

Fatti vedere,
ovunque tu sia,
con **FLYERALARM**

TIPOGRAFIA ONLINE

Stampa quello che vuoi.
in 3 milioni di varianti.



Bilanci Telesia, cresce la raccolta adv nel 2022: GO TV +45% (primo bimestre 2023 +75%) e ClassCnbc +9%

Il CdA di Telesia, di cui sono C.D. Angelo Sajeva e Maurizio Brigatti, ha approvato i risultati al 31 dicembre 2022. Il bilancio consolidato 2022 redatto da Telesia ha allargato il suo perimetro di consolidamento. Oltre alla società Class CNBC acquisita al termine dell'esercizio 2019, nel 2022 è stato acquisito il 100 % del capitale sociale di Class Servizi Televisivi e di Class TV Servizi (Le Corporate TV).

Andamento della gestione

I ricavi consolidati operativi sono stati pari a 13,23 milioni di euro (9,72 milioni al 31 dicembre 2021) mentre i costi operativi sono stati pari a 12,29 milioni di euro (8,68 milioni nel precedente esercizio). Il margine operativo lordo (Ebitda), è positivo per 0,95 milioni di euro (1,03 milioni al 31 dicembre 2021). Lo sbilancio tra proventi e oneri non ordinari è stato positivo per 0,12 milioni di euro (0,14 milioni di euro al 31 dicembre 2021). Gli ammortamenti e svalutazioni sono stati pari a 0,89 milioni di euro (0,81 milioni di euro al 31 dicembre 2021). Il risultato operativo (Ebit), è positivo per 0,17 milioni di euro (0,36 milioni di euro al 31 dicembre 2021). Lo sbilancio tra proventi e oneri finanziari netti è negativo per -0,36 milioni di euro (-0,35 milioni di euro al 31 dicembre 2021) determinando un risultato ante imposte negativo per -0,18 milioni di euro (+0,01 milioni di euro al 31 dicembre 2021). Il risultato consolidato dell'esercizio, al netto delle imposte e della quota parte dell'utile attribuibile a



Ricavi consolidati a 13,23 milioni di euro, Ebitda a 0,95 milioni. Dal 16 marzo è in onda UpTv, il nuovo canale televisivo per l'audience in mobilità

terzi è stato negativo per -0,31 milioni di euro (-0,13 milioni di euro al 31 dicembre 2021). La posizione finanziaria netta del gruppo Telesia presenta alla data del 31 dicembre 2022 un saldo negativo pari a 1,00 milioni di euro, rispetto alla precedente posizione al 31 dicembre 2021 di 5,2 milioni di euro. Parte della riduzione dell'indebitamento finanziario è relativa a Class CNBC e si deve al perfezionamento della Manovra Finanziaria con gli Istituti di Credito sottoscritta in data 17 ottobre 2022 dalla capogruppo Class Editori e divenuta efficace in data 20 dicembre 2022. Il Capitale Circolante Netto al 31 dicem-

bre 2022 ammonta a 2,70 milioni di euro (9,34 al 31 dicembre 2021), con un'evoluzione determinata principalmente dalla diminuzione dei crediti vantati dal Gruppo Telesia verso Class Pubblicità. Tali crediti sono stati utilizzati da Telesia in relazione al pagamento del prezzo relativo all'acquisizione delle Corporate TV, come descritto nel comunicato stampa del 24 marzo 2022. Il patrimonio netto del Gruppo Telesia al 31 dicembre 2022 ammonta a 15,03 milioni di euro (15,31 al 31 dicembre 2021).

Attività del Gruppo

La principale fonte di ricavi del Gruppo è rappresentata dalla TV

e dalla linea GO TV, la cui raccolta pubblicitaria è affidata in esclusiva a Class Pubblicità. Le attività del gruppo si compongono di Telesia e Class CNBC, con una forte sinergia di contenuti giornalistici e informativi. Telesia opera nel settore dei media digitali e delle tecnologie multimediali. Leader nel segmento della GO TV, la società realizza e gestisce network multimediali diffusi su tutto il territorio italiano: trasmette negli aeroporti (Telesia Airport), nelle stazioni metropolitane (Telesia Metro), a bordo dei bus e dei treni di metrò (Telesia Bus e Telesia Train) delle principali città italiane. L'attuale network conta circa 4.800 schermi installati in circa 660 location. Inoltre (linea di attività denominata Sistemi), la società realizza e fornisce sistemi hi-tech e soluzioni di comunicazione multimediale audio-video, avva- ▶



lendosi delle migliori tecnologie disponibili. Telesia sta attuando un sostanzioso piano di rilancio e recupero aziendale. Il rilancio della società verte su tre direttrici importanti: Revamping degli impianti e dell'infrastruttura per rendere sempre più visibile e riconoscibile il brand Telesia ed aumentarne ulteriormente la notorietà; nuovo palinsesto televisivo con il rinnovamento e trasformazione della GO TV (vedere paragrafo successivo); nuova organizzazione interna. Le azioni e le attività previste dalle linee guida strategiche per il triennio sono state avviate già nell'ultimo periodo del 2022 e sono nella piena esecuzione operativa.

Highlights di Telesia

Ricavi: 4,11 milioni di euro (3,46 milioni di euro al 31 dicembre 2021), Ricavi da pubblicità GOTV: 3,48 milioni di euro (2,36 milioni di euro al 31 dicembre 2021); con un aumento del + 45 % rispetto all'esercizio precedente Ricavi linea Sistemi: 0,18 milioni di euro (0,41 milioni di euro al 31 dicembre 2021) Ebitda: positivo per 0,39 milioni di euro (0,47 milioni del 2021) Risultato netto: - 111 mila euro (-122 mila euro al 31 dicembre 2021)

Highlights di Class CNBC

Ricavi: 6,99 milioni di euro (6,32 milioni di euro nel 2021) Ebitda: 0,64 milioni di euro (0,57 milioni di euro nel 2021) Ebit: 0,36 milioni di euro (0,55 milioni di euro nel 2021) Risultato netto: 45 mila euro (329 mila euro nel 2021)

Corporate TV

Le società Class TV Service e Class Servizi Televisivi hanno proseguito nello sviluppo dei servizi di Corporate Television rivolti in particolare a istituti di credito e assicurazioni, registrando nell'anno una crescita del fatturato cumulato da 2,61 milioni di euro del 2021 a 2,72 milioni di euro nel 2022.

UpTV – Il nuovo canale televisivo di Telesia

Nella sera del 16 marzo 2023, Telesia ha lanciato UpTV, il nuovo canale televisivo dai contenuti esclusivi che accompagna le audience che sono in mobilità, sempre più ricercate dalle aziende per la comunicazione di prodotto. Una tv che si inserisce nella videostategy delle cosiddette connected tv e delle piattaforme digitali, ricca di idee e soprattutto di volti, fruita nei luoghi in cui le persone si incontrano e vivono

la loro quotidianità. Una audience di quasi 10 milioni di spettatori unici ogni mese, distribuita su tutto il territorio nazionale, a cui UpTV offre il suo palinsesto, studiato nel rispetto della mission di sempre, figlia dell'esperienza di Telesia e dei media di Class Editori: informare, aggiornare, intrattenere. UpTV si colloca nel panorama più innovativo del mercato dell'informazione e dell'industria televisiva grazie a BigData-Counter, il più sofisticato tool di analytics presente sul mercato, in grado di certificare l'audience di UpTV in tempo reale. Uno strumento che offre una risposta precisa all'esigenza degli investitori pubblicitari che necessitano di audience mirate e di misurare con precisione l'impatto pubblicitario delle campagne.

Evoluzione prevedibile della gestione

Pur nel permanere del quadro di instabilità, reso più intenso dalla politica di voluto innalzamento dei tassi e delle crisi bancarie internazionali del mese di marzo, i canali GoTV di Telesia registrano nei primi due mesi dell'anno commerciale (gennaio-febbraio 2023) una raccolta pubblicitaria in segno fortemente positivo (+75% circa) rispetto all'analogo

periodo del 2022; inoltre, in attesa di una auspicata stabilizzazione del quadro economico, la Società si sta concentrando, come accennato prima, sulla valorizzazione dei propri assets più importanti. Per quanto riguarda Class CNBC, nel contesto descritto, in cui le grandi reti nazionali hanno applicato tariffe pubblicitarie sempre più basse, la società riesce a proseguire la sua crescita anche grazie alla componente delle creative solutions e degli eventi digitali. Il miglioramento dei risultati pubblicitari – principale fonte di ricavo della società – registrati dal canale negli ultimi esercizi conferma la capacità di reazione di Class CNBC, che sta fronteggiando questo trend di mercato con una serie di iniziative volte sia a una continua riduzione delle spese operative sia alla diversificazione di prodotto all'interno del proprio ambito di competenza. In relazione all'attività delle Corporate TV, l'attuale struttura dei ricavi è fortemente correlata ai principali contratti attivi in essere, mentre l'acquisizione di nuova clientela è resa difficile dalla situazione congiunturale descritta, soprattutto nel settore bancario, tradizionale bacino di utenza delle due società.

Il gadget a cui pensavi è subito da te, con FLYERALARM

TIPOGRAFIA ONLINE

Stampa ciò che vuoi e ricevalo in tempi brevissimi.

