

SEIF SOCIETÀ
EDITORIALE
IL
FATTO



27 maggio 2019

AIM Italia Conference

Company Presentation

Riservato e confidenziale

Executive Summary

Una Media Company con approccio Data Driven

SEIF è una media company indipendente editrice di diversi prodotti editoriali e multimediali.

Negli ultimi anni la società ha intrapreso un percorso di diversificazione del proprio portafoglio prodotti, con l'obiettivo di trasformarsi, da società editoriale tradizionale, in una Media Company a 360 gradi, specializzata nella produzione e diffusione integrata di contenuti a mezzo stampa, TV, Web e App.

Gamma di prodotti diversificata

La testata cartacea
Il Fatto Quotidiano



Core business storico
della società

Il sito Internet
ilfattoquotidiano.it



I libri della
casa editoriale



Il Mensile FQ
Millennium



Diversificazioni del business frutto dell'evoluzione negli anni,
verso la trasformazione in una società di publishing a 360°

Contenuti video
per la TV e per il
Web



Con Loft, SEIF è diventata
una Media Company a
tutti gli effetti

Approccio Data Driven

Engagement clienti

Profilazione utenti

Fidelizzazione

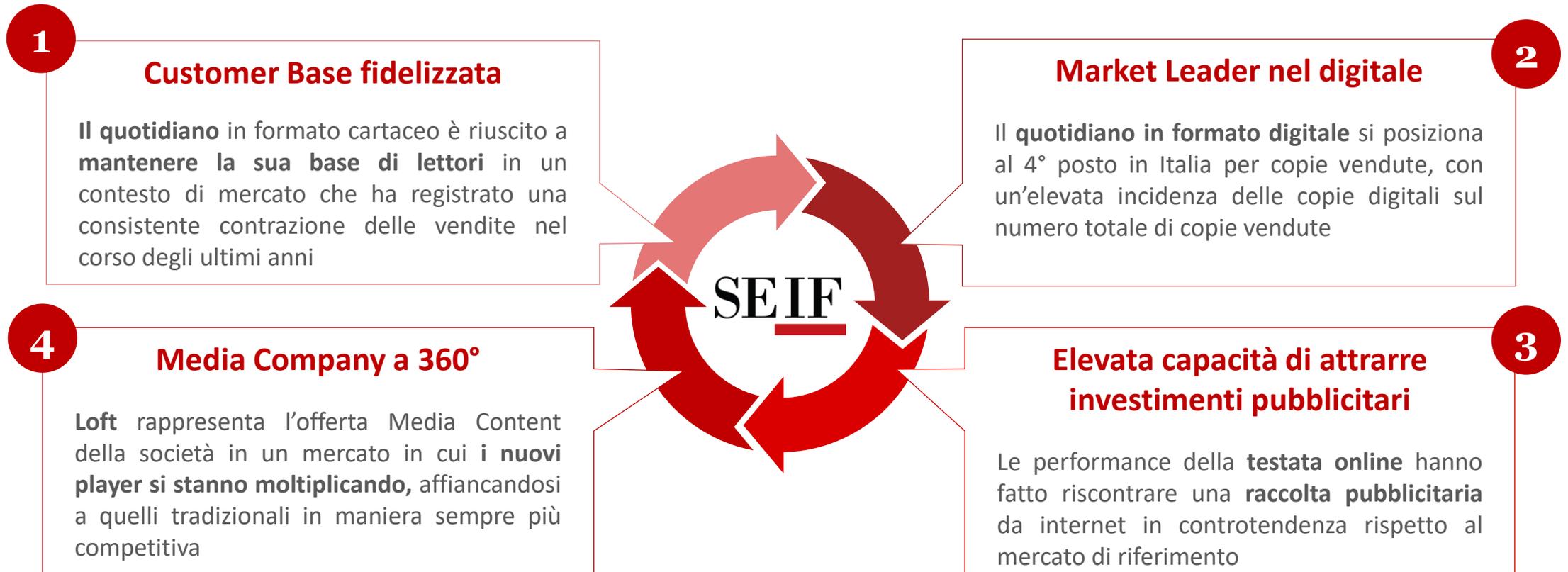
Identificazione sempre più precisa della composizione della clientela con l'obiettivo di offrire soluzioni e prodotti sempre più personalizzati, per ampliare la base di utenti e introdursi in nuovi segmenti di mercato.

Da società editoriale tradizionale a Media Company



Punti di forza

SEIF sta affrontando la sfida della rivoluzione digitale e della cross-medialità degli utenti con l'offerta di una gamma eterogenea di prodotti e servizi, che include tutte le modalità di fruizione dell'informazione.



Profilo societario

Divisioni di business e portafoglio prodotti

La società opera sul mercato attraverso due divisioni: la divisione «**Publishing**», che include quotidiano cartaceo e digitale, testata online, mensile, e collana libri, e la divisione «**Media Content**» dedicata alla produzione di contenuti televisivi.

Divisione Publishing

Quotidiano

Il quotidiano viene venduto sia in formato cartaceo che in formato digitale e rappresenta la principale fonte di ricavi della Società.

- Diffusione cartacea e digitale 2018: **33.373**
- Diffusione digitale 2018: **13.346**
- Abbonati al quotidiano cartaceo e digitale: **19.000** (di cui 1.700 a Mya tramite App Store)
- Giornalisti: **49**
- Direttore: **Marco Travaglio**

Sito Internet

Ilfattoquotidiano.it è uno di siti di news più visitati in Italia. Si posiziona come testata online adatta a una fruizione via web o con mobile device, e presenta contenuti diversi dal giornale.

- Browser unici medi al 03.2019: **25,2 mln**
- Utenti unici nel giorno medio 03.2019: **1,9 mln**
- Pagine viste al mese: **152 mln**
- Abbonati alla sezione Premium al 31.08: **6.000**
- Giornalisti: **22**
- Direttore: **Peter Gomez**

Libri

Paper First è la casa editrice della società, attualmente tra le più performanti realtà del panorama editoriale italiano. Presente sia in libreria sia in edicola, ha al suo attivo circa 30 pubblicazioni.

- Anno di nascita: **2016**
- Pubblicazioni: **30**
- Responsabile: **Marco Lillo**

Mensile

FQ Millennium è il mensile diretto da Peter Gomez. Ogni numero approfondisce un tema portante con rubriche di grandi firme, reportage fotografici, inchieste, focus e interviste.

- Anno di nascita: **2017**
- Pubblicazioni: **19**
- Responsabile: **Peter Gomez**

Divisione Media Content



LOFT è il ramo di produzione televisiva che ha la finalità di vendere format e documentari a emittenti terze e che si occupa della produzione e distribuzione di spettacoli e organizzazione di eventi.

LOFT è anche una piattaforma online per la vendita di contenuti televisivi in abbonamento su app e sul sito www.iloft.it.

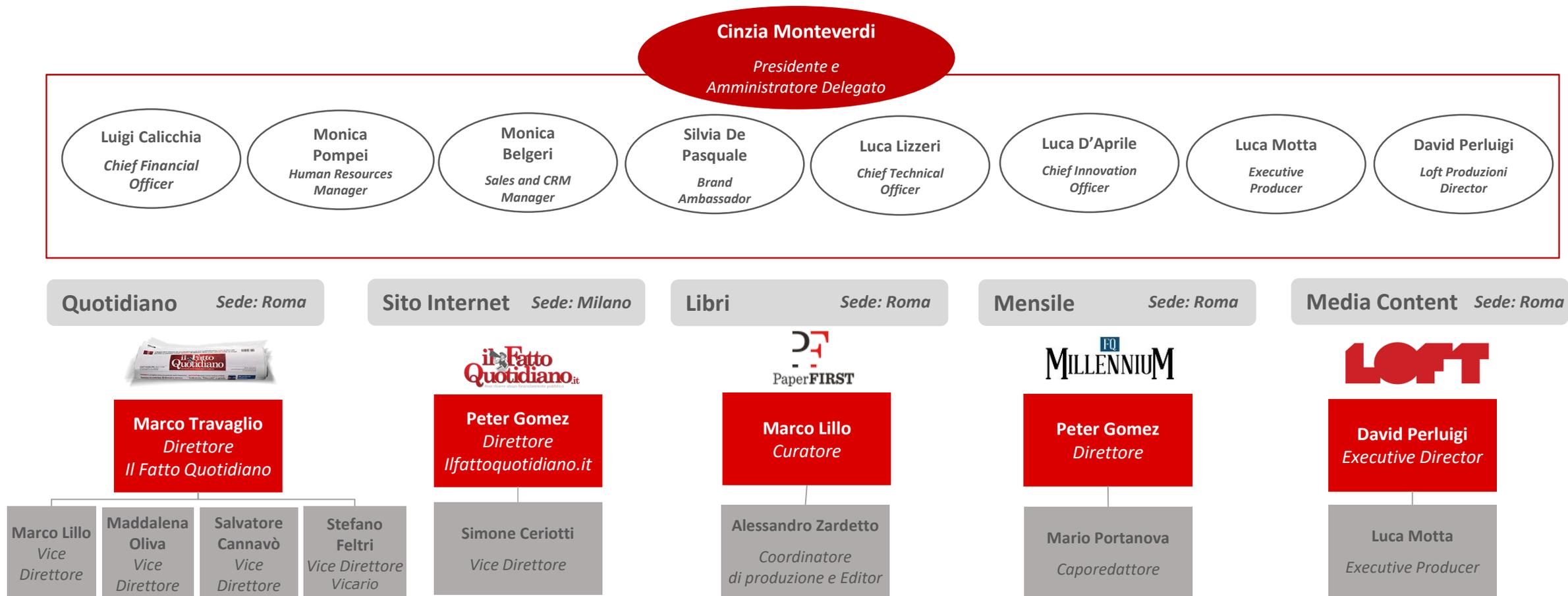
All'interno della sede della Società sono presenti gli studi televisivi e un'intera area dedicata a tutte le fasi di produzione, incluse anche sale montaggio, audio color correction, regia e redazione.

Canali

- Applicazione online (su abbonamento)
- Emittenti televisive (vendita di format)
- Canale Facebook (product placement)

Management e organigramma delle business unit

Recentemente la società ha previsto l'inserimento nell'organigramma di due nuove figure manageriali con l'obiettivo di implementare l'approccio Data Driven e di guidare il percorso di crescita della divisione Media Content.



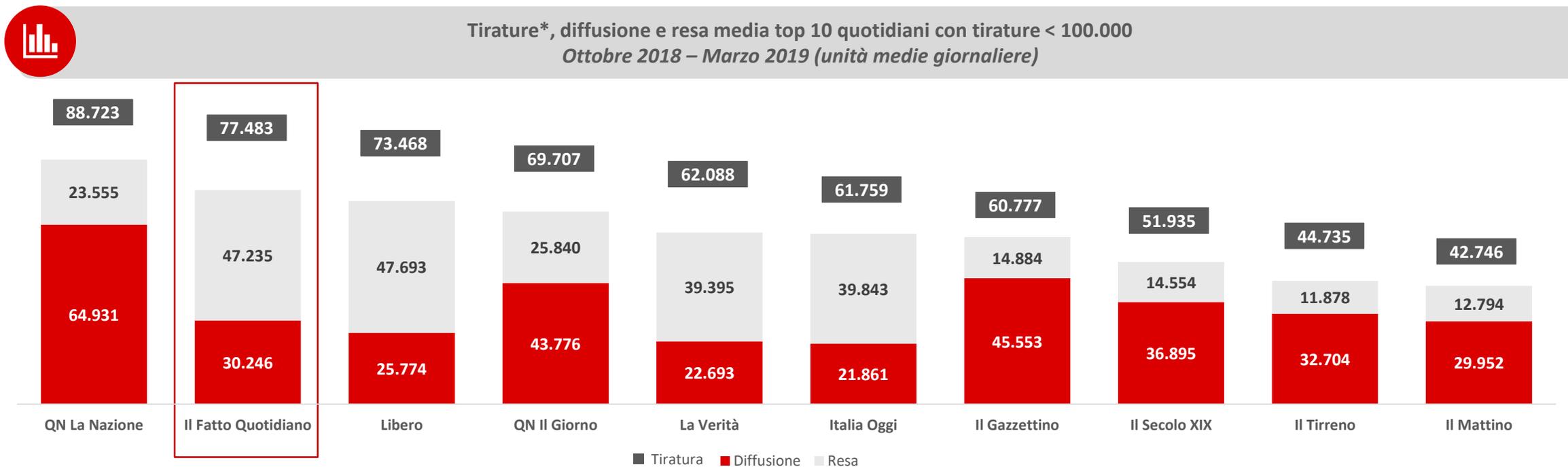
Fonte: Management

Modello di business

Posizionamento tra i player del settore - Il Fatto Quotidiano (formato cartaceo)



Con una tiratura di 77.483 copie e una diffusione di 30.246 copie, Il Fatto Quotidiano si posiziona al **2° posto** nella classifica dei player al di sotto delle 100.000 copie di tiratura media giornaliera.



Per garantire la copertura capillare su tutto il territorio, i quotidiani presenti a livello nazionale hanno un livello medio di resa strutturalmente superiore rispetto ai quotidiani locali

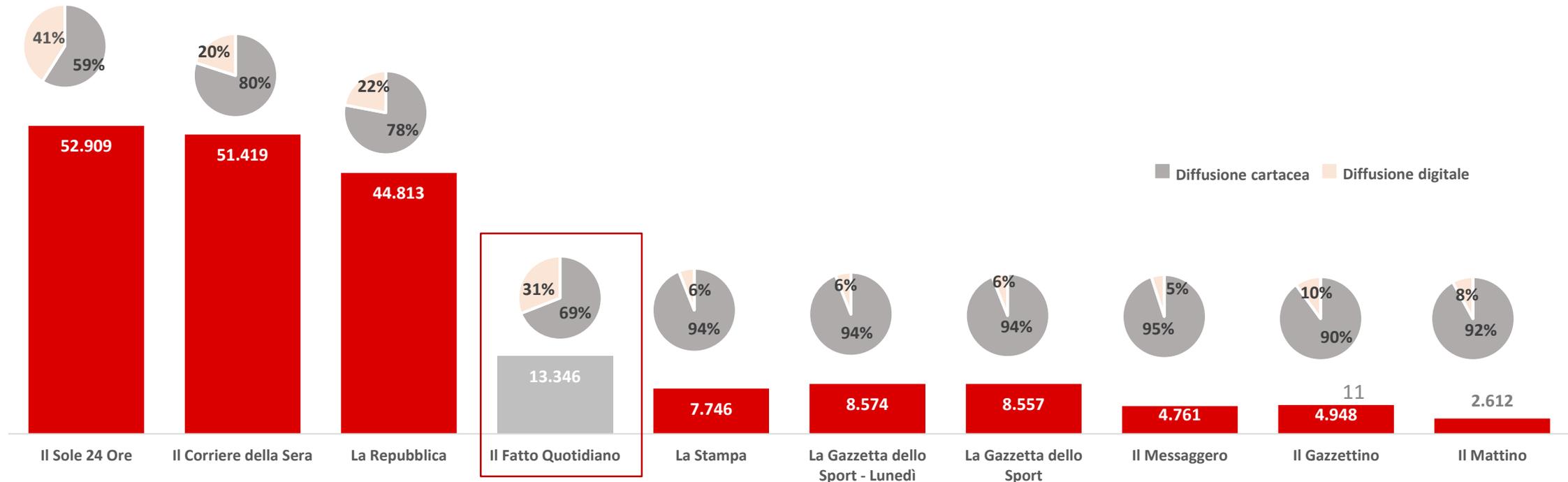
*Il delta tra la tiratura e la somma di diffusione e resa è costituito dalle copie destinate ad usi marginali (copie destinate agli archivi dell'editore, giustificativi di pubblicità, scorte, ecc.)



Posizionamento tra i player del settore - Il Fatto Quotidiano (formato digitale)

Il quotidiano in formato digitale, nel corso degli ultimi anni, ha registrato un'incidenza delle copie digitali sul totale delle copie distribuite superiore ai principali player del mercato. Oggi Il Fatto Quotidiano è la **quarta testata in Italia** per diffusione percentuale di copie in formato digitale

 Vendita media copie digitali primi 10 quotidiani *ottobre 2018 – marzo 2019 (unità medie giornaliere digitali)*

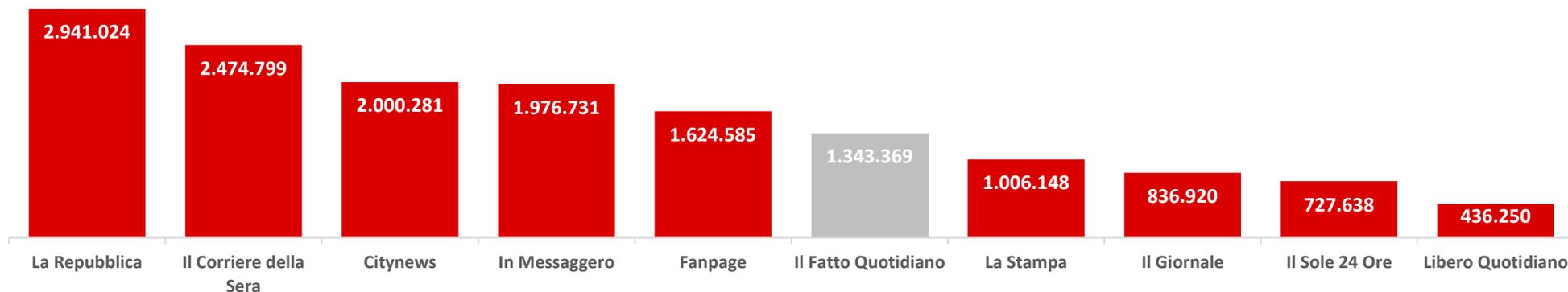


Fonte: Accertamenti Diffusione Stampa
Dati copie digitali vendute al netto delle copie multiple
% su totale copie pagate + abbonamenti digitali al netto delle copie multiple

Posizionamento tra i player del settore – Il sito internet



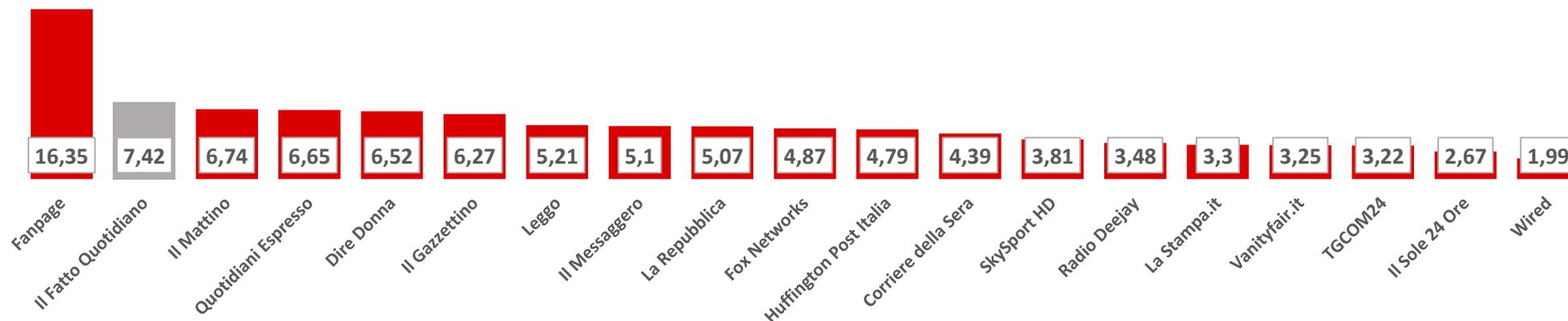
Audience online nel giorno medio Novembre 2018 (utenti unici online)



Il Fatto Quotidiano è la **6° testata online** in Italia per utenti unici online nel giorno medio (esclusi i siti di news sportive)



Principali marchi editoriali per navigazione in-app browsing su Facebook
Ottobre 2017 – Pagine per persona



Il Fatto Quotidiano è la **2° testata online** per numero di pagine visitate al giorno per persona attraverso Facebook

Paper First e FQ Millennium: overview

La pubblicazione della collana di libri **Paper First** e del mensile **FQ Millennium** fa parte della strategia della società di diversificazione e contribuisce ad accrescere la visibilità di SEIF.



Marco Lillo

Curatore Responsabile

- Nata nel 2016, **Paper First** è la casa editrice del Fatto Quotidiano e vanta al suo attivo oltre **30 pubblicazioni**, di cui diversi Best Seller (*Renzusconi* e *Salvimaio* di Andrea Scanzi, *B. Come basta!* di Marco Travaglio, *Padrini fondatori* di Marco Travaglio e Marco Lillo)
- La collana di libri, presente sia in libreria sia in edicola, spazia dalla corruzione e il malaffare all'analisi dei più discussi temi del momento, senza tralasciare i protagonisti della scena politica



Peter Gomez

Curatore Responsabile

- **FQ Millennium** è il mensile da collezione, stampato su carta pregiata. Un monografico aperto, con un tema centrale approfondito in tutte le sue sfaccettature
- FQ Millennium ha una **tiratura mensile media di 86.000 copie**, ed è in edicola il primo sabato di ogni mese in abbinamento obbligatorio con il Fatto Quotidiano (FQ Millennium **€2,40** + Il Fatto Quotidiano **€1,50**) e nei giorni successivi solo FQ Millennium al prezzo di **€3,90**



Media Content: LOFT

Mission

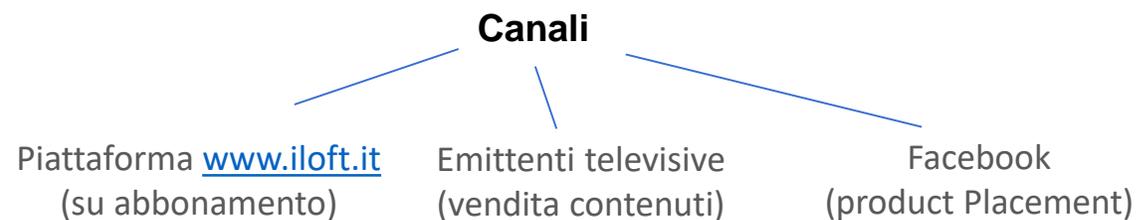
Consolidare il target a cui si rivolgono i tradizionali prodotti editoriali della società, e raggiungere, attraverso la produzione di contenuti televisivi, anche un target differente

Target

- Utenti che non leggono il quotidiano ma sono interessati ai contenuti video
- Utenti che non sono vicini ai contenuti editoriali del Fatto Quotidiano ma sono interessati ai contenuti televisivi di attualità e cronaca

Elementi distintivi

- Alta qualità dei contenuti
- Produzioni esclusive
- Efficienza produttiva
- Studi televisivi interni di proprietà



Filiera di produzione



Media Content: palinsesto 2017 – 2018

Programmi prodotti

La Confessione

con Peter Gomez



Balle Spaziali

con Marco Travaglio



Opinion Leader

con Selvaggia Lucarelli



SEKRET

con Marco Lillo



Accordi & Disaccordi

con Andrea Scanzi e Luca Sommi



Belve

con Francesca Fagnani



L'Orizzonte lontano

con Alessandro di Battista



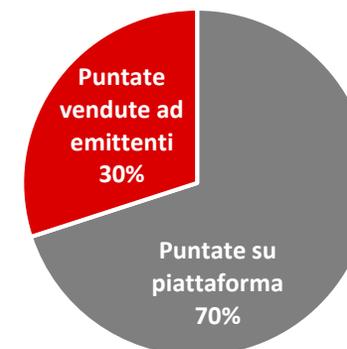
The Match

con Andrea Scanzi



Breakdown puntate prodotte – Stagione 2017 / 2018

279
puntate
totali



Emittenti che hanno acquistato i programmi di Loft Produzioni

A+E
NETWORKS™
ITALIA

NOVE

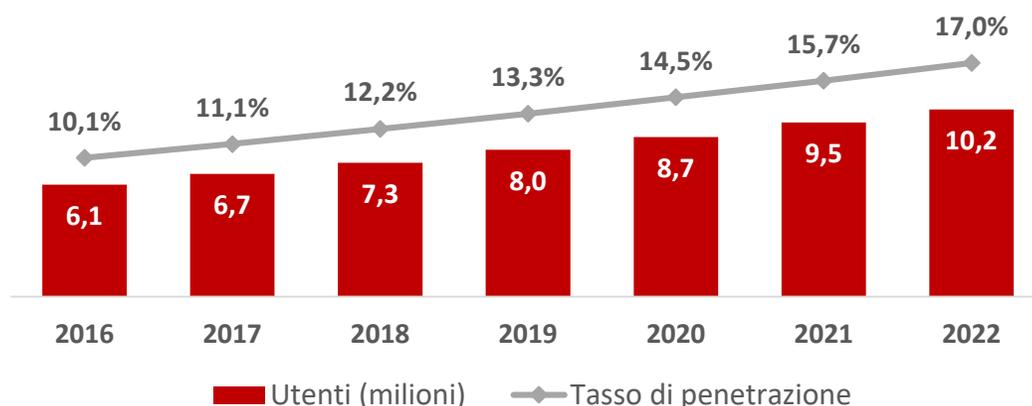
Media Content: trend piattaforme streaming



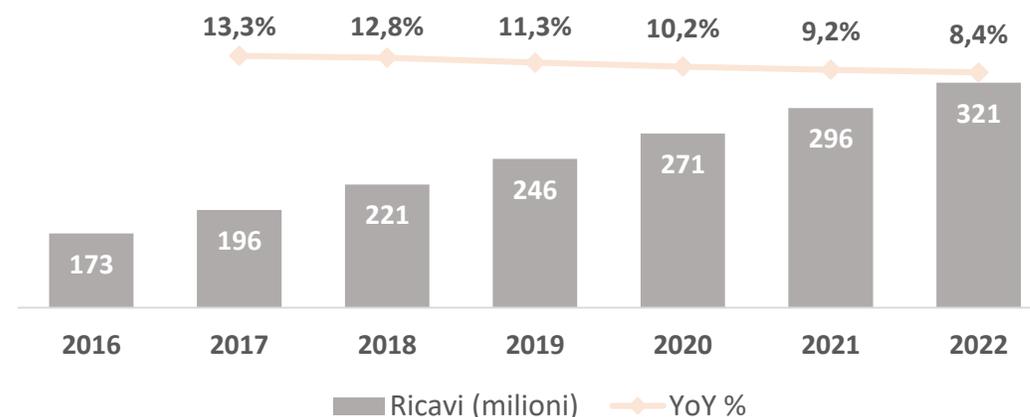
Negli ultimi anni lo scenario televisivo italiano è radicalmente cambiato in seguito all'ingresso di nuovi operatori che rappresentano il target ideale per la vendita dei contenuti televisivi LOFT. In Italia i nuovi operatori stanno crescendo a doppia cifra anche attraverso la produzione di contenuti di nicchia e di approfondimento.

- I trend futuri del mercato SVOD prevedono il consolidamento della crescita dell'utilizzo delle piattaforme online sia da parte degli utenti che si trovano nel periodo di prova gratuita sia da parte degli utenti che utilizzano le piattaforme free
- Si prevede inoltre un'ulteriore sviluppo dell'offerta video OTT, sia con l'ingresso di nuovi player sia con il rafforzamento di alcune delle piattaforme esistenti

Sottoscrittori SVOD in Italia 2016 – 2022



Ricavi e YoY% SVOD in Italia 2016 - 2022

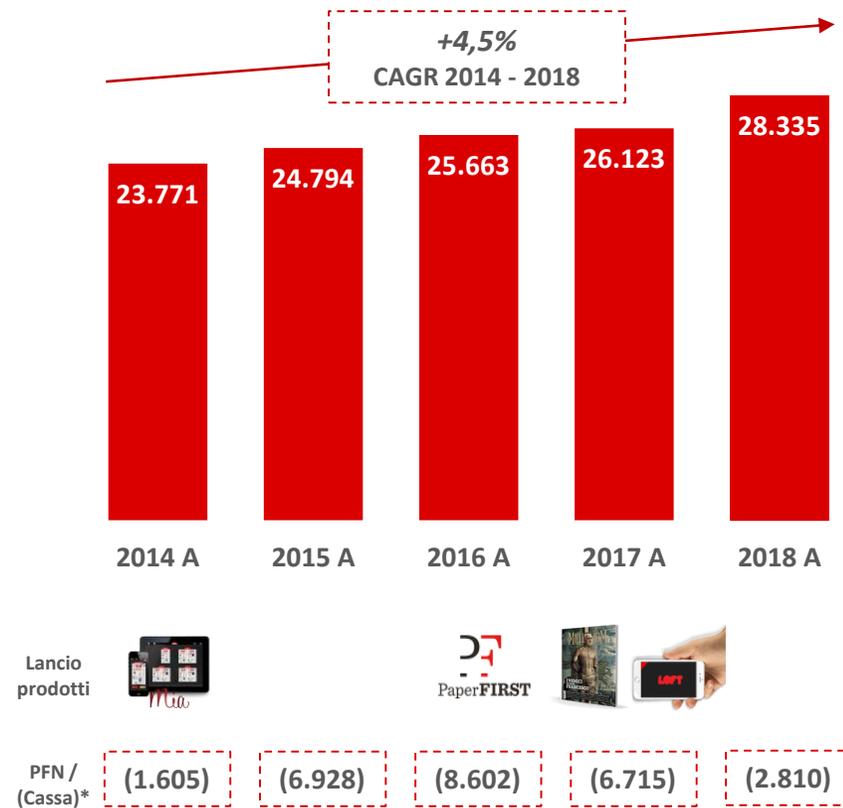


Dati finanziari

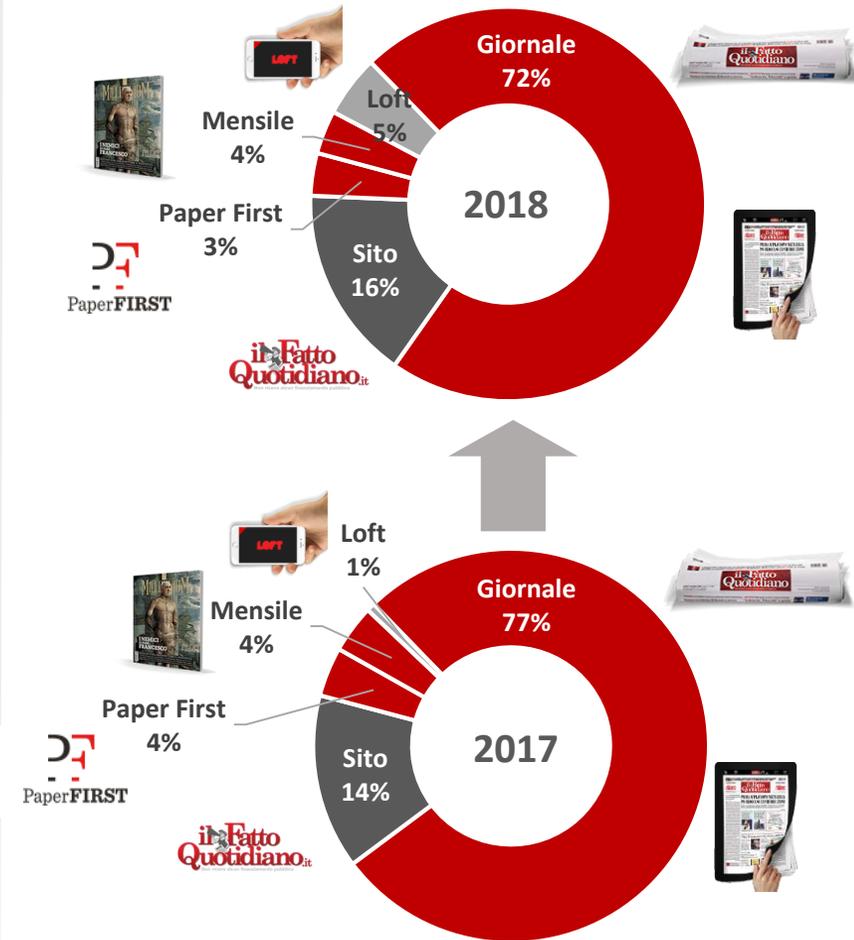
Key Financials Highlights

Il Management ritiene che la componente Media Content possa rappresentare parte rilevante del giro d'affari nei prossimi anni

Ricavi – 2014A / 2018A (€ '000)



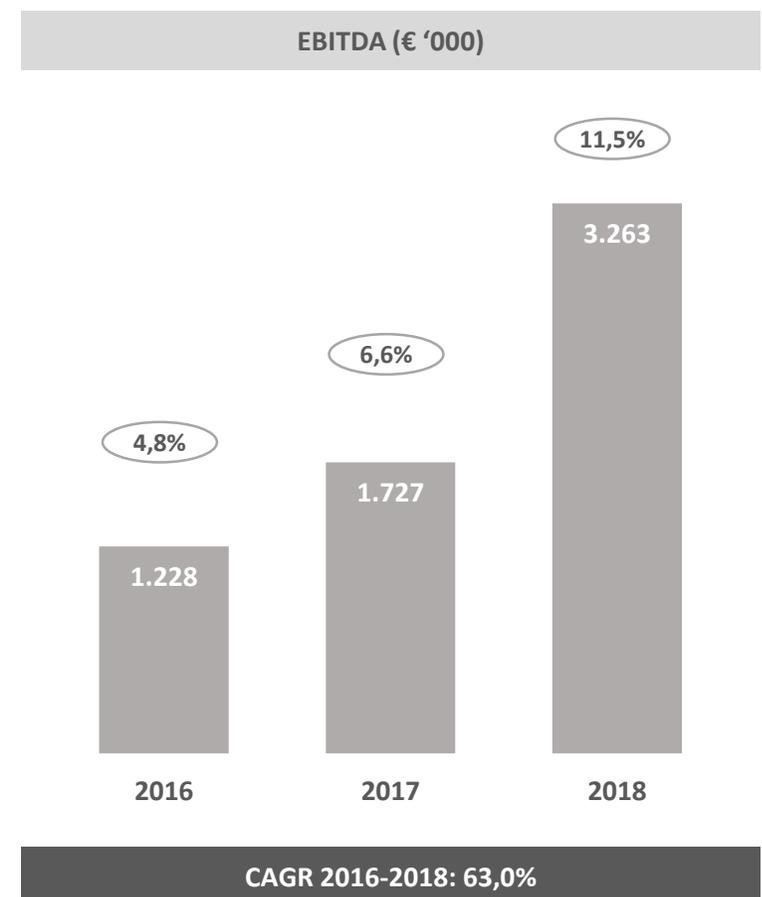
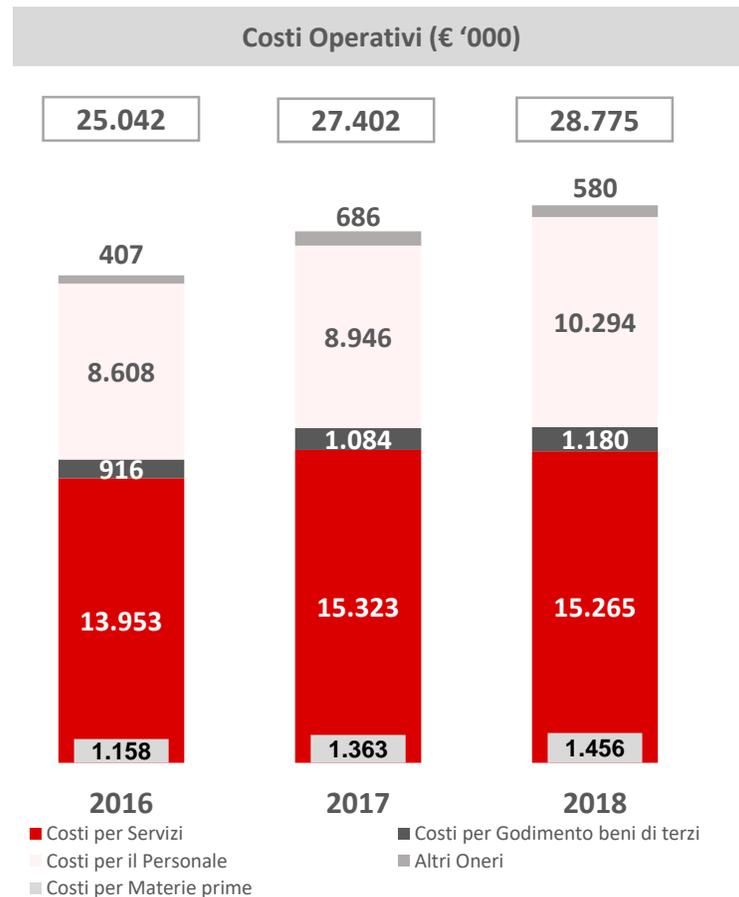
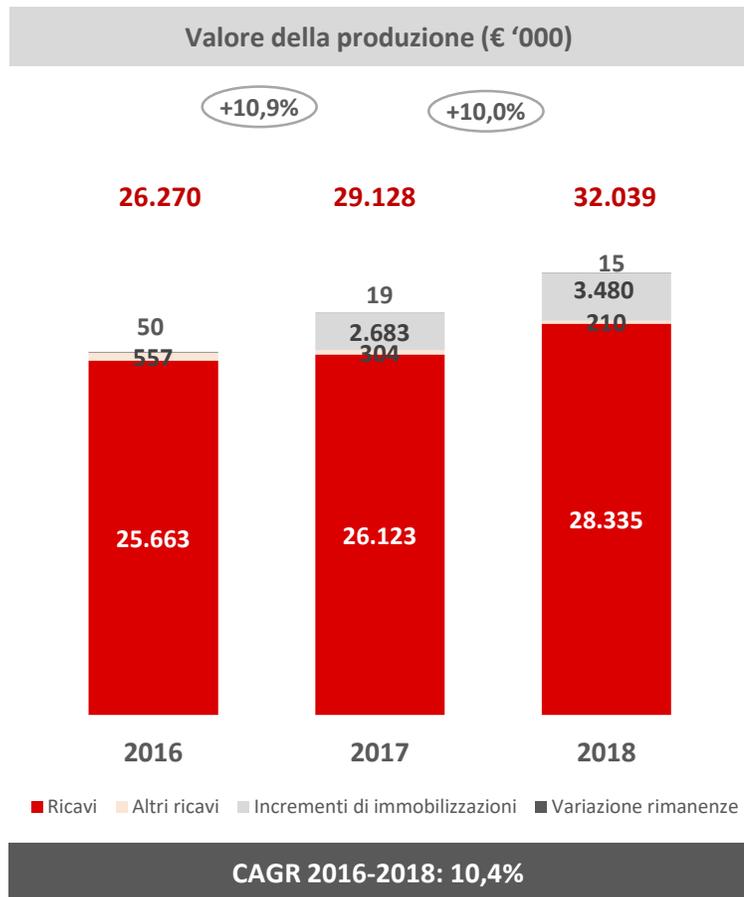
Breakdown dei ricavi 2017-2018 (%)



* La Posizione Finanziaria Netta include le attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni

Fonte: Fascicoli di bilancio, management, elaborazioni Emintad

Conto Economico 2016 – 2018



○ = YoY %

□ = Totale

○ = % margin su Ricavi

Valore Della Produzione e Breakdown Ricavi per Settore 2018 Vs. 2017

Composizione Valore della Produzione (in Euro migliaia)	Esercizio			
	2018	% sui ricavi	2017	% sui ricavi
A) Valore della produzione				
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	28.335	88,44%	26.122	89,68%
2) variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	15	0,05%	19	0,07%
4) incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	3.480	10,86%	2.683	9,21%
5) altri ricavi	210	0,65%	304	1,04%
Totale (A)	32.039	100,00%	29.128	100,00%

Si rileva quanto segue:

La tabella evidenzia un incremento del valore della produzione di k/euro 2.911 da imputare quanto a k/euro 2.213 all'aumento dei ricavi delle vendite e delle prestazioni e quanto a k/euro 797 agli incrementi di immobilizzazioni per la produzione di contenuti televisivi

Breakdown - Ricavi delle vendite e delle prestazioni (€ 000)	Valore al 31/12/2018	% sui ricavi	Valore al 31/12/2017	% sui ricavi
Settore editoria	22.515	79,46%	21.965	84,08%
Settore media content	1.429	5,04%	108	0,41%
Settore pubblicità	4.391	15,50%	4.050	15,50%
Totale	28.335	100,00%	26.123	100,00%

Si rileva quanto segue:

- Settore editoria:** la sotto categoria è composta essenzialmente dai ricavi (i) delle vendite in edicola del quotidiano per un importo di k/euro 17.692, che si decrementa di k/euro 77 rispetto all'esercizio precedente (ii) delle vendite del magazine mensile FQMillennium per k/euro 904 sostanzialmente invariato (iii) delle vendite dei libri Paper First nel canale edicola e libreria per k/euro 961 diminuite di k/euro 98 (iv) delle vendite di abbonamenti del quotidiano e sito per k/euro 2.924 incrementatesi di k/euro 710 rispetto all'esercizio 2017.
- Settore media content:** la sotto categoria è composta essenzialmente dai ricavi (i) della concessione dei diritti di sfruttamento dei contenuti televisivi per k/euro 1.232, di cui 106 per sottoscrizione degli abbonamenti, con un incremento complessivo di k/euro 1.124 (ii) delle vendite degli spettacoli teatrali per k/euro 198 non presenti nel 2017.
- Settore pubblicità:** la sotto categoria è composta essenzialmente dai ricavi (i) della raccolta pubblicitaria sul quotidiano per k/euro 639 che si decrementa di k/euro 187 (ii) della raccolta pubblicitaria sul sito per k/euro 3.644 con un incremento di k/euro 542 (iii) della raccolta sul magazine per k/euro 107 in linea con quella dell'esercizio precedente.

Stato Patrimoniale 2017-2018

ESERCIZIO	2018	2017
Immobilizzazioni immateriali	4.313	3.241
Immobilizzazioni materiali	123	110
Immobilizzazioni finanziarie	801	670
Immobilizzazioni	5.237	4.021
Rimanenze	280	403
Crediti commerciali	3.924	3.102
Debiti commerciali	(3.161)	(3.180)
Capitale circolante netto operativo	1.042	325
Altre attività correnti	941	1.032
Altre passività correnti	(4.755)	(3.713)
Capitale circolante netto	(2.772)	(2.356)
Fondi rischi	(764)	(795)
Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	(1.789)	(1.498)
Capitale investito netto	(88)	(628)
Patrimonio netto	2.722	6.087
Depositi bancari, denaro e valori in cassa	2.212	2.993
Altri titoli	598	3.722
Debiti verso banche	-	-
Altri debiti finanziari	-	-
Posizione finanziaria netta	2.810	6.715
Patrimonio Netto - posizione finanziaria netta	(88)	(628)

Flussi di cassa		
(in migliaia di Euro)	2018	2017
Utile (perdita) dell'esercizio prima d'imposte sul reddito, interessi, dividendi	224	897
Rettifiche per elementi non monetari	3.553	1.439
Variazioni del capitale circolante netto	(581)	(319)
Altre rettifiche	(262)	(302)
Flusso finanziario della gestione reddituale (A)	2.934	1.715
Flusso finanziario dell'attività di investimento (B)	(916)	(2.118)
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C)	(2.799)	(1.483)
Incremento (decremento) delle disponibilità liquide (A±B±C)	(781)	(1.886)
Disponibilità liquide a inizio esercizio	2.993	4.880
Disponibilità liquide a fine esercizio	2.212	2.993
Variazione disponibilità liquide	(781)	(1.887)

Si rileva quanto segue:

- L'incremento delle immobilizzazioni nette per k/euro 1.216 è imputabile per la maggior parte alle immobilizzazioni immateriali (k/euro 1.072) e alle immobilizzazioni finanziarie (k/euro 131). Gli investimenti lordi in immobilizzazioni immateriali sono stati pari a k/euro 3.992 essenzialmente dovute alla produzione dei contenuti televisivi (k/euro 3.480) per i quali la società è titolare di tutti i diritti di autore e di sfruttamento economico nel tempo.
- Il Patrimonio Netto si è ridotto di k/euro 3.359 al netto dell'utile di esercizio 2018, in seguito all'incremento della riserva negativa per azioni proprie per k/euro 1.400 dovuta all'acquisto di una quota di capitale sociale pari al 9,668% e alla distribuzione degli utili.

Strategie future

Strategie di crescita: Divisione Publishing

La strategia di crescita di SEIF prevede di affiancare al business tradizionale un piano di azioni specifiche secondo un approccio **Data Driven** finalizzato alla realizzazione di un'offerta tailor-made, con l'obiettivo di consolidare e ampliare il bacino di utenti. L'approccio Data Driven è trasversale a tutte le divisioni di business, e si basa sul raccoglimento dei dati forniti dagli utenti al fine di migliorare la profilazione delle diverse Business Unit per implementare strategie commerciali efficaci.



SPOTLIGHT TEAM:
rilancio di inchieste di alto livello con
creazione di una nuova struttura integrata

Rilancio abbonamenti digitali

Coinvolgimento autori esterni

Aumento pubblicazioni annuali

Lancio versione digitale

Vendita non abbinata al quotidiano e in
abbonamento postale

Strategie di crescita: Divisione Media Content

Sfruttando il cambiamento attualmente in corso nel settore audiovisivo, il Management intende puntare sulla crescita di questa divisione attraverso la vendita di contenuti a emittenti non tradizionali e alle nascenti piattaforme televisive.

La platea di utenti si sposterà sempre di più sulle piattaforme in streaming, in forte crescita anche in Italia.

