



## Bilanci Telesia: i ricavi crescono nel primo semestre e il trend positivo continua per GO TV e Class CNBC



La società detiene il 100% di Class Servizi Televisivi e di Class TV Service da Class Editori

Il CdA di Telesia ha approvato la settimana scorsa la relazione semestrale consolidata al 30 giugno 2022. Ecco gli highlights: ricavi consolidati: 6,22 milioni di euro (3,93 milioni al 30 giugno 2021); Ebitda: positivo per 0,22 milioni di euro (+0,40 milioni); Ebit: negativo per 0,11 milioni di euro (+0,15 milioni); Risultato netto di gruppo negativo per 0,37 milioni di euro (-0,26 milioni); Posizione finanziaria netta: -4,06 milioni di euro (-5,05 milioni di euro al 31 dicembre 2021). Il 24 marzo 2022

il Consiglio di Amministrazione di Telesia ha approvato l'acquisto del 100% del capitale sociale di Class Servizi Televisivi e di Class TV Service da Class Editori, che detiene il 70,4% del capitale sociale di Telesia. L'operazione ha rappresentato per Telesia un'opportunità di rafforzamento della propria capacità di produzione di contenuti audiovisivi, con la possibilità di sviluppare sinergie ed efficienze di costo a beneficio della redditività complessiva della società. Inoltre, l'operazione è risultata in continuità con l'avvenuta acquisizione della partecipazione in Class CNBC, nel contesto di un più ampio programma di razionalizzazione delle attività televisive in un'unica direzione, facente riferimento a Telesia, ottimizzata sia dal punto di vista operativo che amministrativo. I ricavi consolidati sono quindi composti da ricavi di Class CNBC per 3,17 milioni di euro, di Telesia per 1,65 milioni di euro, e delle Corporate Tv (Class Tv Service e Class Servizi Televisivi) per 1,40 milioni di euro.

### Fatti di rilievo

Nel periodo l'attività si è concentrata in modo particolare sull'evoluzione della piattaforma WeCounter®, che consente di calcolare minuto per minuto, in prossimità di ogni schermo, l'audience presente negli ambienti che sono serviti dai network GO TV, Telesia Metro e Telesia Airport. Sono stati perfezionati diversi applicativi derivati da questa piattaforma: • Big Data Counter: primo strumento di certificazione delle pianificazioni pubblicitarie in mobilità, che utilizza metodologie di Business Intelligence e analisi dei dati; • WeCounter Plus: evoluzione dell'attuale piattaforma verso un'ancora maggiore precisione di rilevazione delle presenze; • PMA (People Moving Analyzer): ulteriore sviluppo di WeCounter® che agevola la gestione dei flussi di passeggeri fornendo informazioni puntuali circa l'affollamento in singoli vagoni, autobus e stazioni. Inoltre, si è concentrata l'attenzione su Programmatic e Neural Adver-

tising, con lo sviluppo di nuovi algoritmi che permettono di ottimizzare il palinsesto e di aumentare il ROI per gli investitori pubblicitari.

### Evoluzione della gestione

Stante l'attuale contesto internazionale, caratterizzato dagli effetti economici negativi del conflitto in Ucraina e dalla permanenza della pandemia, ogni previsione deve essere improntata alla prudenza. In ogni caso, in relazione all'attività dei canali GO TV, è incoraggiante l'andamento della raccolta pubblicitaria del 2° trimestre 2022 e dei mesi estivi (luglio +43% e agosto +35% rispetto agli stessi mesi del 2021). Anche Class CNBC mantiene nella prima parte del III trimestre una raccolta complessivamente in crescita del +22% rispetto ai primi 8 mesi del 2021. L'attività delle Corporate TV per la seconda parte dell'anno si prevede in continuità con i risultati già registrati nel primo semestre, in virtù dei contratti già stipulati con i principali clienti.

## Advertising On air nuovo spot di Old Wild West per i Magnifici 4 con creatività firmata Coo'ee

Il commercial è stato ideato e prodotto dall'agenzia creativa associata UNA e guidata dal CEO Mauro Miglioranzani

Dal 18 settembre è on air all'interno del palinsesto Mediaset il nuovo spot di Old Wild West. Il commercial è stato ideato e prodotto da Coo'ee, agenzia creativa asso-

ciata UNA e guidata dal CEO Mauro Miglioranzani. Old Wild West nasce nel 2002 e quest'anno compie 20 anni. Fa parte del gruppo Cigierre, che dal 1995 è il punto di riferimento nazionale nella gestione e nello sviluppo di ristoranti tematici multi etnici. Old Wild West porta un nuovo concetto di ristorazione, il casual dining, che coniuga gusto e divertimento. È infatti la prima catena nazionale di Burger

& Steak house in stile western. Lo spot promuove i Magnifici 4, i best seller di Old Wild West: Billy BBQ, Geronimo, Rancho Wrap e Santa Cruz Wrap. L'idea creativa è una ripresa soggettiva vista dalla parte del cliente, da chi sta per assaggiare i 4 prodotti, inquadrati con un superzoom tra le mani dei protagonisti. Lo slow motion delle riprese fa da contorno ai classici rumori di sottofondo del ristorante,



a chiusura il claim, una voice over che recita "Per certe cose non servono parole".