



Francesco Gianni, presidente di Caltagirone Editore

**Caltagirone Editore: nel primo semestre, i ricavi complessivi sono in calo dell'8,3%, la pubblicità a -10,7%. Il risultato netto è positivo per 2,2 milioni**

21

## Bilanci Caltagirone Editore: nel primo semestre, ricavi complessivi in calo dell'8,3% e pubblicità a -10,7%. Il risultato netto positivo per 2,2 milioni

Il CdA del Gruppo di cui sono presidente Francesco Gianni e a.d. Albino Majore ha approvato un bilancio sul quale pesa la flessione della raccolta che, per le testate cartacee, è stata del 12,7%. Previsto un trend analogo anche nella seconda metà dell'anno in corso

Il Consiglio di Amministrazione della Caltagirone Editore, di cui sono presidente Francesco Gianni e a.d. Albino Majore, ha approvato ieri i risultati del primo semestre 2018. Il Gruppo segnala preliminarmente che, a partire dal 1° gennaio, ha adottato i nuovi principi contabili IFRS 9 - Financial Instruments e IFRS 15 - Revenue from Contracts with Customers, che hanno comportato l'iscrizione dei ricavi diffusionali sulla base del prezzo di copertina al lordo di tutti gli aggi corrisposti, inclusa la quota parte riconosciuta ai distributori ed agli edicolanti, e che i ricavi pubblicitari consolidati sono esposti al netto dei canoni editore derivanti dalla raccolta per conto di editori terzi, precedentemente iscritti nei costi per servizi. Il risultato netto è stato positivo per 2,2 milioni di euro (contro i 6.000 al 30 giugno 2017). I ricavi si sono attestati a 70,4 milioni di euro, in flessione dell'8,3% rispetto al corrispondente periodo del 2017, per effetto della contrazione dei ricavi pubblicitari e di quelli diffusionali. In particolare, i ricavi derivanti dalla vendita sia su carta che digitale dei quotidiani del Gruppo si sono attestati a 33 milioni di euro, con una flessione del 7,4% rispetto al corrispondente periodo del 2017. La raccolta pubblicitaria del Gruppo è diminuita del 10,7% rispetto al primo semestre 2017, attestandosi a 33,9 milioni di euro. I ricavi pubblicitari sulle sole testate cartacee, considerando anche la pubblicità raccolta per conto di terzi, hanno registrato nel periodo una contrazione del 12,7%; la raccolta pubblicitaria su internet, considerando anche quella effettuata per conto di terzi, ha registrato un decremento del 5,3%. L'incidenza dell'area internet sul fatturato pubblicitario complessivo è pari al 14%. La Total Audience (pc o mobile) dei siti web del Gruppo ha registrato, a marzo 2018, 1,1 milioni di utenti unici giornalieri medi, in crescita del 15% rispetto

allo stesso periodo del 2017. I costi operati-

vi sono diminuiti del 6,8% rispetto al primo semestre 2017, attestandosi a 72,9 milioni di euro. In particolare, il costo del lavoro, comprensivo di oneri non ricorrenti pari a 851.000 euro (1,6 milioni al 30 giugno 2017) legati essenzialmente ai piani di riorganizzazione posti in essere da alcune società del Gruppo, si è ridotto del 9,1%. A valori omogenei e senza tener conto di tali oneri straordinari, il costo del lavoro è diminuito di circa il 7,1% a seguito degli interventi di ristrutturazione definiti nei precedenti esercizi. Gli altri costi operativi sono diminuiti del 4,3% grazie alle azioni intraprese nel processo di riorganizzazione del Gruppo in aree funzionali. Il margine operativo lordo è risultato negativo per 2,6 milioni di euro (negativo per 1,5 al 30 giugno 2017). Il risultato operativo, dopo ammortamenti e svalutazioni per 1,4 milioni, ha registrato un saldo negativo di 4 milioni (negativo per 5,2 nel primo semestre 2017). Il risultato netto della gestione finanziaria è stato positivo

per 5,2 milioni (4,1 nel corrispondente periodo 2017), principalmente influenzato dai dividendi ricevuti su azioni quotate. La posizione finanziaria netta è pari a 121,8 milioni, in diminuzione rispetto ai 128,5 al 31 dicembre 2017 per effetto di investimenti in azioni quotate al netto dell'incasso di dividendi su azioni quotate. Il patrimonio netto è pari a 445,8 milioni (448,8 al 31 dicembre 2017). Il decremento è attribuibile all'effetto negativo conseguito nel semestre nella valutazione al fair value delle partecipazioni azionarie detenute dal Gruppo al netto del risultato del periodo.

### Previsioni per l'anno in corso

"Il trend negativo dei ricavi diffusionali e pubblicitari - spiega la nota - continua sia a livello di mercato che a livello aziendale



e non si manifestano al momento segni di inversione di tendenza. In assenza di novità tale tendenza negativa continuerà anche nell'esercizio in corso".

