

Il cda approva i conti del 2021. L'ebitda è positivo per 1,03 milioni di euro

Telesia, ricavi a 9,72 milioni

Raccolta 1° trimestre 2022: Go Tv Telesia +50%, ClassCnbc +34%

DI VINCENZO MENDAIA

I cda di Telesia, società ammessa alle negoziazioni all'Euronext Growth Milan, si è riunito ieri esaminando e approvando il progetto di bilancio d'esercizio e il bilancio consolidato del Gruppo Telesia al 31 dicembre 2021.

I ricavi consolidati sono stati pari a 9,72 milioni di euro, in aumento dell'11,21% rispetto al precedente esercizio, e sono composti da ricavi di ClassCnbc, per circa 6,26 milioni, e da ricavi di Telesia per circa 3,46 milioni. L'andamento è stato determinato principalmente dalla crescita della raccolta pubblicitaria di ClassCnbc, conseguito nono-

stante il perdurare degli effetti della pandemia: +23% rispetto al 2020, +32% rispetto al 2019.

L'ebitda è positivo per 1,03 milioni, in linea con il precedente esercizio; anche l'ebit è positivo, per 363 mila euro (46 mila euro nel 2020). Ad esso contribuisce per 0,55 milioni di euro il risultato positivo in ClassCnbc.

Il risultato consolidato, al netto delle imposte e degli interessi di terzi, è stato negativo per 131 mila euro, rispetto ad una perdita di 72 mila euro nel 2020.

Per quanto concerne l'evoluzione prevedibile della gestione, stante l'attuale contesto internazionale, caratteriz-

zato dagli incerti effetti economici del conflitto in Ucraina e dalla permanenza della pandemia, il management della società ritiene che ogni previsione debba essere improntata alla prudenza, come indicato nel comunicato stampa diffuso ieri.

Pur con tale quadro di instabilità, al 31 marzo di quest'anno i canali Go Tv di Telesia hanno registrato un aumento dei ricavi pubblicitari del 50% rispetto all'analogo periodo del 2021, mostrando una performance migliore dell'intero mercato pubblicitario (+0,4%), del settore televisivo (-2,6%) ed anche del proprio comparto Go Tv di riferimento (+29,9%). Inoltre, anche

l'andamento della raccolta pubblicitaria dei mesi successivi (aprile e maggio) è risultato positivo, a conferma della validità del processo di valorizzazione dei propri asset sul quale è concentrata la società, con investimenti finalizzati a migliorarne la qualità a supporto delle attività commerciali, con specifico riferimento alla nuova piattaforma «Big Data Counter», al revamp tecnologico operato nei principali siti Telesia, all'importante restyling dell'impianto della stazione San Babila della metropolitana di Milano (quest'ultimi già avviati negli ultimi mesi del 2021) e infine al potenziamento dell'impianto presso le nuove

aree dello scalo di Linate (in programma nei prossimi mesi). Positivo anche l'andamento dei primi mesi dell'anno per ClassCnbc: la raccolta pubblicitaria del canale è aumentata del +34% nel primo trimestre di quest'anno, rispetto al corrispondente periodo del 2021; la tendenza è confermata dalle stime di crescita a doppia cifra per i mesi successivi.

Sul fronte dei costi, la società ha dichiarato che manterrà un costante monitoraggio al fine di contenere le voci di spesa non indispensabili continuando a ricorrere a tutte le agevolazioni pubbliche che si renderanno disponibili.

© Riproduzione riservata

L'editoria in Piazza Affari

Indice	Chiusura	Var.%	Var.% 30/12/21	
FTSE IT All Share	26.826,7	1,55	-10,40	
FTSE IT MEDIA	8.305,66	1,54	-24,27	
Titolo	Rif.	Var.%	Var.% 30/12/21	Capitaliz. (mln€)
Cairo Communication	2,0400	0,49	-	274,2
Caltagirone Editore	1,1200	-	-0,44	140,0
Class Editori	0,0786	2,08	-8,82	13,5
Il Sole 24 Ore	0,5160	-	1,57	29,1
MFE B	0,7630	1,94	-38,71	901,3
Mondadori	1,8360	2,57	-10,00	480,0
Monrif	0,0656	0,31	-11,35	13,5
Rcs Mediagroup	0,7060	-	-20,23	368,4

CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Mfe-Mediaforeurope aumenta l'offerta per Mediaset España. Il gruppo televisivo ha aumentato la quota in denaro dell'offerta a 4,32 euro ogni due azioni di Mediaset España (in precedenza era di 3,72 euro), ovvero 2,16 euro per azione (da 1,86 euro), mantenendo temporaneamente costante la parte di offerta in titoli pari a 9 azioni Mfe di tipo A sempre per ogni due azioni di Mediaset España. L'aumento fa parte di un accordo di Mfe-Mediaforeurope con la controllata spagnola, che prevede che il board della società iberica emetta un report confermando che l'offerta è equa e renda disponibili le nuove informazioni agli azionisti.

È nato Rock Icon, il nuovo supplemento di Business People. Il magazine di Duesse Communication rivolto ai manager e agli imprenditori ha un nuovo supplemento e a tenere a battesimo primo numero è una monografia dedicata ai Rolling Stones, la band che proprio in questi giorni sta festeggiando con un tour mondiale i suoi 60 anni di attività. Rock Icon esce con una edizione speciale ricca di testi e di oltre 200 immagini dei momenti più significativi della storia di Jagger & Company. Si scoprono così la loro genialità e i loro eccessi, la loro capacità di essere sempre «avanti» e di andare sempre «oltre», come scrive in Rock Icon Vito Sinopoli, a.d. di Duesse Communication.

Bell'Italia, il nuovo numero da collezione «Estate In Sardegna». Domani Bell'Italia, il mensile Cairo Editore diretto da Emanuela Rosa-Clot, esce con il nuovo numero speciale monografico Estate in Sardegna, in edicola e in digital edition con Corriere della Sera. Nelle 236 pagine illustrate tantissime le località visitate negli otto grandi servizi, dalla Gallura con le sue spiagge, al sassarese e cagliaritano, passando per aree archeologiche, parchi naturali, luoghi resi unici dall'opera di artisti locali. A ciascun itinerario è dedicata una scheda dettagliata con descrizioni, indirizzi e informazioni pratiche. Estate in Sardegna sarà disponibile domani in edicola in regalo con Corriere della Sera e in digital edition nell'app del quotidiano e successivamente, fino a fine luglio, in ven-

dita da solo a 6,20 euro.

Amministrative, Volocom: il dibattito sui social aumenta d'intensità. La Sicilia è la regione più citata sui social, nella settimana dal 28 maggio al 3 giugno, in merito alle prossime elezioni amministrative del 12 giugno. Lo rileva il nuovo report di Volocom, società informatica di media monitoring fondata da Valerio Bergamaschi. L'analisi, che mette a confronto la discussione sulle amministrative nei 24 capoluoghi di provincia chiamati alle urne, vede al secondo posto, dopo la Sicilia (910 post), la Lombardia (424 post). Ultima posizione del podio per la Liguria che ha generato 281 post.

Mediaset impegnata nella tutela dell'ambiente marino. L'oceano merita un mare d'amore: con questo slogan Mediaset sostiene la Giornata mondiale degli oceani, che si celebra ogni anno l'8 giugno, dedicando al tema, a partire da oggi, una massiccia campagna di sensibilizzazione in tv, radio e web. Lo spot, realizzato in collaborazione con l'Acquario di Genova, mostra alcuni bambini che invitano tutti a prendersi cura dei mari. Per celebrare la giornata, cambierà anche la grafica di Canale 5, Italia Uno, Retequattro e Focus, interamente dedicata al tema.

Univideo: audiovisivo e cinema settori fortemente connessi, no all'allungamento delle finestre. «Come Univideo sosteniamo che sia un errore pensare che l'allungamento temporale delle finestre, comprendendo anche i film stranieri che oggi non ricevono contributi statali, possa sovvertire l'attuale situazione, contribuendo a una maggiore presenza di pubblico nelle sale. Sarebbe un provvedimento che danno non soltanto dei rivenditori, ma anche dei consumatori e in ultimo persino delle stesse sale cinematografiche, senza considerare che questa scelta alimenterebbe ulteriormente il fenomeno della pirateria», lo ha detto ieri Pierluigi Bernasconi, presidente di Univideo, a margine di una conferenza sul tema presso la Camera dei Deputati.

© Riproduzione riservata

Class

Il magazine per usare
il futuro che esiste

ogni mese in edicola

WWW.CLASSABBONAMENTI.COM

DISPONIBILE PER



Classeditori