



SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 0489-37-2017	Data/Ora Ricezione 20 Novembre 2017 08:26:54	MTA
--	--	-----

Societa' : Netweek S.p.A.

Identificativo : 96197

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : MAILN04 - Cristofori

Tipologia : REGEM

Data/Ora Ricezione : 20 Novembre 2017 08:26:54

Data/Ora Inizio : 20 Novembre 2017 08:26:54

Diffusione presunta

Oggetto : Netweek Spa - Approvato piano industriale
2017-2020

Testo del comunicato

Vedi allegato.

COMUNICATO STAMPA

NETWEEK: APPROVATO PIANO INDUSTRIALE 2017-2020

Merate, 20 novembre 2017 - Il Consiglio di Amministrazione di Netweek S.p.A., società quotata al MTA, ha approvato all'unanimità il nuovo Piano Industriale 2017-2020, con l'obiettivo di ampliare l'offerta multimediale del Gruppo e permettere una crescita duratura dei volumi in uno stabile equilibrio economico-finanziario.

I target sintetici del Piano Industriale al 2020 sono i seguenti:

TARGET 2020

RICAVI	circa 34 milioni di euro con un CAGR del 5%
EBITDA MARGIN	10% (attualmente 3%)
MINORI COSTI	circa 6 milioni nell'orizzonte di piano
CASH FLOW	circa 4 milioni nell'orizzonte di piano
PFN	azzeramento dei debiti finanziari

“Siamo molto soddisfatti dell'approvazione del nuovo Piano Industriale, al quale abbiamo lavorato con impegno e passione. Riteniamo che sia lo strumento più appropriato per riprendere un cammino di crescita e di generazione di valore per i nostri azionisti” ha dichiarato Alessio Laurenzano, presidente di Netweek. *“A partire dalle linee guida fissate in questo documento, il Gruppo potrà avviare un percorso caratterizzato dalla forte innovatività dei prodotti, sempre più digitali, e dalla vicinanza ai clienti, con un'offerta molto focalizzata sui territori locali”.*

Il Piano Industriale si articola su cinque leve fondamentali:

1) Aumento capillarità territoriale

In anticipo di circa un anno rispetto alle ipotesi previste dal precedente piano di concordato, si completerà la prima fase di espansione territoriale con il lancio di 10 nuove edizioni settimanali locali (2° semestre 2016 - 1° trimestre 2018).

Entro l'orizzonte di piano è inoltre previsto il lancio di ulteriori 4 testate arricchendo la copertura territoriale sul territorio Veneto, Piemontese e Toscano.

2) Sviluppo dell'offerta digitale

Conclusione del progetto di rilancio dei giornali *online* con la creazione di 27 portali *Web* che raggruppano e riorganizzano la nostra presenza territoriale, creando le premesse per la costruzione del più importante *network* digitale di informazione locale con un obiettivo al 2020 di raggiungere il *target* di 25 milioni di pagine viste al mese.

Ampliamento dell'offerta digitale, integrando alla vendita tradizionale dei *banner* una soluzione strutturata per piani di consulenza di *marketing* digitale da offrire alle piccole e medie imprese, nonché lo sviluppo di piattaforme di *e-commerce*.

3) Sviluppo rete commerciale

Come anticipato nei precedenti punti, l'ampliamento dell'offerta cartacea e digitale permetterà di ampliare la base clienti e rivitalizzare clienti inattivi da molti anni. Sull'attuale portafoglio clienti è stata recentemente condotta un'analisi puntuale di arricchimento informativo ed aggiornamento del *database*. Ciò consentirà di introdurre circa 30 nuovi agenti sull'orizzonte di piano al fine di migliorare la copertura territoriale.

4) Riduzione dei costi

Riorganizzazione del comparto redazionale grafico-giornalistico nelle 40 redazioni che produrrà un *saving* del costo del personale mediante l'accentramento di alcune funzioni e ricorrendo a trattamenti di integrazione salariale.

Riduzione, inoltre, dei costi industriali fissi e variabili con particolare riferimento ai servizi di stampa e di approvvigionamento di materie prime grazie alla rinegoziazione dei contratti di fornitura con primari operatori.

È prevista la generazione di un *saving* operativo su base annua di oltre 1 milione di Euro.

5) Lancio degli allegati

Al fine di ampliare l'offerta di prodotti, sia ai lettori che agli inserzionisti pubblicitari, verranno lanciati dei *magazine* mensili allegati gratuitamente ai giornali locali; la prima iniziativa "In Casa" è stata lanciata nel giugno 2017 con un ottimo successo in termini di raccolta pubblicitaria. Nel corso del 2018 verranno lanciati ulteriori prodotti tematici quali "In Cucina", "In Salute" e "In Motore".

Non sono previste nel presente Piano Industriale acquisizioni o iniezioni di liquidità derivanti da aumenti di capitale. Il cash flow generato dalla gestione congiuntamente alle linee di credito a disposizione sono infatti sufficienti sia per sostenere la crescita sia per ridurre progressivamente i debiti finanziari nell'orizzonte di piano.

Il Piano Industriale nasce al termine di una profonda ristrutturazione del comparto aziendale, culminata con la rifocalizzazione del *business* nel settore dell'editoria locale dove la società ricopre un ruolo di *leadership* consolidata ormai da diversi anni, che unitamente all'esecuzione di un aumento di capitale di oltre 16 €/Milioni ha permesso di ripristinare un adeguato equilibrio finanziario.

Nel corso del 2017 l'azienda ha infatti esteso la propria capillarità, dapprima attraverso l'acquisizione di due testate *leader* nella provincia di Novara e Biella e, successivamente, proseguendo il proprio progetto di espansione territoriale nel nord-est, in particolare in Veneto, attraverso il lancio di 4 nuove testate che andranno a regime nell'arco del prossimo biennio.



A seguito dei test condotti nei mesi di giugno e luglio su nuovi *concept* editoriali, c.d. verticali tematici, la Società ha programmato il lancio di prodotti tematici in grado di abbracciare nuovi segmenti commerciali (*beauty, fitness, salute, casa, motori, cucina*) che, allegati ai prodotti tradizionali, permetteranno di soddisfare più compiutamente le esigenze comunicative delle aziende ponendo Netweek quale interlocutore a 360° della micro/piccola impresa locale.

Il 2017 si è altresì caratterizzato per un'attenta rifocalizzazione e potenziamento della *business unit* digitale, sia attraverso il *restyling* dei portali di informazione sia attraverso lo sviluppo di servizi di *web advertising* nonché la creazione e gestione di siti *web* da offrire ai nostri clienti.

Ciò ha permesso al Gruppo di contrastare la congiuntura sfavorevole che ha colpito il settore dell'editoria, crisi che nei primi dieci mesi del 2017 ha fatto registrare a livello nazionale un calo delle vendite edicola dei periodici del -9% e dei ricavi pubblicitari del -6%; la bontà dell'operato e la solidità del proprio modello di business è dimostrata dai dati incoraggianti di Netweek che nei primi dieci mesi del 2017 mostra una decrescita inferiore dei ricavi edicola del -6% ma soprattutto un miglioramento incremento dei ricavi pubblicitari del +5,8%.

Il modello di *business* attuale, basato prevalentemente su prodotti editoriali tradizionali e di contenuto generalista non consentirebbe nel medio periodo di confermare la marginalità attuale in considerazione di un mix di nuovi prodotti che presenta una marginalità inferiore e richiede consistenti investimenti per lo sviluppo ed il lancio. Si è reso necessario, dunque, abbassare il punto di pareggio riducendo i costi fissi, in particolare quelli per il personale, in attesa che i nuovi progetti editoriali raggiungano livelli di marginalità coerenti con quelli tradizionali.

Il Gruppo ha quindi elaborato un nuovo Piano Industriale 2017-2020 avente quale obiettivo principale il miglioramento e la stabilizzazione nel tempo della profittabilità arricchendo il proprio portafoglio prodotti, che attualmente si compone di circa 60 prodotti editoriali locali di informazione ed oltre 450 edizioni speciali allegate, con ulteriori strumenti di informazione cartacea e digitale focalizzata su quei segmenti commerciali ritenuti propulsivi per la raccolta pubblicitaria (il *beauty & wellness*, la *cucina* e la *casa*, il *segmento femminile* in generale) attualmente poco esplorati.

La documentazione è disponibile in formato elettronico sul sito *internet* della Società www.dmailgroup.it.

* * *

NETWEEK S.p.A.

Massimo Cristofori

Investor Relator

Tel. 039-9989234

investor.relations@dmailgroup.it

Comin&Partners

Riccardo Acquaviva

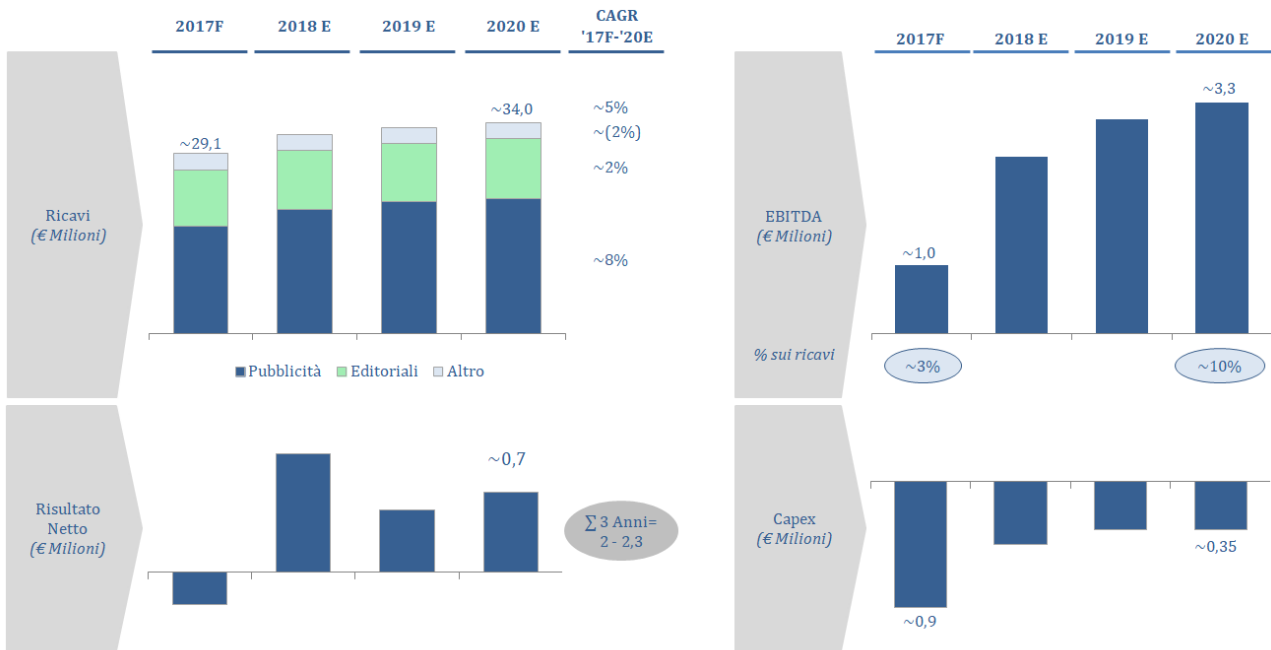
Relazioni con i media

Cell. 348 0811485

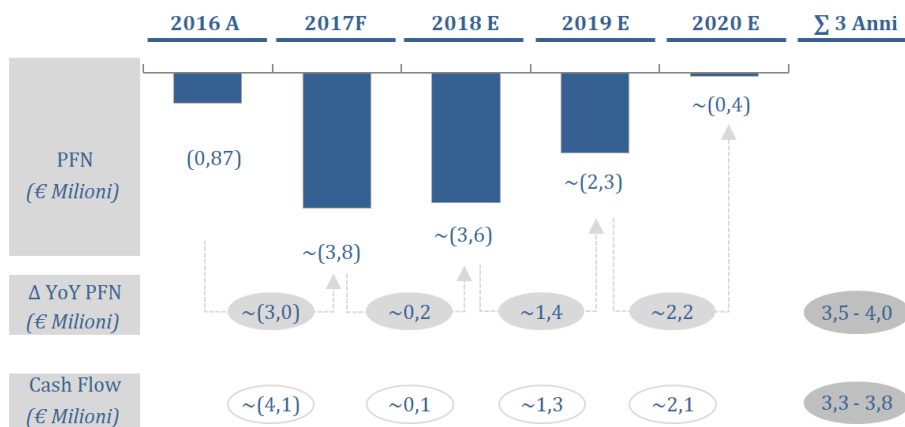
riccardo.acquaviva@cominandpartners.com

ALLEGATI

Conto economico: highlights



Posizione Finanziaria Netta: Evoluzione 2017F - 2020E



Fine Comunicato n.0489-37

Numero di Pagine: 6