



Mercato Telesia al 30 giugno 2019 ricavi pari a 3,52 milioni (+8%); Go Tv in crescita del +7%

Il Consiglio di Amministrazione di Telesia ha approvato la relazione semestrale al 30 giugno 2019. Il totale dei ricavi è aumentato da 3,26 milioni di euro al 30 giugno 2018 a 3,52 milioni del 30 giugno 2019 (+8%). L'incremento rispetto all'analogo periodo del 2018, che fa seguito ad una crescita del 12% registrata al 30 giugno 2018 rispetto al 30 giugno 2017, è riconducibile tanto al buon andamento dei ricavi provenienti dalla vendita di spazi pubblicitari sui diversi canali Go Tv di Telesia (+7%), quanto all'incremento dei ricavi derivanti dalla vendita di servizi tecnologici della linea Sistemi (+78%). Il 99,7% del fatturato è prodotto verso l'Italia e l'88% dello stesso, al 30 giugno 2019, è rappresentato dalla raccolta pubblicitaria Go Tv realizzata attraverso la concessionaria Class Pubblicità, mentre il 5% da ricavi della linea Sistemi e da altri ricavi per il 7%.

Il 99,7% del fatturato è prodotto verso l'Italia e l'88% dello stesso è rappresentato dalla raccolta pubblicitaria del mezzo di esterna realizzata attraverso la concessionaria Class Pubblicità

Principali progetti tecnologici

Nel corso del 1° semestre 2019, in coerenza con il piano di sviluppo ed in continuità con gli esercizi precedenti, le attività aziendali, in aggiunta a quelle ordinarie, si sono dedicate a progetti innovativi di ricerca & sviluppo:

- Progetto Digital Advertising (per il programmatic buying): la nuova feature realizzata da Telesia per la gestione delle campagne pubblicitarie digitali sui propri canali ha consentito di incrementare del 100%, rispetto all'analogo periodo del 2018, il fatturato proveniente da tale linea commerciale.
- Progetto WeCounter: è entrata a regime per la raccolta pubblicitaria tradizionale la soluzione tecnologica che permette di ri-

levare il numero di apparati wifi attivi in un determinato luogo e momento, che opera in sinergia e a supporto della Digital advertising. Oltre a consentire il calcolo delle audience dei canali Telesia, permette anche di effettuare le pre e post evaluation delle campagne pubblicitarie.

- Omnia Tv: specializzazione del decoder base Omnia Telesia che consente la creazione e gestione di un canale televisivo su digitale terrestre in modalità semplificata ed economica.
- Omnia Stream: è una ulteriore innovativa specializzazione del decoder base Omnia Telesia che consente la distribuzione di un segnale audio/video mediante flusso in streaming

in modalità nativa. Il progetto nasce dalla necessità di poter integrare la tecnologia Telesia con infrastrutture di terze parti già installate e operative in determinati ambienti.

Marketing, comunicazione & sostenibilità

Sono state realizzate specifiche iniziative a supporto della responsabilità sociale aziendale e della brand awareness. Il lancio di nuove rubriche informative (Booknews – MetroMusic – Citybook) dedicate alla promozione di opere artistiche ed iniziative culturali e sociali di semplici cittadini, tipicamente non dotati di alcun budget commerciale, in soli 6 mesi, ha prodotto oltre mille segnalazioni con invio di materiali da divulgare e un incremento di quasi il 30% dei follower delle pagine social Telesia Tv. Un palinsesto di media partnership di selezionati eventi sportivi e sociali, nazionali e territoriali, complessivamente ha coinvolto oltre 350.000 cittadini ai quali è seguito il recente accordo con la Fondazione Telethon in occasione delle celebrazioni del proprio trentennale.

Evoluzione prevedibile della gestione

Al fine di perseguire i risultati attesi, la Società è fortemente impegnata sulle principali linee di business connesse all'attuazione del piano industriale: Go Tv, e Sistemi (già Digital). Sulla base della crescita del fatturato nei primi sei mesi dell'esercizio, anche nel prossimo futuro, e specificatamente nel corso del 2° semestre, è previsto un trend significativamente positivo dei ricavi pubblicitari della Linea Go Tv.



Nei primi sei mesi dell'anno crescono ricavi (+8%) ed ebitda (+30%). Sale la redditività

Telesia, utile netto su del 27%

In aumento del 7% il fatturato pubblicitario della Go Tv

DI VINCENZO MENDAIA

Ricavi, ebitda e utile netto sono stati in crescita al termine dei primi sei mesi dell'anno per Telesia, il cui cda, riunitosi ieri a Milano, ha approvato la relazione semestrale al 30 giugno 2019.

I ricavi totali sono aumentati dell'8%, a 3,52 milioni di euro. L'incremento rispetto all'analogo periodo del 2018 segue la crescita del 12% registrata al 30 giugno 2018 rispetto al medesimo periodo del 2017.

È stato positivo e anche migliore del mercato di riferimento il trend del fatturato pubblicitario dei canali della Go Tv di Telesia che, dopo le performance del 2017 (+10,5%) e del 2018 (+6%), nel primo semestre di quest'anno ha registrato una crescita ulteriore del 7%, ottenuta anche grazie al fatturato aggiuntivo apportato dal segmento del Digital Advertising (data driven), che cresce del 100%.



L'ebitda è stato pari a 1,23 milioni di euro, in aumento del 30% rispetto ai 947 mila euro al 30 giugno 2018, proseguendo un trend di crescita cominciato già l'anno prima, quando l'ebitda è aumentata del 23,5% rispetto ai primi sei mesi del 2017. In crescita anche la redditività: l'ebitda rispetto al fatturato è pari

al 35% mentre nel 2018 era pari al 29%.

L'ebit è stato pari a 950 mila euro in aumento del 29%. Anche nel 2018 l'ebit al termine dei primi sei mesi dell'anno era risultato in aumento (+35%) rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente.

Anche il risultato netto è

stato in crescita: +27%, a 670 mila euro.

Durante il primo semestre, in coerenza con il piano di sviluppo e in continuità con gli esercizi precedenti, l'attività aziendale è stata dedicata anche a progetti innovativi di Ricerca & Sviluppo (proseguendo parte di quelli avviati negli esercizi precedenti e iniziandone di nuovi). Fra questi, il Progetto Digital Advertising (per il programmatic buying), nuova feature realizzata dalla società per la gestione delle campagne pubblicitarie digitali sui propri canali; WeCounter, la soluzione tecnologica che permette di rilevare il numero di apparati wifi attivi in un determinato luogo e momento, che opera in sinergia e a supporto della Digital advertising. WeCounter, oltre a consentire il calcolo delle audience dei canali Telesia permette anche di effettuare le pre e post evaluation delle campagne pubblicitarie prenotate in modalità tradizionale (reservation).

Completano il quadro, Omnia Tv, specializzazione del decoder base Omnia Telesia che consente di creare e gestire in modo economico e semplice un canale tv su digitale terrestre; Omnia Stream, ulteriore innovativa specializzazione del decoder base che consente di distribuire segnali audio/video in streaming.

Per quanto riguarda l'evoluzione prevedibile della gestione, nell'area Go Tv, sulla base della crescita del fatturato nel periodo, Telesia ritiene che anche nel prossimo futuro, e specificamente nel corso del secondo semestre di quest'anno, sia possibile registrare un trend significativamente positivo dei ricavi pubblicitari. Per quanto attiene alla Linea Sistemi, la società è confidente che anche nel secondo semestre e su base annuale questa linea di attività possa registrare una crescita del fatturato, visto il risultato ottenuto nel primo semestre.

© Riproduzione riservata

Da domani il magazine D rinnovato con Repubblica

Un giornale che cambia nel profondo, pur restando fedele al suo Dna: da domani, in edicola con Repubblica, arriva il nuovo D, il magazine femminile del gruppo Gedi che si presenta con una formula rinnovata e originale. Innanzitutto una nuova testata e una nuova copertina, che riportano alle origini del primo D. Poi una grafica più leggera, rigorosa e chiara per favorire la leggibilità. Con una moda sempre forte e lo sfoglio del giornale organizzato in 4 nuove aree: l'Intro, spazio dedicato alle foto e alle notizie della settimana; le Storie, dai grandi reportage dall'estero ai racconti d'autore; Moda e Bellezza, entrambe potenziate, e il Me Time, nuova sezione che si occupa della cura del corpo e della mente.

© Riproduzione riservata



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Editoria, Riffeser (Fieg): l'informazione è un bene di tutti che merita sostegno. «Ringrazio il sottosegretario all'editoria, Andrea Martella, per l'attenzione manifestata verso il mondo editoriale e per il suo impegno a intervenire a sostegno di un bene, quello della informazione di qualità, che è presidio di libertà e di tutela dei valori democratici». Così il presidente della Fieg, Andrea Riffeser Monti, ha commentato le dichiarazioni di ieri del sottosegretario all'Editoria, ribadendo a sua volta «l'impegno della Fieg a contrastare tutti i fenomeni di pirateria dei contenuti editoriali, con l'auspicio che siano tempestivamente adottati i dovuti interventi per assicurare agli editori titolari dei diritti la giusta remunerazione per l'utilizzo dei loro prodotti». Riffeser, nell'evidenziare l'incremento della lettura dei quotidiani e, più in generale, dei giornali (dati pubblicati da Audipress), ha sottolineato la centralità e l'importanza della stampa come cerniera fra le istituzioni e i cittadini.

Radio, raccolta a +7,5% ad agosto. Secondo i dati dell'Osservatorio Fcp-Assoradio (Federazione Concessionarie Pubblicità) il fatturato pubblicitario della radio ha registrato ad agosto una crescita del 7,5% rispetto al corrispettivo 2018. Tale dato corrisponde ad un fatturato totale di 15.429.000 euro. Il fatturato progressivo da gennaio si attesta su un +2,5%.

Start Magazine, Pierluigi Mennitti nuovo direttore. Pierluigi Mennitti è il nuovo direttore responsabile della rivista quadrimestrale di approfondimento Start Magazine. Prende il posto di Michele Guerriero, che ha ideato il quadrimestrale e rimarrà direttore editoriale. Start Magazine fa parte del progetto editoriale nato con la testata online www.startmag.it diretta da Michele Arnese.

Oggi festeggia 80 anni con un grande evento. Il settimanale Rcs diretto da Umberto Brindani festeggia insieme ai protagonisti delle sue copertine gli 80 anni della testata

con un evento che si terrà mercoledì 2 ottobre all'Hotel Principe di Savoia di Milano. Numerosi i personaggi che sono stati al centro delle copertine dell'Oggi e saranno premiati dalla testata con una scultura ideata per l'occasione dal maestro Gerardo Sacco. Al compleanno del settimanale sarà inoltre dedicato l'Anniversary Book degli 80 anni di Oggi in edicola per due mesi a partire da giovedì 3 ottobre.

Direttiva Copyright, Sassoli: da recepire al più presto. «Sul tema del diritto d'autore, il Parlamento europeo ha fatto la propria parte: adesso tocca ai parlamenti nazionali recepire la Direttiva Copyright», così il presidente del parlamento europeo David Sassoli che ha incontrato il presidente della Siae Giulio Rapetti Mogol.

QN Quotidiano Nazionale, La Nazione e Il Resto Del Carlino insieme per «Olimpiadi 2032 - Firenze e Bologna oltre il sogno». Una tavola rotonda organizzata martedì primo ottobre alle 11.30 a palazzo Strozzi di Firenze per parlare dell'ambizioso progetto delle Olimpiadi per Firenze e Bologna. Ci saranno i direttori di QN Quotidiano Nazionale Michele Brambilla, La Nazione Agnese Pini e Resto del Carlino Paolo Giacomini oltre ai sindaci di Firenze, Dario Nardella, e di Bologna, Virginio Merola, i governatori della Toscana Enrico Rossi e dell'Emilia Romagna Stefano Bonaccini, Romano Prodi, Pier Ferdinando Casini e la pallavolista della nazionale Sylvia Nwakalor.

Mediaset ha a cuore il futuro, la nuova campagna istituzionale. Domenica 29 settembre, con uno spot sul fenomeno dell'abbandono scolastico, parte la nuova campagna istituzionale di sensibilizzazione sociale ideata da Mediaset. Con «Mediaset ha a cuore il futuro» saranno via affrontati temi di rilevanza nazionale declinati all'interno di una campagna integrata multimediale.

© Riproduzione riservata

L'editoria in Piazza Affari

Indice	Chiusura	Var. %	Var. % 28/12/18	
FTSE IT ALL SHARE	23.891,22	0,74	18,58	
FTSE IT MEDIA	10.438,12	0,51	-1,79	
Titolo	Rif.	Var. %	Var. % 28/12/18	Capitaliz. (mln €)
Cairo Communication	2,2400	0,22	-34,60	301,1
Caltagirone Editore	1,0550	-3,21	1,44	131,9
Class Editori	0,1810	-1,63	0,56	29,2
Gedi Gruppo Editoriale	0,2490	0,61	-28,24	126,7
Il Sole 24 Ore	0,5040	-0,79	32,63	28,4
Italiaonline	2,8200	0,36	25,06	323,6
Mediaset	2,7020	0,11	-1,53	3.191,7
Mondadori	1,5840	3,94	-7,37	414,2
Monrif	0,1520	-1,30	1,33	22,8
Poligrafici Editoriale	0,1890	-1,36	-	24,9
Rcs Mediagroup	0,9170	3,97	-20,40	478,6

IL CDA DEL GRUPPO LEADER NEL SETTORE WINE-TRAVEL-FOOD HA APPROVATO LA SEMESTRALE

Gambero Rosso, più utili e mol

Nella prima metà dell'anno i profitti netti sono aumentati del 44% mentre l'ebitda ha mostrato una crescita del 23%. L'elevata redditività (25% del fatturato) è in linea con il segmento del lusso

DI VINCENZO MENDAIA

Ebitda e utile netto in crescita nei primi sei mesi dell'anno per Gambero Rosso spa, holding del Gruppo Gambero Rosso, il cui cda si è riunito ieri a Roma sotto la presidenza di Paolo Cuccia approvando la relazione semestrale.

I ricavi netti di vendita del gruppo, leader nel settore wine-travel-food e quotato all'Aim, sono aumentati dell'1% a 8,02 milioni di euro. I ricavi della promozione internazionale e dell'organizzazione di eventi, che rappresentano circa il 50% del fatturato conseguito nel periodo, nonché quelli dei contenuti editoriali sono sostanzialmente in linea con quelli del primo semestre 2018; i ricavi inerenti le attività Tv&Digital e quelli derivanti dalle attività di consulenza mostrano rispettivamente una crescita del 14% e del 24% rispetto al medesimo periodo dell'anno scorso.

L'ebitda consolidato è aumentato del 23% a 2,11 milioni (25% del fatturato) confermando l'alta redditività aziendale (l'ebitda consolidato del primo semestre 2018 era pari a 1,72 milioni).

Il margine dell'ebitda è in linea con il segmento del lusso.

Il risultato netto consolidato ammonta a 0,53 milioni, in crescita del 44%. Senza considerare gli effetti dell'Ifrs 16 sarebbe pari a 0,56 milioni (+52%).

Nel periodo si è confermato il positivo andamento della promozione internazionale. La forte domanda degli

Semestrale in crescita per Telesia: salgono ricavi, ebitda e profitti

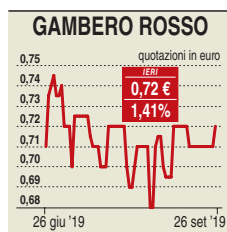
di Vincenzo Mendaia

Ricavi, ebitda e utile netto sono stati in crescita al termine dei primi sei mesi dell'anno per Telesia, il cui consiglio di amministrazione, riunitosi ieri a Milano, ha approvato la relazione semestrale al 30 giugno 2019. I ricavi totali sono aumentati dell'8% a 3,52 milioni di euro. L'incremento rispetto all'analogo periodo del 2018 segue la crescita del 12% registrata al 30 giugno 2018 rispetto al medesimo periodo del 2017. È stato positivo e anche migliore del mercato di riferimento il trend del fatturato pubblicitario dei canali della Go Tv di Telesia, che, dopo le performance del 2017 (+10,5%) e del 2018 (+6%), nel primo semestre di quest'anno ha registrato una crescita ulteriore del 7%, ottenuta anche grazie al fatturato aggiuntivo apportato dal segmento del Digital Advertising (data driven), che è cresciuto del 100%. L'ebitda è stato pari a 1,23 milioni di euro, in aumento del 30% rispetto ai 947 mila euro al 30 giugno 2018, proseguendo un trend di crescita cominciato già l'anno prima, quando l'ebitda era au-

mentato del 23,5% rispetto ai primi sei mesi del 2017. In crescita anche la redditività: l'ebitda rispetto al fatturato è pari al 35%, mentre nel 2018 era pari al 29%. L'ebit è stato pari a 950 mila euro, in aumento del 29%. Anche nel 2018 l'ebit al termine dei primi sei mesi dell'anno era risultato in aumento (+35%) rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente. Anche il risultato netto è stato in crescita: +27% a 670 mila euro. Durante il primo semestre, in coerenza con il piano di sviluppo e in continuità con gli esercizi precedenti, l'attività aziendale è stata dedicata anche a progetti innovativi di ricerca & sviluppo (proseguendo parte di quelli avviati negli esercizi precedenti ed iniziandone di nuovi). Fra questi: il Progetto Digital Advertising (per il programmatic buying), nuova feature realizzata dalla società per la gestione delle campagne pubblicitarie digitali sui propri canali; WeCounter, la soluzione tecnologica che permette di rilevare il numero di apparati wifi attivi in un determinato luogo e momento e che opera in sinergia e a supporto della Digital advertising. WeCounter, oltre a consen-

tere il calcolo delle audience dei canali Telesia, permette anche di effettuare le pre e post evaluation delle campagne pubblicitarie prenotate in modalità tradizionale (reservation). Completano il quadro: Omnia Tv, specializzazione del decoder base Omnia Telesia che consente di creare e gestire in modo economico e semplice un canale tv su digitale terrestre; Omnia Stream, ulteriore innovativa specializzazione del decoder base che consente di distribuire segnali audio/video in streaming. Per quanto riguarda l'evoluzione prevedibile della gestione, nell'area Go Tv, sulla base della crescita del fatturato nel periodo, Telesia ritiene che anche nel prossimo futuro, e specificamente nel corso del secondo semestre di quest'anno, sia possibile registrare un trend significativamente positivo dei ricavi pubblicitari. Per quanto attiene alla Linea Sistemi, la società è confidente che anche nel secondo semestre e su base annuale questa linea di attività possa registrare una crescita del fatturato, visto il risultato ottenuto nel primo semestre. (riproduzione riservata)

ultimi anni ha portato a un ampliamento del calendario, in termini sia di Paesi che di tappe, rafforzando la leadership indiscussa di Gambero Rosso nelle aree dove l'export è già consolidato ampliandola verso nuovi mercati al fine di una maggiore promozione internazionale del Made in Italy del settore del food&beverage, e nell'organizzazione di eventi dedicati. Le attività in campo televisivo sono state di grande importanza soprattutto per l'utilizzo dei contenuti della library televisiva su broadca-



ster sia nazionali che internazionali. È nata la collaborazione con Sky per la fornitura di contenuti video per il cosiddetto Fluid Content, tec-

nologia mediante la quale si possono visualizzare via web contenuti video attraverso un unico network.

Per quanto attiene ai contenuti e ai big data, Gambero Rosso ha rinnovato il database editoriale, costantemente approfondito e aggiornato. Sono stati pubblicati prodotti editoriali quali «Gelaterie», «Top Italian Food», «Street Food», «Oli d'Italia» e la guida cittadina «Roma». Inoltre sono stati realizzati di nuovi: «Dizionario Italo-Cinese dei vini e vitigni d'Italia», «Turin and Vicinity», «Grills

Italy» del talent Steven Rai-

chlen e «Pane&Panettieri».

Fra le ulteriori novità la prima

web app relativa ai top italian

Restaurants nel mondo.

Arricchita anche l'offerta

formativa delle Academy per

professionisti presenti in sei

regioni, con master e corsi di

alta specializzazione in joint

venture con le più importanti

università italiane e con un'of-

ferta all'avanguardia. (riprodu-

zione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su
www.milanofinanza.it/gamberorosso

PILLOLE

SOMEK

■ Somek ha deciso di avviare tutte le attività richieste per il passaggio dall'Aim al mercato principale, nel segmento Star. Nel primo semestre il valore della produzione è salito del 58%, a 123,2 milioni di euro, e l'ebitda del 38% a 10,8 milioni.

MEDIASET

■ Domenica 29 settembre, con uno spot sul fenomeno dell'abbandono scolastico, parte la nuova campagna istituzionale di sensibilizzazione sociale ideata da Mediaset. L'iniziativa Mediaset ha a cuore il futuro da continuità all'impegno che l'azienda già porta avanti con i suoi programmi.

KRESTON

■ Kreston International rafforza la sua presenza in Italia con KrestonRS, azienda di advisory globale che punta a offrire ai clienti un unico interlocutore indipendente che si occupi di cor-

porate finance, financial advisory, legal advisory e real estate advisory.

SORGENIA

■ Sorgenia ha acquisito il 100% di Universal Sun, azienda accreditata come Esco (Energy Service Company), attiva su tutto il territorio nazionale.

CHIESI

■ Chiesi Farmaceutici ha annunciato il proprio impegno a diventare carbon neutral entro il 2035, ad azzerare cioè il proprio bilancio di emissioni di gas ad effetto serra.

SICIT

■ Sicit, società quotata sull'Aim Italia ha chiuso il primo semestre 2019 con un risultato netto adj. di 6,8 milioni, in calo del 6,3% rispetto al primo semestre 2018 e con ricavi a 32,5 milioni.

CLESSIDRA SGR

■ Clessidra sgr amplia il proprio perimetro di attività attraverso l'ingresso nel segmento dei crediti bancari, con particolare focus sui cosiddetti unlikely to pay.

DOORWAY

■ È partito ieri da Bologna, con Unipol Banca e Manageritalia Emilia Romagna, il secondo roadshow di Doorway che presenterà la startup della Chité e quella biomedicale con Rejoint per una raccolta di 1,3 milioni

TOFFOLETTO

■ Toffoletto De Luca Tamajo si conferma per il terzo anno tra gli studi più innovativi di FT Innovative Lawyers, la ricerca del Financial Times sulle law firm europee forward thinkers.

DOVALUE

■ Il servicer ha perfezionato un accordo in

esclusiva per la gestione di Utps Real Estate con Arc - Aurora Recovery Capital.

LU-VE

■ Nel semestre fatturato in crescita del 22% a 187 milioni, ebitda di 25 milioni (+40%), utile di 11 milioni (+38%).

BANCA INTERMOBILIARE

■ Il cda dell'istituto torinese ha approvato il piano strategico 2019 - 2024. Si prevede inoltre la convocazione nel mese di novembre 2019 dell'assemblea dei Soci per deliberare uno o più aumenti di capitale fino a un massimo di 100 milioni.

ELETTRA

■ Elettra, produttore di energia elettrica e termica quotato sull'Aim, ha chiuso il semestre con una crescita del valore della produzione del 79% a 28,7 milioni ed ebitda sceso da 4,8 a 3,9 milioni.