume venga mantenuto anche nei mesi di ottobre e novembre.

Analogo trend positivo si registra per IL che vedrà, a partire dal numero di Novembre, una rivisitazione grafica, nuovi contenuti volti a rafforzare il posizionamento del brand sul mercato.

Il sito **www.ilsole24ore.com**, primo sito italiano a pagamento, nei primi nove mesi del 2015 registra una media di quasi 705 mila *browser* unici in crescita del +8,5% e una media di 4.925.000 pagine viste con una crescita pari al +16,4% rispetto alla media dei primi nove mesi del 2014 (fonte dati: *Omniture Sitecatalyst*). Al 30 settembre 2015, quasi 34 mila utenti hanno sottoscritto una formula di abbonamento al sito. La versione mobile del sito **www.ilsole24ore.com** rileva nei primi 9 mesi del 2015 un aumento dell'89,1% dei *browser* unici nel giorno medio e del 59,3% di pagine viste rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (fonte dati: *Omniture Sitecatalyst*).

Si conferma la crescita sul fronte social, al 30 settembre 2015 la pagina *Facebook* ufficiale de Il Sole 24 ORE contava oltre 568.000 fan, in crescita del 13,1% rispetto al valore al 30 settembre 2014. Il numero di *Follower* su *Twitter* si attesta a quota 2,2 milioni (fonte dati: elaborazione dati interni).

I ricavi complessivi di periodici specializzati e libri cartacei calano del 27% per effetto della contrazione del mercato, della scelta di razionalizzazione del portafoglio e del parallelo sviluppo dell'offerta digitale del Gruppo. I ricavi da prodotti rivolti al mondo professionale sono rappresentati per il 65% da ricavi digitali. Nello stesso tempo si registra tuttavia un buon andamento dei prodotti edicola professionali, venduti in abbinamento con il quotidiano (ricavi in crescita del 6% rispetto al 2014), grazie all'autorevolezza del marchio e del posizionamento dello stesso nel mercato di riferimento. Tra le Guide e i Collaterali professionali di maggior successo, segnaliamo quelli legati alle novità fiscali (*voluntary disclosure*, nuovo fisco per PMI, 730 precompilato) e al *jobs act* (licenziamenti, contratti e mansioni), oltre al collaterale Guida all'IVA. Nel secondo semestre dell'anno sono previste ulteriori pubblicazioni sulla riforma fiscale di recente emanazione e sui provvedimenti attuativi del *job act* con la pubblicazione di una collana ad hoc.

Prosegue il lavoro di sviluppo e innovazione dell'offerta di editoria elettronica rivolta a professionisti, aziende e PA. Innovazione delle piattaforme tecnologiche, del processo di sviluppo, del design e della usabilità dei prodotti digitali con l'obiettivo di valorizzare al meglio la ricchezza e l'autorevolezza dei contenuti del Gruppo e la forza del brand. A conferma di questo sforzo si segnala il rilascio a fine luglio una nuova versione del motore di ricerca sviluppato per le nuove banche dati *PlusPlus* in grado di rendere sempre più efficaci le ricerche degli abbonati.

Oltre allo sviluppo dei quotidiani verticali specializzati, prosegue lo sviluppo delle versioni digitali fruibili su *web*, *tablet* e *smartphone*, dei periodici "24 Ore Avvocato" e "Consulente Immobiliare" rivolti ai professionisti del diritto e operatori del mondo immobiliare. I nuovi periodici digitali sono stati progettati per valorizzare l'esperienza d'uso e le nuove funzionalità offerte dal digitale: in particolare, oltre ai contenuti della rivista cartacea, gli utenti possono fruire di servizi e funzionalità (ad esempio creazione dossier personali, ricerca sull'archivio, salvataggio documenti, alert su notizie di interesse) che migliorano l'esperienza d'uso e la fruizione complessiva del prodotto.

A completamento dell'offerta del Gruppo rivolta al mercato professionale da segnalare a fine

settembre il lancio di *Plusplus 24 Diritto*, il nuovo sistema documentale integrato, che grazie al nuovo motore di ricerca, fornisce tutte le risposte professionali per le tematiche giuridiche e non solo (*Fisco, Lavoro, Condominio, Enti Locali & PA*). Si tratta di un prodotto assolutamente innovativo sul mercato legale e i primi riscontri commerciali sono positivi.

Radio 24 è tra le più ascoltate nel primo semestre del 2015 con 1.962.000 ascoltatori nel giorno medio, in nona posizione nella classifica delle radio nazionali. Il ruolo di Radio 24 sul mercato è stato premiato anche nella raccolta pubblicitaria dove nei primi otto mesi si è registrata una crescita del 26,0% più che doppia rispetto al mercato (+10,0% mercato Radio gennaio-settembre 2015 vs omologo periodo 2014 - *fonte Nielsen*).

Nei primi nove mesi del 2015 Radio 24 ha arricchito il proprio palinsesto di importanti firme. Enrico Ruggeri ha esordito alla conduzione radiofonica dal 2 febbraio con il programma *Il Falco e il gabbiano* in onda dal lunedì a venerdì dalle 15.30-16.30. Dal 4 luglio Rosita Celentano e Angelo Vaira hanno iniziato la conduzione di *Chiedimi se sono felice*, il programma dedicato al mondo degli animali e in onda la domenica dalle 12.00 alle 13.00. Dal mese settembre sono approdati a Radio 24 anche Maria Latella con *Nessuna è perfetta* in onda la domenica dalle 10.00 alle 11.00 e Pino Insegno con *Voice Anatomy* in onda la domenica dalle 14.30 alle 17.00.

Il trend positivo di Radio 24 è confermato anche dai dati dell'ascolto della radio *on demand* sul nuovo sito e sulla *app*: nel periodo gennaio-settembre 2015 il numero di file audio e *podcast* scaricati è cresciuto del 37% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente raggiungendo oltre 13 milioni di file scaricati.

L'**agenzia Radiocor** presenta nei primi nove mesi del 2015 ricavi in calo di 0,4 milioni rispetto allo stesso periodo del 2014. Le linee di sviluppo prevedono una sempre maggiore integrazione dell'offerta dell'Agenzia con l'offerta multimediale de *Il Sole 24 ORE* e in particolare con l'offerta del Gruppo rivolta ai *Financial Services*.

System – Raccolta pubblicitaria

System è la divisione che svolge l'attività di concessionaria di pubblicità dei principali mezzi del Gruppo e di alcuni mezzi di terzi.

RISULTATI DELL'AREA SYSTEM			
migliaia di euro	gen-set 2015	gen-set 2014	variazione %
Ricavi Gruppo	67.652	61.118	10,7%
Ricavi Terzi	19.120	16.555	15,5%
Ricavi	86.772	77.673	11,7%
Margine operativo lordo (EBITDA)	1.825	(137)	1434,1%
EBITDA Margin %	2,1%	-0,2%	2,3 p.p.
Risultato operativo	1.820	(143)	1373,9%

Andamento del mercato

Nei primi nove mesi dell'anno il mercato pubblicitario di riferimento chiude con una flessione del 2,4%. I quotidiani registrano la contrazione maggiore (-7,3%), seguiti dai periodici (-3,9%) e da internet (-1,3%). Bene, al contrario, la radio che risulta in crescita del 10,0% (*fonte: Nielsen Media Research gennaio-settembre 2015*).

Andamento dell'area

System24 conferma un trend in netta controtendenza rispetto al mercato, chiude infatti il progressivo a settembre in crescita dell'11,7% e realizza ricavi pari a 86,8 milioni di euro. Buona la performance della concessionaria che conferma e anzi migliora il trend del primo semestre, si raffronta con un mercato di riferimento in calo del 2,4% (mercato di riferimento: stampa, radio e web; *Nielsen gennaio-settembre 2015*).

La migliore performance di System, rispetto al mercato, è da attribuire all'introduzione di un nuovo modello organizzativo che permette di sostenere la qualità e la rilevanza del Sistema del Sole 24 Ore con una politica di incremento dei prezzi su tutti i media, lo sviluppo di nuove iniziative multimediali del Gruppo (Sistema Sole), nonché al coinvolgimento di un più ampio portafoglio clienti attraverso le acquisizioni di nuove concessioni (*Fox, 3B meteo, Lettera 43*) e al nuovo mensile HTSI (*How To Spend It*) in Italia. Le sinergie create tra la concessionaria e la struttura marketing ed editoriale hanno altresì consentito una migliore valorizzazione dei contenuti eccellenti e rilevanti del Sistema Sole.

System continua con le attività di sviluppo di numerosi progetti di comunicazione integrata multimediale (stampa-radio-internet), e iniziative speciali creati ad hoc per i clienti, realizzando anche con Radio 24 una significativa presenza sul territorio con attività sponsorizzate dai clienti.

Positivo l'andamento della concessionaria sui mezzi **stampa**; rispetto ad un mercato in notevole flessione nei primi nove mesi (-6,0%; *Nielsen gennaio-settembre*), System registra una crescita del 10,2%.

Il Sole 24ORE, in controtendenza rispetto al mercato dei quotidiani che risulta in calo nei primi nove mesi dell'anno (-7,3% *Nielsen – gennaio-settembre*), chiude il progressivo a settembre in

crescita (+3,0%). Incremento sostenuto dalla tipologia commerciale, in aumento sia per fatturato (+3,3%) sia per prezzo medio (+4,9%) e dalla tipologia legale (+14,1%) per effetto di una crescita dell'investimento medio per cliente (+26,3%). I trend positivi delle due tipologie citate in precedenza compensano la lieve flessione della tipologia finanziaria (-2,1%) causata da un mercato più cauto in cui sono state rinviate all'ultimo trimestre alcune importanti operazioni. Il 43% della raccolta a spazi sul quotidiano è rappresentata dai settori Finanza/Assicurazioni e Servizi Professionali.

Molto bene **Radio 24** che chiude i primi nove mesi con una crescita a doppia cifra (+26,0%), in un mercato positivo, ma con variazione più contenuta (+10,0% *Nielsen - gennaio-settembre*). Un eccellente risultato ottenuto grazie alla qualità dell'offerta editoriale e soprattutto merito di una mirata politica commerciale e di un continuo sviluppo di progetti e iniziative speciali. In aumento il numero complessivo dei clienti e il prezzo medio. Cresce la pubblicità di aziende appartenenti al settore Automobili che rappresenta il 20% della raccolta complessiva a spazi.

Molto buona la performance del mezzo **Internet** i cui ricavi crescono del +10,0% in controtendenza rispetto al mercato in flessione dell'1,3% (fonte: *Nielsen - gennaio-settembre*). Sono in incremento tutte e tre le tipologie di editori (Gruppo, Terzi Italia, Terzi Estero): bene i mezzi di Gruppo (+1,5%), con incremento maggiore se si considerano i ricavi al netto della tipologia Fondi (+2,5%), molto bene i mezzi di editori terzi Italia (+9,7%) che beneficiano di una disomogeneità di perimetro per l'ingresso di nuovi siti (*3bMeteo, Lettera43 e Fox*) e ancora più positiva la *performance* dei siti esteri (+791,1%).

Formazione ed eventi

L'Area Formazione ed eventi realizza formazione specialistica per giovani laureati, manager, professionisti e conferenze annuali ed eventi su commessa sul territorio nazionale per grandi clienti. Rientrano nell'Area le attività delle controllate Newton Management Innovation S.p.A., società di consulenza e formazione manageriale e Newton Lab S.r.l., agenzia di organizzazione eventi e di content management multimediale.

RISULTATI AREA FORMAZIONE PER SETTORE			
migliaia di euro	gen-set 2015	gen-set 2014	variazione %
Business school	9.194	8.305	10,7%
Formazione Annual ed Eventi	2.257	1.581	42,8%
Prodotti Newton Man.Innov.e Newton Lab	8.738	8.958	-2,5%
Formazione Professionisti e PMI	885	723	22,3%
Ricavi	21.074	19.567	7,7%
Margine operativo lordo (EBITDA)	1.795	1.243	44,4%
EBITDA Margin %	8,5%	6,4%	2,2 p.p.
Risultato operativo	1.654	1.120	47,7%

Andamento del mercato

Il mercato della formazione stima un fatturato pari a 300 milioni esclusa la formazione finanziaria (fonte: *Asfor 2014*). A differenza dello scorso anno le aziende che dichiarano di prevedere un aumento del budget (13,2%) superano quelle che indicano una riduzione (6,6%).

L'aula continua a costituire la metodologia didattica maggiormente seguita: oltre il 58% di tutte le attività di formazione programmate dalle aziende si svolgono con le modalità della docenza attiva, a volte erogata dagli stessi manager di linea. Tuttavia occorre rilevare il peso acquisito dalla formazione *on the job* e dal *coaching*. L'utilizzo dell'*e-learning* supera il 10% dei programmi di formazione, infatti diverse imprese stanno sperimentando l'utilizzo di *social learning* attraverso la creazione e sviluppo di *network* professionali in cui la condivisione del *knowhow* costituisce la finalità più rilevante.

Per quanto riguarda il mercato degli eventi, il 2014 ha segnato un'inversione di tendenza e registrato un incremento degli investimenti in eventi da parte di aziende italiane: il volume complessivo di spesa è di 785 milioni di euro (+2% rispetto al 2013- Fonte: *Event Report – Astra Ricerche ADC Group – Novembre 2014*). Le prime evidenze sul 2015 confermano il trend del 2014.

Andamento dell'area

I ricavi dell'Area **Formazione** ammontano a 21,1 milioni di euro ed evidenziano una crescita del 7,7% rispetto ai primi nove mesi del 2014, in particolare grazie al buon andamento della Business School e dei prodotti della Formazione Annual ed eventi.

I ricavi della **Business school** sono pari a 9,2 milioni di euro in crescita del 10,7% rispetto allo stesso periodo del precedente esercizio. Da segnalare la crescita del 5,5% rispetto al 2014 dei *master full-time* con 27 iniziative rivolte a 703 giovani neo laureati e della linea *master part-time*, *Executive24*, *Master24* in crescita del 10,4% con un totale di circa duemila partecipanti.

Per quanto concerne i *master full time*, le specializzazioni più richieste sono nelle aree HR, Marketing e Digitale, area giuridico fiscale e lusso. Sul fronte del *placement* sono stati raggiunti ottimi i risultati su tutti i master.

Nel corso del 2015, è stato avviato il primo master in lingua inglese *International Master Luxury Management* che ha coinvolto una classe di 25 studenti internazionali provenienti da diversi paesi. Il master è focalizzato sull'eccellenza del made in Italy in tutti i settori dei beni di lusso con docenze nazionali e internazionali

E' stato avviato il nuovo *My Master24 on line* della durata di sei mesi con diploma personalizzabile, che prevede un minimo di 20 corsi *online* tra i 120 corsi *online* della Business School de Il Sole 24 Ore. La frequenza in autoformazione è flessibile e modulabile e può essere integrata da giornate in aula e da servizi personalizzati di crescita professionale e servizi alla carriera.

I prodotti Formazioni Annual ed eventi con ricavi pari a 2,3 milioni di euro sono in crescita del 42,8% e hanno visto la partecipazione di 6.752 partecipanti a 27 eventi.

I ricavi conseguiti da Newton Management Innovation nel mercato della formazione e da Newton Lab nel mercato degli eventi sono in calo del 2,5% rispetto al 2014.

L'ebitda dell'Area Formazione ed eventi è pari a 1,8 milioni di euro, in crescita di 0,6 milioni di euro rispetto al 2014 (+44,4%) principalmente per la crescita dei ricavi e una migliore redditività di alcuni eventi.

Cultura

L'Area opera nell'ambito della produzione di contenuti editoriali in due segmenti produzione di mostre e pubblicazione di libri e include le attività del Gruppo nel settore della Cultura, attraverso 24ORE Cultura S.r.l. e le sue controllate MostraMi S.r.l. e Food 24 S.r.l.

RISULTATI DELL'AREA CULTURA			
migliaia di euro	gen-set 2015	gen-set 2014	variazione %
Ricavi diffusionali/altro	13.268	12.880	3,0%
Ricavi pubblicitari	-	235	-100,0%
Ricavi	13.268	13.115	1,2%
Margine operativo lordo (EBITDA)	(4.842)	(165)	N.S.
EBITDA Margin %	-36,5%	-1,3%	-35,2 p.p.
Risultato operativo	(4.981)	(204)	N.S.

Andamento del mercato

Il mercato della produzione delle mostre ed esposizioni ha evidenziato sulla base degli ultimi dati disponibili un trend in decisa crescita sul 2013 in termini di: volume d'affari (+19,3%), offerta (+5,6%) ingressi (+13,7%), spesa al botteghino (+19%), spesa del pubblico (+19,5%) fonte SIAE – *Annuario dello spettacolo 2014 - luglio 2015*. Le prime evidenze sul 2015 confermano il trend del 2014.

Andamento dell'area

L'Area Cultura ha registrato nei primi nove mesi del 2015 ricavi pari a 13,3 milioni di euro, in incremento (0,2 milioni di euro, pari all'1,2%) rispetto al 2014.

Nei primi nove mesi del 2015 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*.

Il 26 marzo 2015 è stato inaugurato il Museo delle Culture – MUDEC nello spazio ex Ansaldo, con l'avvio delle mostre *Africa e Mondri a Milano*. MUDEC nasce da un'operazione di recupero di archeologia industriale in uno dei quartieri più vivaci della città di Milano, zona Tortona. La gestione del museo è una partnership tra pubblico e privato che vede insieme il Comune di Milano e 24 ORE Cultura. Il Museo delle Culture è dedicato ad ospitare grandi mostre internazionali declinate attraverso diversi linguaggi artistici. All'interno dell'edificio si sviluppano una molteplicità di occasioni di intrattenimento che vanno dal *bistrot* al ristorante, dal *design store* al *bookshop*, dall'auditorium alla *Mudec Academy* fino agli spazi per l'*education* dei più piccoli.

L'ebitda dell'area Cultura registra nei primi nove mesi del 2015 un decremento di 4,8 milioni di euro. Tale scostamento è principalmente dovuto ad una diversa composizione delle mostre rispetto al 2014, che ha comportato una minore marginalità media, unitamente a minori sponsorizzazioni ed eventi realizzati nel periodo.

FATTI DI RILIEVO DEI PRIMI NOVE MESI DEL 2015

In data 23 febbraio 2015 è stato sottoscritto con le RSU poligrafiche un accordo sindacale di rinnovo, per il biennio marzo 2015 – febbraio 2017, del contratto di solidarietà difensiva per i dipendenti con contratto poligrafico.

Con tale accordo, rispetto al biennio precedente, si ottiene un significativo incremento del risparmio del costo del lavoro: in particolare nelle aree di Preparazione del Quotidiano (circa 100 unità) il risparmio definito è sino al 35/40%.

L'accordo prevede inoltre il mantenimento di tale livello di risparmio anche nell'anno successivo alla fine del contratto di solidarietà, attraverso gli strumenti disponibili e non socialmente traumatici.

In data 27 marzo 2015 è stato sottoscritto con le RSU grafiche l'accordo di rinnovo del contratto di solidarietà difensivo, per il biennio marzo 2015 – febbraio 2017.

Con tale accordo, rispetto al biennio precedente, si ottiene un ulteriore risparmio sul costo del lavoro dei dipendenti con contratto grafico, diversificato da sede a sede.

Il 9 febbraio 2015 la controllata 24 ORE Cultura S.r.l. ha acquistato il 100% del capitale sociale di MostraMi S.r.l., per un corrispettivo di 250 mila euro, operante nel settore delle biglietterie e accoglienza per mostre ed eventi.

Il 26 marzo è stato inaugurato il Museo delle Culture – MUDEC, con l'avvio delle mostre *Africa e Mondi a Milano*.

In data 13 marzo 2015 il Consiglio di amministrazione ha approvato il piano 2015 - 2019 che prevede una crescita per linee interne basata sui seguenti principali obiettivi strategici:

- innovazione digitale di prodotti e servizi segmentati per fascia di mercato e, in particolare, destinati alla fascia alta;
- integrazione di tutti i contenuti prodotti dal Gruppo (Sistema Sole), facendo leva sul posizionamento leader del Quotidiano;
- sviluppo nazionale ed internazionale delle aree Cultura e Formazione;
- sviluppo della concessionaria, anche attraverso la realizzazione di progetti integrati di comunicazione oltre al mantenimento della valorizzazione del target alto spendente;
- costante efficientamento della struttura organizzativa e produttiva e dei processi;
- generare risultati economici e flussi finanziari positivi, a supporto della crescita.

Il 23 aprile 2015, l'Assemblea ha deliberato di ripianare integralmente la perdita di esercizio della Capogruppo Il Sole 24 ORE S.p.A., pari a euro 15.833.000 euro, utilizzando la riserva sovrapprezzo azioni.

Il 28 luglio 2015, il Consiglio di Amministrazione de Il Sole 24 ORE S.p.A. ha nominato per cooptazione il Consigliere Nicolò Dubini, in sostituzione del Sen. Mario D'Urso deceduto in data 5 giugno 2015. Il Consigliere Dubini riveste la qualifica di Amministratore Indipendente non esecutivo e fa parte del Comitato Controllo e Rischi, nonché del Comitato per le Risorse Umane e le Remunerazioni.

EVENTI SUCCESSIVI 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.

PROSPETTI CONTABILI

Conto economico sintetico

CONTO ECONOMICO SINTETICO CONSOLIDATO			
migliaia di euro		gen-set 2015	gen-set 2014
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	(1)	227.906	221.810
Altri proventi operativi		8.522	8.628
Costi del personale	(2)	(78.205)	(79.008)
Variazione delle rimanenze		(1.198)	507
Acquisto materie prime e di consumo		(7.898)	(11.356)
Costi per servizi		(137.218)	(130.149)
Altri costi operativi		(22.097)	(24.432)
Accantonamenti e svalutazioni crediti		(2.313)	(3.654)
Margine operativo lordo	(3)	(12.501)	(17.653)
Ammortamenti e svalutazioni		(12.204)	(11.331)
Plus/minusvalenze attività immateriali e materiali		1.117	4
Risultato operativo	(4)	(23.587)	(28.980)
Proventi (oneri) finanziari	(5)	(1.138)	(783)
Proventi (oneri) da partecipazioni		-	13
Risultato prima delle imposte		(24.725)	(29.749)
Imposte sul reddito	(6)	(690)	(1.354)
Risultato netto delle attività in funzionamento		(25.415)	(31.103)
Risultato delle attività operative cessate		-	20.499
Risultato netto		(25.415)	(10.604)
Risultato attribuibile ad azionisti di minoranza		(405)	44
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante		(25.010)	(10.648)

Situazione patrimoniale finanziaria

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA			
migliaia di euro	Note	30.09.2015	31.12.2014
ATTIVITÀ			
Attività non correnti			
Immobili, impianti e macchinari		43.058	45.414
Aviamento		18.407	18.147
Attività immateriali		58.211	59.519
Partecipazioni in società collegate e joint venture		20	20
Attività finanziarie disponibili per la vendita		948	909
Altre attività non correnti		28.327	26.977
Attività per imposte anticipate		57.507	57.732
Totale	(7)	206.478	208.719
Attività correnti			
Rimanenze		5.582	6.779
Crediti commerciali		88.798	112.033
Altri crediti		11.648	10.785
Altre attività correnti		5.537	4.528
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti		35.592	34.476
Totale	(8)	147.156	168.601
Attività disponibili alla vendita		-	-
TOTALE ATTIVITÀ		353.635	377.319

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA (SEGUE)

migliaia di euro	Note	30.09.2015	31.12.2014
PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ			
Patrimonio netto			
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante			
Capitale sociale		35.124	35.124
Riserve di capitale		82.981	98.814
Riserve di copertura e di traduzione		-	(14)
Riserve - Altre		14.307	13.703
Utili (perdite) portati a nuovo		(22.132)	(28.012)
Utile (perdita) attribuibile ad azionisti della controllante		(25.010)	(9.811)
Totale		85.270	109.804
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti di minoranza			
Capitale e riserve attribuibili ad azionisti di minoranza		601	273
Utile (perdita) attribuibile ad azionisti di minoranza		(405)	491
Totale		196	764
Totale patrimonio netto	(9)	85.466	110.568
Passività non correnti			
Passività finanziarie non correnti		15.000	15.044
Benefici ai dipendenti		26.097	27.457
Passività per imposte differite		6.687	6.678
Fondi rischi e oneri		7.640	11.304
Altre passività non correnti		0	0
Totale	(10)	55.425	60.483
Passività correnti			
Scoperti e fin. bancari-scad. entro anno		53.097	17.197
Passività per strumenti finanziari detenuti per la negoziazione		-	19
Debiti commerciali		125.597	149.877
Altre passività correnti		485	44
Altri debiti		33.565	39.131
Totale	(11)	212.743	206.268
Passività disponibili alla vendita		-	-
Totale passività		268.168	266.751
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ		353.635	377.319

Rendiconto finanziario

RENDICONTO FINANZIARIO			
migliaia di euro	Note	gen-set 2015	gen-set 2014
Risultato prima delle imposte di pertinenza del Gruppo [a]		(24.320)	(9.294)
Rettifiche [b]		6.338	(10.142)
Risultato di pertinenza di terzi		(405)	44
Ammortamenti e svalutazioni		12.204	11.331
(Plusvalenze) minusvalenze		(1.117)	(2)
Risultato attività operative cessate		-	(20.499)
Variazione fondi rischi e oneri		(3.664)	98
Variazione benefici a dipendenti		(1.359)	1.187
Variazione imposte anticipate/differite		(455)	48
Oneri e proventi finanziari		1.138	783
Altre rettifiche		(3)	(3.132)
Variazioni del capitale circolante netto operativo [c]		(6.803)	(16.560)
Variazione rimanenze		1.198	(377)
Variazione crediti commerciali		23.234	(27.096)
Variazione debiti commerciali		(24.280)	27.922
Pagamenti imposte sul reddito		(94)	(210)
Altre variazioni del capitale circolante netto		(6.860)	(16.799)
Totale cash flow attività operativa [d=a+b+c]		(24.785)	(35.996)
Cash flow derivante da attività di investimento [e]		(7.722)	88.206
Investimenti in attività immateriali e materiali		(8.529)	(6.741)
Acquisizione di partecipazioni in imprese controllate		(250)	-
Acquisizione di partecipazioni in imprese collegate		(39)	-
Corrispettivi da cessione di attività immateriali e materiali		1.130	159
Corrispettivi da cessione di rami d'azienda		-	95.000
Variazioni perimetro		(44)	-
Altre variazioni delle attività di investimento		10	(212)
Cash flow derivante da attività finanziaria [f]		2.427	(11.693)
Interessi finanziari netti pagati		(2.503)	(1.408)
Variazione di prestiti bancari a medio/lungo		(44)	(188)
Variazione dei finanziamenti bancari a breve		4.703	(9.038)
Variazione netta di attività finanziarie non correnti		-	102
Dividendi corrisposti		(142)	(214)
Variazione del capitale e riserve		618	(820)
Variazione patrimonio netto delle minoranze		(163)	43
Altre variazioni delle attività finanziarie		(43)	(170)
Risorse finanziarie assorbite nel periodo [g=d+e+f]		(30.080)	40.517
DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI:			
ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO		24.829	(14.766)
ALLA FINE DEL PERIODO		(5.251)	25.751
INCREMENTO (DECREMENTO) DEL PERIODO	(12)	(30.080)	40.517

Posizione finanziaria netta

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA			
migliaia di euro	Note	30.09.2015	31.12.2014
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti		35.592	34.476
Scoperti e finanziamenti bancari scadenti entro l'anno		(53.097)	(17.197)
Posizione finanziaria netta a breve termine		(17.505)	17.278
Passività finanziarie non correnti		(15.000)	(15.044)
Fair value strumenti finanziari di copertura		-	(19)
Posizione finanziaria netta a medio lungo termine		(15.000)	(15.063)
Posizione finanziaria netta	(13)	(32.505)	2.215

NOTE DI COMMENTO

Informazioni generali

Il capitale sociale della Capogruppo ammonta a 35.123.787 euro, rappresentato da 90.000.000 di azioni ordinarie e 43.333.213 azioni di categoria speciale. Le azioni totali sono così suddivise:

- N. 90.000.000 azioni ordinarie detenute da Confindustria, pari al 67,5% del totale delle azioni;
- N. 40.031.186 azioni di categoria speciale, quotate sul MTA nel Segmento Standard (Classe 1) di Borsa Italiana S.p.A., pari al 30,0% del totale delle azioni.
- N. 3.302.027 azioni proprie di categoria speciale, pari al 2,5% del totale delle azioni.

Lo Statuto contiene disposizioni in base alle quali l'assetto di controllo dell'Emittente non è modificabile. In particolare, ai sensi dell'articolo 8 dello Statuto, i soci non possono detenere azioni di categoria speciale in misura superiore a quella rappresentante il cinquantesimo del capitale sociale maggiorato di un'azione, con eccezione dell'Emittente che le possieda a titolo di azioni proprie.

Le azioni di categoria speciale de Il Sole 24 ORE S.p.A. sono attualmente quotate sul MTA nel Segmento Standard (Classe 1) di Borsa Italiana S.p.A.

I Codici identificativi del titolo sono:

CODICI IDENTIFICATIVI DEL TITOLO	
Nome	Il Sole 24 ORE S.p.A.
Codice ISIN	IT0004269723
Codice alfanumerico	S24.MI
Codice Reuters	S24.MI
Codice Bloomberg	S24 IM

Le società incluse nell'area di consolidamento del Gruppo al 30 settembre 2015 sono:

- **Il Sole 24 ORE S.p.A.**, la società Capogruppo, che funge sia da *holding*, detenendo le partecipazioni di controllo nelle società del Gruppo, sia da società operativa, mediante l'esercizio dei *business* caratteristici (informazione generale, finanziaria, professionale, agenzia giornalistica ecc.).
- **Il Sole 24 ORE UK Ltd.**, che cura l'intermediazione per la vendita di spazi pubblicitari nel Regno Unito;
- **24 ORE Cultura S.r.l.**, specializzata in prodotti dedicati all'arte e alla fotografia, e nella organizzazione di mostre ed eventi;
- **Il Sole24 ORE – Trading Network S.p.A.** che svolge attività di agenzia, per la distribuzione di prodotti del Gruppo e di terzi;
- **Shopping 24 S.r.l.**, società operante nel settore del commercio elettronico e del *marketing* on-line;
- **Newton Management Innovation S.p.A.**, operante nei servizi per la formazione;

- **Newton Lab S.r.l.**, operante nei servizi per la formazione. La società è controllata indirettamente tramite Newton Management Innovation S.p.A.;
- **BacktoWork 24 S.r.l.**, specializzata nella produzione e sviluppo di progetti di comunicazione attraverso la realizzazione e gestione di un portale, che ha l'obiettivo di far incontrare manager e piccole imprese. La società è controllata indirettamente tramite Shopping 24 S.r.l.;
- **MostraMi S.r.l.**, operante nel settore delle biglietterie e accoglienza per mostre ed eventi. La società è controllata indirettamente tramite 24 ORE Cultura S.r.l.;
- **Food 24 S.r.l.**, società che opera nel settore dell'intrattenimento e ristorazione presso il sito Mudec. La società è controllata indirettamente tramite 24 ORE Cultura S.r.l..

Le modifiche dell'area di consolidamento rispetto all'ultimo bilancio approvato sono di seguito descritte.

- Il 9 febbraio 2015 la controllata 24 ORE Cultura S.r.l. ha acquistato il 100% del capitale sociale di MostraMi S.r.l., operante nel settore delle biglietterie e accoglienza per mostre ed eventi.
- Il 5 marzo 2015 è stata costituita la società Food 24 S.r.l., di cui 24 ORE Cultura S.r.l. detiene il 51% del capitale sociale. La società opera nel settore dell'intrattenimento e ristorazione, nell'ambito del Mudec. Il 21 ottobre è stato acquisito il restante 49%.

Il Sole 24ORE S.p.A. ha sede legale e amministrativa a Milano in via Monte Rosa 91, Confindustria detiene il controllo della società Capogruppo.

Forma, contenuto e principi contabili

Il resoconto intermedio di gestione per il periodo chiuso al 30 settembre 2015 è stato predisposto sul presupposto del funzionamento e della continuità aziendale, utilizzando i criteri di valutazione e rilevazione stabiliti dagli *International Financial Reporting Standard (IAS/IFRS)* coerentemente con quelli adottati per la redazione dell'ultimo bilancio d'esercizio.

Il resoconto intermedio di gestione è stato predisposto secondo quanto disposto dall'art. 154-ter del d.lgs 24 febbraio 1998, n. 58, articolo inserito dall'art. 1 d.lgs n. 195 del 6 novembre 2007.

Il resoconto intermedio di gestione non è stato oggetto di revisione contabile.

I prospetti contabili presentati sono:

1. Conto economico consolidato relativo ai primi nove mesi 2015 confrontato con lo stesso periodo del 2014. Tale conto economico viene presentato in forma sintetica, raggruppando, rispetto al prospetto di bilancio al 31 dicembre 2014 le voci relative ai ricavi, di cui viene fornito dettaglio tra le relative note;
2. Situazione patrimoniale finanziaria consolidata al 30 settembre 2015, confrontato con l'ultimo bilancio approvato;
3. Rendiconto finanziario relativo ai primi nove mesi 2015 confrontato con lo stesso periodo del 2014;

4. Posizione finanziaria netta al 30 settembre 2015, con suddivisione delle componenti attive e passive tra poste a breve termine o medio termine, confrontata con l'ultimo bilancio approvato.

Si segnala infine che i risultati consolidati intermedi del Gruppo 24ORE sono influenzati da elementi di stagionalità, che riguardano in particolare le vendite del quotidiano, la raccolta pubblicitaria e l'andamento dell'editoria professionale. Tale stagionalità si ripercuote in particolare nel terzo trimestre dell'esercizio, che storicamente risulta essere il più critico dell'esercizio solare.

Nel paragrafo seguente vengono illustrate le note ai prospetti contabili, con indicazione, per le poste di maggiore rilevanza delle variazioni più significative e delle relative cause.

NOTE AI PROSPETTI CONTABILI

Conto economico**(1) Ricavi**

I ricavi ammontano a 227.906 mila euro, in crescita del 2,7% rispetto allo stesso periodo del precedente esercizio. Al netto della cessione del ramo Business Media avvenuta nel 2014, i ricavi aumentano di 6.772 mila euro (+3,1%).

RICAVI				
migliaia di euro	gen-set 2015	gen-set 2014	Variazione	var. %
Ricavi editoriali	101.067	108.619	(7.552)	-7,0%
Ricavi pubblicitari	86.432	77.958	8.474	10,9%
Altri ricavi	40.407	35.233	5.174	14,7%
Totale	227.906	221.810	6.096	2,7%

Di seguito è riportata la suddivisione per settori di attività.

RICAVI PER SETTORE DI ATTIVITÀ				
migliaia di euro	gen-set 2015	gen-set 2014	Variazione	var. %
Editrice	160.774	159.974	800	0,5%
System	86.772	77.673	9.099	11,7%
Formazione	21.074	19.567	1.506	7,7%
Cultura	13.268	13.115	153	1,2%
Altre aree	1.460	1.583	(122)	-7,7%
Elisioni	(55.442)	(50.101)	(5.341)	-10,7%
Gruppo (Consolidato)	227.906	221.810	6.096	2,7%

I ricavi editoriali ammontano a 101.067 mila euro, in diminuzione di 7.552 mila euro rispetto allo stesso periodo del 2014. La variazione è da attribuire ai prodotti cartacei, in particolare libri, periodici e collaterali che complessivamente diminuiscono di 6.038 mila euro. I ricavi diffusionali del quotidiano digitale sono in crescita di 5.764 mila euro.

I ricavi pubblicitari registrano una crescita di 8.474 mila euro (+10,9%) principalmente grazie alla raccolta sui mezzi stampa e radio del Gruppo.

Gli altri ricavi sono in crescita del 14,7% grazie all'aumento dei ricavi per convegni e formazione e alle provvigioni attive verso terzi di 24ORE Trading S.r.l..

(2) Personale

Il costo del personale pari a 78.205 mila euro diminuisce di 803 mila euro rispetto ai primi nove mesi del 2014, che era pari a 79.008 mila euro. La diminuzione dei costi rispetto al 2014 è attribuibile principalmente ai benefici derivanti dagli ulteriori accordi di solidarietà dei dipendenti,

in parte compensati dal rinnovo del contratto nazionale dei dipendenti grafici e agli effetti dell'incremento di organico relativo alle variazioni di perimetro avvenute nel periodo.

L'organico medio dei dipendenti si incrementa di 9 unità verso lo stesso periodo del 2014 ed è pari a 1.236 unità e si confronta con un dato al 30 settembre 2014 di 1.226. A parità di perimetro, l'organico medio diminuisce di 5 unità.

L'organico medio suddiviso per categoria è il seguente:

PERSONALE DIPENDENTE						
ORGANICO MEDIO	gen-set 2015		gen-set 2014		Variazione	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%
Dirigenti	44,6	3,6%	48,6	4,0%	(4,0)	-8,3%
Giornalisti	344,3	27,9%	352,1	28,7%	(7,8)	-2,2%
Impiegati	782,8	63,3%	739,3	60,3%	43,5	5,9%
Operai	64,1	5,2%	86,4	7,0%	(22,3)	-25,8%
Totale	1.235,8	100,0%	1.226,4	100,0%	9,4	0,8%

(3) Margine operativo lordo

Il Margine operativo lordo (*ebitda*), risultato intermedio prima degli ammortamenti, delle svalutazioni delle immobilizzazioni e delle plusvalenze e minusvalenze da alienazione immobilizzazioni, è negativo per 12.501 mila euro e si confronta con un *ebitda* negativo per 17.653 mila euro al 30 settembre 2014, in miglioramento di 5.152 mila euro.

(4) Risultato operativo

Il risultato operativo è negativo per 23.587 mila euro, in miglioramento di 5.393 mila euro rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Il valore degli ammortamenti e delle svalutazioni dei primi nove mesi del 2015 è pari a 12.204 mila euro e si confronta con un dato del 2014 pari a 11.331 mila euro. Nel corso del 2015 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.

(5) Proventi (oneri) finanziari

PROVENTI (ONERI) FINANZIARI				
migliaia di euro	gen-set 2015	gen-set 2014	Variazione	var. %
Proventi finanziari da impieghi disponibilità	9	52	(43)	-82,9%
Altri proventi finanziari	1.426	959	467	48,7%
Utile su cambi	46	32	14	44,6%
Totale proventi	1.481	1.043	438	42,0%
Perdite su cambi	(141)	(80)	(61)	-77,2%
Oneri finanziari su debiti	(1.973)	(903)	(1.070)	-118,5%
Altri oneri finanziari	(505)	(843)	339	40,2%
Totale oneri	(2.619)	(1.826)	(793)	-43,4%
Totale	(1.138)	(783)	(355)	-45,4%

I proventi e oneri finanziari netti risultano negativi per 1.138 mila euro e sono composti:

- per 1.481 mila euro da proventi finanziari riferiti principalmente agli interessi attivi maturati sul *vendor loan* verso TeamSystem riferito alla cessione dell'area Software, oltre a proventi sulle disponibilità liquide e ad utili su cambi;
- per 2.619 mila euro da oneri finanziari, aumentati rispetto al medesimo periodo dell'esercizio precedente principalmente per effetto dell'incremento degli oneri finanziari su debiti a breve termine, in relazione al maggior utilizzo delle linee bancarie a breve termine e del prestito sindacato.

(6) Imposte sul reddito

Le imposte sul reddito sono calcolate utilizzando le aliquote che si stima saranno applicate in sede di chiusura dell'esercizio.

La bozza di legge di stabilità 2016 prevede una riduzione delle aliquote di cui non si è tenuto conto, neanche in sede di adeguamento delle imposte anticipate, in quanto la misura è soggetta ad iter parlamentare di approvazione della stessa.

In questa frazione di esercizio non sono iscritte imposte anticipate IRES a causa del lungo periodo di recupero.

Le imposte del periodo risultano, quindi, negative per 690 mila euro e si raffrontano con un valore, sempre negativo, di 1.354 mila euro.

Il minor onere deriva dagli sgravi IRAP introdotti dalla legge di stabilità 2015.

Non esistono sensibili differenze impositive tra le società appartenenti al Gruppo. Nessuna società estera beneficia di trattamenti fiscali di favore. Sulle partecipazioni estere sono stanziati le imposte italiane che saranno versate al momento della distribuzione dei dividendi.

Situazione patrimoniale e finanziaria

In sintesi lo stato patrimoniale presenta le seguenti voci:

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA IN SINTESI		
migliaia di euro	30.09.2015	31.12.2014
Attività non correnti	206.478	208.719
Attività correnti	147.156	168.601
Attività disponibili per la vendita	-	-
Totale attività	353.635	377.319
Patrimonio netto di gruppo	85.270	109.804
Patrimonio netto di terzi	196	764
Totale Patrimonio netto	85.466	110.568
Passività non correnti	55.425	60.483
Passività correnti	212.743	206.268
Passività disponibili per la vendita	-	-
Totale passività	268.168	266.751
Totale patrimonio netto e passività	353.635	377.319

(7) Attività non correnti

Le **attività non correnti** ammontano a 206.478 mila euro rispetto ai 208.719 mila euro al 31 dicembre 2014, con un decremento di 2.240 mila euro, principalmente per effetto degli ammortamenti delle attività immateriali e degli immobili, impianti e macchinari pari a 12.205 mila euro, compensate parzialmente dagli investimenti, che sono stati complessivamente pari a 8.529 mila euro.

La movimentazione degli immobili, impianti e macchinari e delle attività immateriali al 30 settembre 2015 è stata la seguente:

ATTIVITÀ MATERIALI E IMMATERIALI						
migliaia di euro	Saldo Iniziale	Acquisti	Alienazioni	Ammortam.	Riclassifiche e altre variazioni	Saldo Finale
Immobili, impianti e macchinari	45.414	3.375	(12)	(5.706)	(13)	43.058
Attività immateriali	59.519	5.154	(0)	(6.499)	37	58.211
Totale	104.933	8.529	(13)	(12.205)	25	101.269

Gli investimenti in attività immateriali sono pari a 5.154 mila euro e si riferiscono a *licenze e software* per 3.844 mila euro, di cui 2.700 mila euro relativi a sistemi editoriali e di prodotto, e 1.130 mila euro per sviluppo *software* gestionali e amministrativi e 120 mila euro per opere d'ingegno. Gli investimenti in immobilizzazioni in corso sono pari a 1.082 mila euro e sono principalmente relativi a progetti *software* in corso di realizzazione, che entreranno in funzione nel prossimo esercizio e in particolare si riferiscono ad attività di sviluppo di nuovi prodotti per 726 mila.

Gli investimenti in immobili, impianti e macchinari al 30 settembre 2015 sono pari a 3.375 mila euro e sono relativi principalmente mobili, arredi e impianti per l'area EX Ansaldo - MUDEC per

2.023 mila euro, hardware per 307 mila euro, 126 mila euro in impianti radiofonici e 652 mila per beni non ancora entrati in funzione.

Nel corso dell'anno è stato venduto l'impianto produttivo di Verona. L'impianto non era funzionante ed era stato completamente svalutato. La vendita ha generato una plusvalenza di 1.040 mila euro.

Gli ammortamenti sugli immobili, impianti e macchinari e sulle attività immateriali sono stati pari a 12.205 mila euro e determinati in relazione alla vita utile stimata, che non ha subito variazioni rispetto a quella dell'ultimo bilancio approvato.

Gli avviamenti iscritti in bilancio ammontano a 18.407 mila euro, in aumento di 260 mila euro derivanti dall'allocazione provvisoria del prezzo d'acquisto pagato per l'acquisizione della società MostraMi S.r.l..

Le altre attività non correnti, si incrementano di 1.365 mila euro, per effetto degli interessi maturati e imputati a conto economico sul *vendor loan* costituito il 28 maggio 2014 per un importo pari a 22.500 mila euro quale porzione del prezzo di cessione della partecipazione di 24 ORE Software a TeamSystem.

(8) Attività correnti

Le **attività correnti** ammontano a 147.156 mila euro rispetto ai 168.601 mila euro di inizio esercizio con un decremento di 21.444 mila euro principalmente per la variazione dei crediti commerciali in diminuzione di 23.235 mila euro per effetto sia della stagionalità che delle migliori condizioni di incasso.

(9) Patrimonio netto

Il patrimonio netto del gruppo ammonta a 85.466 mila euro e si decrementa rispetto al 31 dicembre 2014 per effetto delle seguenti variazioni:

PROSPETTO DELLE VARIAZIONI DI PATRIMONIO NETTO										
migliaia di euro	Capitale Sociale	Riserve di capitale	Ris. di Rivalutazione	Riserva di copertura e traduzione	Riserve - Altre	Utili (Perdite) a Nuovo	Risultato Netto di periodo	Patrimonio Netto azionisti controllante	Patrimonio Netto azionisti di minoranza	Patrimonio Netto Totale
Saldo al 31 Dicembre 2014	35.124	98.814	-	(14)	13.703	(28.012)	(9.811)	109.804	764	110.568
Proventi/oneri imputati direttamente a P.N.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Adeguamento riserva TFR	-	-	-	-	833	-	-	833	-	833
Fair value strumenti di copertura	-	-	-	19	-	-	-	19	-	19
Imposte su oneri e proventi imputati a PN	-	-	-	(5)	(229)	-	-	(234)	-	(234)
Totale Proventi/oneri imputati direttamente a P.N.	-	-	-	14	604	-	-	618	-	618
Risultato netto di periodo	-	-	-	-	-	-	(25.010)	(25.010)	(405)	(25.415)
Totale Proventi/oneri imputati nel periodo	-	-	-	14	604	-	(25.010)	(24.392)	(405)	(24.798)
Movimentazione del Risultato 2014	-	(15.833)	-	-	-	6.022	9.811	(0)	-	(0)
Dividendi/distribuzione riserve	-	-	-	-	-	(142)	-	(142)	(186)	(327)
Acquisizioni e Variazione % possesso partecipazioni	-	-	-	-	-	-	-	-	5	5
Altre variazioni	-	-	-	-	-	-	-	-	18	18
Saldo al 30 settembre 2015	35.124	82.981	-	(0)	14.307	(22.131)	(25.010)	85.270	196	85.466

(10) Passività non correnti

Le **passività non correnti** ammontano a 55.425 mila euro rispetto ai 60.483 mila euro di inizio esercizio, con un decremento pari a 5.058 mila euro, dovuto per 1.359 mila euro alla riduzione dei benefici a dipendenti e 3.664 mila euro alla diminuzione del fondo rischi e oneri dovuta principalmente al venir meno degli obblighi contrattuali connessi alla realizzazione dei lavori di migliorie dell'immobile di Via Monte Rosa Milano, in seguito all'accordo con il proprietario dell'immobile.

(11) Passività correnti

Le **passività correnti** sono pari a 212.743 mila euro, in aumento di 6.475 mila euro rispetto ai 206.268 di inizio esercizio per l'incremento degli scoperti e finanziamenti bancari di 35.900 mila euro in parte compensata dalla diminuzione dei debiti commerciali e altri debiti.

(12) Rendiconto Finanziario

Il **flusso di cassa complessivo** è negativo per 30,1 milioni di euro rispetto al flusso di cassa positivo per 40,5 milioni di euro dello stesso periodo del 2014, che beneficiava dell'incasso relativo alla vendita dell'Area Software.

Il **flusso di cassa dell'attività operativa** è negativo per 24,8 milioni di euro, in miglioramento rispetto a quello dell'esercizio precedente negativo per 36,0 milioni di euro, attribuibile principalmente alle dinamiche del capitale circolante netto.

Il **flusso di cassa dell'attività d'investimento** è negativo per 7,7 milioni di euro ed è riferito principalmente ad investimenti operativi.

Il **flusso dell'attività finanziaria** è positivo per 2,4 milioni di euro rispetto a un flusso negativo per 11,7 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

(13) Posizione finanziaria netta

La **posizione finanziaria netta** è negativa per 32,5 milioni di euro al 30 settembre 2015 (2,2 milioni di euro del 31 dicembre 2014) e diminuisce principalmente per effetto dell'andamento del capitale circolante netto, in relazione alla stagionalità degli incassi e agli investimenti netti. Rispetto al pari periodo dell'esercizio precedente si evidenzia un minore assorbimento di cassa di 11,2 milioni di euro per la gestione ordinaria.

PROSPETTI ALLEGATI

Stagionalità dell'attività del Gruppo

L'attività del Gruppo è soggetta a fenomeni di stagionalità, consistente in un rallentamento dei ricavi, sia editoriali, sia, soprattutto pubblicitari nel periodo estivo.

RISULTATI DEI TRIMESTRI							
migliaia di euro	I trimestre 2014	II trimestre 2014	III trimestre 2014	IV trimestre 2014	I trimestre 2015	II trimestre 2015	III trimestre 2015
Ricavi	85.312	79.117	57.381	91.305	85.105	83.871	58.931
Margine operativo lordo	242	(2.658)	(15.237)	2.986	1.827	(1.496)	(12.832)
Risultato operativo	(3.403)	(6.490)	(19.087)	(835)	(1.999)	(4.661)	(16.927)

I dati sopra riportati sono a perimetro omogeneo, rappresentano un riferimento e non possono essere utilizzati per derivarne una previsione puntuale dei risultati futuri.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

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 nove 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.

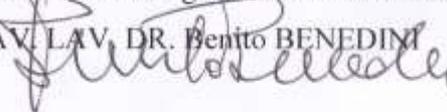
Per l'esercizio in corso il Gruppo prosegue lo sviluppo dei prodotti digitali, sostenuto dalla sempre maggiore integrazione di tutti i contenuti professionali de Il Sole 24 Ore, per compensare il previsto calo dell'editoria tradizionale cartacea.

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.

Milano, 11 novembre 2015

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

CAV. LAV. DR. Benito BENEDETTI



Dichiarazione ai sensi dell'art. 154-bis, comma 2 del d.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 e successive modifiche e integrazioni

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Valentina Montanari, attesta che le informazioni economiche e finanziarie del presente rendiconto intermedio di gestione sono corrispondenti alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Milano, 11 novembre 2015

Dirigente preposto alla redazione dei documenti
contabili e societari

Dott.ssa Valentina MONTANARI

