



CAIROCOMMUNICATION

**Resoconto intermedio di gestione al
30 settembre 2020**

Cairo Communication S.p.A.
Sede Sociale in Milano
Corso Magenta 55
Capitale Sociale Euro 6.989.663,10



Cariche sociali

Consiglio di Amministrazione

Dott. Urbano Cairo*	Presidente
Dott. Uberto Fornara	Amministratore Delegato
Dott.ssa Daniela Bartoli	Consigliere
Dott.ssa Stefania Bedogni	Consigliere
Dott. Giuseppe Brambilla di Civesio	Consigliere
Avv. Laura Maria Cairo	Consigliere
Dott. Roberto Cairo	Consigliere
Dott. Massimo Ferrari	Consigliere
Dott.ssa Paola Mignani	Consigliere
Dott. Marco Pompignoli	Consigliere

Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità

Dott. Massimo Ferrari	Consigliere
Dott.ssa Daniela Bartoli	Consigliere
Dott.ssa Paola Mignani	Consigliere

Comitato per le Remunerazioni e le Nomine

Dott.ssa Paola Mignani	Consigliere
Dott.ssa Daniela Bartoli	Consigliere
Dott. Giuseppe Brambilla di Civesio	Consigliere

Collegio Sindacale

Dott. Michele Paolillo	Presidente
Dott.ssa Gloria Marino	Sindaco effettivo
Dott.ssa Maria Pia Maspes	Sindaco effettivo
Dott. Emilio Fano	Sindaco supplente
Dott. Domenico Fava	Sindaco supplente

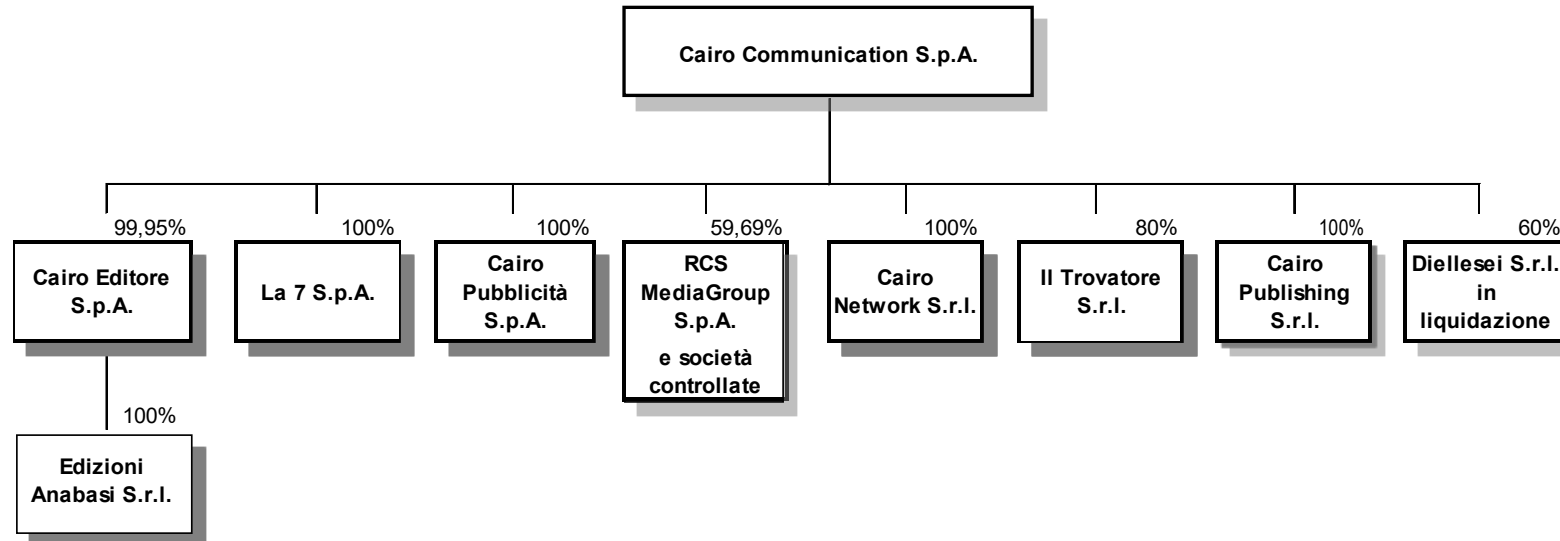
Società di revisione

Deloitte & Touche S.p.A.

* Poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, con firma singola, con limiti stabiliti dal Consiglio di Amministrazione.



Il Gruppo al 30 settembre 2020





1. Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2020

Nel presente resoconto intermedio di gestione, i prospetti contabili sono stati predisposti secondo gli schemi riclassificati normalmente utilizzati nella “Relazione degli amministratori sulla gestione” e sono stati redatti utilizzando i principi contabili internazionali. Non sono applicate le disposizioni del principio contabile internazionale relativo all’informativa finanziaria infrannuale (IAS 34 “Bilanci intermedi”).

Il resoconto intermedio al 30 settembre 2020 è stato predisposto in accordo con quanto previsto nell’Avviso di Borsa Italiana n. 7587 del 21 aprile 2016 “Emittenti STAR: chiarimenti su resoconti intermedi di gestione/*STAR Issuers*: *information on interim management statements*”.

I dati economici consolidati sono esposti con riferimento al terzo trimestre ed ai primi nove mesi del corrente esercizio 2020 e sono confrontati con i corrispondenti periodi del precedente esercizio 2019.

I dati patrimoniali e finanziari riportati nei prospetti contabili sono confrontati con i valori risultanti dal bilancio consolidato al 31 dicembre 2019.

I prospetti contabili trimestrali al 30 settembre 2020, uniformemente a quanto effettuato al 30 settembre 2019, sono stati predisposti al netto delle imposte e degli effetti fiscali.

Nei primi nove mesi del 2020 non sono intervenute variazioni nell’area di consolidamento rispetto al bilancio consolidato chiuso al 31 dicembre 2019, fatta eccezione per la cessione delle società controllate spagnole Last Lap S.L. e Last Lap Organizaçao de eventos S.L. e la cancellazione dal registro delle imprese di RCS Factor S.r.l. per chiusura della liquidazione.

Si ricorda che per effetto della diffusione in Italia e Spagna dell’emergenza sanitaria causata dalla diffusione del Coronavirus, le stime di bilancio al 31 dicembre 2019 e al 30 giugno 2020 (così come al 30 settembre 2020) sono state effettuate basandosi su assunzioni relative al futuro caratterizzate da un rilevante grado di incertezza, limitate informazioni e uno scenario in continua evoluzione, che rendono molto difficile predisporre previsioni, come descritto nelle note di commento a “*Principi per la predisposizione del bilancio*” e alle “*attività immateriali*” - “*impairment*” nella relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2020, cui si rimanda per maggiore dettaglio.

2. Indicatori alternativi di performance

Nel presente resoconto intermedio di gestione, al fine di consentire una migliore valutazione dell’andamento della gestione economico-finanziaria del Gruppo Cairo Communication, in aggiunta agli indicatori finanziari convenzionali previsti dagli IFRS, vengono presentati alcuni indicatori



alternativi di performance che non devono, comunque, essere considerati sostitutivi di quelli convenzionali previsti dagli IFRS.

Gli indicatori alternativi di performance utilizzati sono nel seguito illustrati:

· **EBITDA:** tale indicatore è utilizzato da Cairo Communication come target per il controllo di gestione interno e nelle presentazioni esterne (agli analisti e agli investitori) e rappresenta una unità di misura per la valutazione delle performance operative del Gruppo e della Capogruppo in aggiunta all'EBIT ed è determinato come segue:

Risultato prima delle imposte delle attività in continuità

+/- Risultato della gestione finanziaria

+/- Altri proventi (oneri) da attività e passività finanziarie

EBIT- Risultato Operativo

+ Ammortamenti

+ Svalutazione crediti

+ Accantonamenti a fondi rischi

+ Proventi (oneri) da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto

EBITDA -Risultato Operativo ante ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti

L'EBITDA (*earnings before interest, taxes, depreciation and amortization*) non è identificato come misura contabile definita dagli IFRS e pertanto i criteri adottati per la sua determinazione possono non essere omogenei tra società o gruppi differenti.

RCS definisce l'EBITDA come risultato operativo (EBIT) ante ammortamenti e svalutazioni di immobilizzazioni e comprende anche proventi ed oneri da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto.

Le principali differenze tra le due definizioni di EBITDA sono relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, che sono inclusi nella configurazione di EBITDA adottata da RCS e che sono invece esclusi dalla configurazione di EBITDA adottata da Cairo Communication. A motivo della non omogeneità delle definizioni di EBITDA adottate, nel presente resoconto intermedio di gestione, l'EBITDA consolidato è stato determinato in continuità utilizzando la definizione applicata dalla capogruppo Cairo Communication.

Ricavi consolidati lordi: per una più completa informativa ed in considerazione della specificità del settore di riferimento, all'interno dei ricavi operativi - per i ricavi pubblicitari - viene data evidenza dei ricavi operativi lordi, degli sconti di agenzia e quindi dei ricavi operativi netti. I ricavi consolidati lordi sono pari alla somma di ricavi operativi lordi e degli altri ricavi e proventi.



Il Gruppo Cairo Communication ritiene inoltre che la **posizione finanziaria netta (indebitamento finanziario netto)** rappresenti un valido indicatore della struttura finanziaria del Gruppo determinato quale risultante dei debiti finanziari correnti e non correnti al netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti nonché delle attività finanziarie correnti, escludendo le passività finanziarie (correnti e non correnti) relative ai leasing precedentemente classificati come operativi e iscritte in bilancio ai sensi del principio contabile IFRS 16.

La **posizione finanziaria netta (indebitamento finanziario netto) complessiva/o** comprende anche le passività finanziarie relative ai leasing iscritti in bilancio ai sensi del principio contabile IFRS 16 precedentemente classificati come leasing operativi.

3. Andamento del Gruppo

Il Gruppo Cairo Communication, con l'acquisizione del controllo di RCS nel corso del 2016, è diventato un grande gruppo editoriale multimediale, dotato di una leadership stabile e indipendente, che facendo leva sull'elevata qualità e diversificazione dei prodotti nel settore dei quotidiani, periodici, televisione, web ed eventi sportivi, può posizionarsi come operatore di riferimento nel mercato italiano, con una forte presenza internazionale in Spagna.

Nei primi nove mesi del 2020 il Gruppo ha operato in qualità di:

- editore di periodici e libri (Cairo Editore/Editoriale Giorgio Mondadori e Cairo Publishing);
- editore televisivo (La7, La7d) e internet (La7.it, TG.La7.it);
- concessionaria multimediale (Cairo Pubblicità) per la vendita di spazi pubblicitari sui mezzi televisivo, stampa, internet e stadi;
- editore di quotidiani e periodici (settimanali e mensili), con relativa attività di raccolta pubblicitaria su stampa e online, in Italia e Spagna, attraverso RCS MediaGroup, che è anche attiva nell'organizzazione di eventi sportivi di significativa rilevanza a livello mondiale;
- operatore di rete (Cairo Network).

Nel 2020 lo scenario nazionale e internazionale è stato caratterizzato dalla diffusione del Coronavirus e dalle conseguenti misure restrittive per il suo contenimento, poste in essere da parte delle autorità pubbliche dei Paesi interessati, che hanno avuto e stanno continuando ad avere conseguenze immediate sull'organizzazione e i tempi del lavoro nonché sull'attività del Gruppo.

Nella cosiddetta Fase 1 (*lockdown*), i provvedimenti adottati dalle autorità pubbliche hanno condotto alla chiusura delle attività non essenziali e a forti limitazioni dei movimenti della popolazione (se non autorizzati per motivi specifici).



Nell'ambito dell'attività relativa alla organizzazione di eventi sportivi, sono state rinviate le gare ciclistiche *Strade Bianche*, *Tirreno Adriatico*, *Milano Sanremo*, *Giro di Sicilia* e *Giro d'Italia* ed anche la *Milano Marathon* e alcuni *mass events* che erano in programma nel primo semestre.

A partire da fine febbraio le diffusioni dei quotidiani sportivi *La Gazzetta dello Sport* e *Marca* hanno risentito della sospensione dello sport "giocato".

L'emergenza sanitaria, oltre al grave impatto sociale, ha avuto ripercussioni anche sull'andamento dell'economia, determinando un contesto di generale incertezza.

La raccolta pubblicitaria nei quattro mesi marzo - giugno ha segnato un rallentamento sia in Italia che Spagna, con segnali di ripresa a partire dal mese di giugno.

Il comparto dei libri è stato penalizzato dall'ordinanza di chiusura delle librerie, riaperte a partire da maggio in Italia e da giugno in Spagna.

In questo contesto il Gruppo ha mantenuto "accesa" tutta la sua offerta informativa venendo incontro al crescente bisogno del pubblico di essere informato, garantendo un servizio puntuale ai propri spettatori e lettori e a tutte le edicole. I programmi di *La7*, le edizioni quotidiane del *Corriere della Sera*, *La Gazzetta dello Sport*, *Marca*, *Il Mundo* ed *Expansion* i periodici e le piattaforme web e social del nostro Gruppo hanno svolto un ruolo centrale nell'informazione e nel racconto di questo difficile momento, mettendo al centro la propria vocazione di servizio pubblico, imparziale e puntuale e affermandosi come attori autorevole dell'informazione televisiva, quotidiana e online, con importanti numeri di ascolti televisivi, traffico e abbonamenti digitali.

Come prima misura di reazione, il Gruppo si è organizzato per poter proseguire in sicurezza le sue attività e minimizzarne gli impatti in termini di salute e sicurezza sul lavoro, attivando lo *smart working* e promuovendo il più possibile il lavoro agile a distanza. In tale contesto sono stati poi implementati interventi su tutte le voci di costo aziendali, analizzate, assieme ai processi aziendali, secondo una logica costi/benefici e con un approccio "zero base".

Sono stati poi anche aperti diversi tavoli negoziali sindacali per perseguire l'opportunità di equilibrare la struttura dei costi rispetto alla contrazione dei ricavi e delle attività determinatesi in questi mesi dalla emergenza sanitaria.

In Italia, nel mese di maggio è iniziata la cosiddetta Fase 2 e in giugno la cosiddetta Fase 3, che hanno comportato una progressiva riduzione delle misure di contenimento della Fase 1 (*lockdown*), con la progressiva riapertura delle attività produttive e industriali e dei ristoranti, bar, ed attività commerciali, turistiche e di intrattenimento. In Spagna un analogo percorso di graduale riapertura si è avviato con un differimento temporale di alcune settimane.

Dal 20 giugno, dopo uno stop di tre mesi, è ripreso anche il campionato di calcio di Serie A. Nello stesso periodo sono sostanzialmente ripartiti i principali campionati nazionali europei, tra i quali la



Liga spagnola l'11 giugno e la Premier League il 17 giugno. La Bundesliga era già ripartita nella seconda metà di maggio.

La ripresa dello sport giocato in generale ha avuto e sta avendo un impatto positivo sulla diffusione de *La Gazzetta dello Sport* e *Marca*.

Nell'ambito dell'attività relativa alla organizzazione di eventi sportivi, RCS Sport è riuscita a ricollocare all'interno del calendario ciclistico internazionale 2020 le *Strade Bianche* (1° agosto 2020) la *Milano Sanremo* (8 agosto 2020) *Il Lombardia* (15 agosto), la *Tirreno Adriatico* (7-14 settembre 2020) e il *Giro d'Italia* (3-25 ottobre 2020). Tra gli eventi inizialmente programmati nel primo semestre la *Milano Marathon* e gli altri *mass event* sono rinviati al 2021.

Il contenimento dei contagi, che ha caratterizzato la fine del primo semestre e parte del terzo trimestre, ha determinato un progressivo miglioramento della situazione, che ha iniziato a manifestare effetti positivi a livello economico in generale e sulle attività del Gruppo.

Nel terzo trimestre 2020, grazie alle azioni implementate per il sostegno e lo sviluppo dei ricavi, così come per il contenimento dei costi, il Gruppo è riuscito a conseguire un margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato netto di pertinenza del Gruppo in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo 2019, confermando le aspettative comunicate a fine luglio 2020.

Già dal mese di agosto in Spagna si è però registrata una ripresa del numero di casi di Coronavirus, con focolai inizialmente concentrati in Catalogna, Aragon e Paesi Baschi. A settembre la situazione si è ulteriormente aggravata, portando le comunità locali (regioni) a reintrodurre misure restrittive, quali la chiusura anticipata di alcune attività. L'evolversi della situazione emergenziale a fine ottobre ha portato il Governo a ripristinare lo stato di allerta e a limitare la mobilità nelle ore notturne e tra le regioni, introducendo ulteriori restrizioni alle attività commerciali.

Anche in Italia a partire dal mese di ottobre la curva del contagio ha ripreso a crescere, inducendo il Governo a limitare le attività ricreative e di ristorazione, negli orari di apertura e nelle modalità di esercizio, e gli sport amatoriali, nonché ad incentivare ulteriormente lo *smart working* ed il ricorso a forme flessibili e/o a distanza per l'organizzazione dell'attività didattica. Sono state poi adottate misure ancor più restrittive, da ultimo differenziate per zone di rischio (rossa, arancione, gialla), definite sulla base di una serie di indicatori in base ai quali vengono classificate le diverse regioni. Per le zone rosse le misure prevedono, tra l'altro, forti limitazioni agli spostamenti, salvo per comprovate esigenze, e la chiusura di bar, ristoranti e numerose categorie di attività commerciali.

Il Gruppo monitora, quotidianamente l'evolversi della situazione al fine di minimizzarne gli impatti sia in termini di salute e sicurezza sul lavoro sia in termini economici, patrimoniali e finanziari, mediante la definizione e implementazione di piani di azione flessibili e tempestivi.



Secondo i dati forniti dall'ISTAT nel terzo trimestre 2020 il prodotto interno lordo in Italia si è incrementato del 16,1% rispetto al secondo trimestre 2020. La variazione acquisita per il 2020 è pari al -8,2%. Considerando l'andamento tendenziale, ossia rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente, la variazione è stata del -4,7% (Fonte: ISTAT).

In Spagna secondo la stima dell'Istituto di statistica nazionale (INE) il prodotto interno lordo nel terzo trimestre 2020 è cresciuto del 16,7% rispetto al secondo trimestre 2020; su base annua il decremento è stato dell'8,7% (Fonte: dati preliminari dell'Istituto di statistica nazionale - INE).

L'emergenza sanitaria COVID 19 ha comportato conseguenze immediate sulle principali economie. In Italia, nei primi nove mesi del 2020 il mercato pubblicitario risulta in flessione del 20,3% rispetto al 2019, con i mercati pubblicitari dei periodici, dei quotidiani, televisivo e *on-line* (esclusi *search*, *social media* e *over the top*) rispettivamente in flessione del 40,3%, del 19,7%, del 15,3% e del 7,1% rispetto al pari periodo del 2019 (Dati Nielsen).

In Spagna, nei primi nove mesi del 2020 il mercato della raccolta pubblicitaria segna un decremento del 27,2% rispetto al 2019 (Fonte: i2p, Arce Media). In particolare, il mercato dei quotidiani, dei periodici e la raccolta su internet (esclusi *social media*) evidenziano rispettivamente flessioni del 36,8%, del 41,6% e del 15,4% rispetto al 2019.

I fattori di incertezza sullo scenario economico e generale hanno contribuito a frenare, a livello di mercato editoriale, anche le vendite di quotidiani e periodici.

Sul fronte diffusionale in Italia continua anche nel 2020 la tendenza non favorevole del mercato dei prodotti cartacei. In particolare, i principali quotidiani nazionali di informazione generale registrano nei primi nove mesi del 2020 una flessione delle diffusioni dell' 8,1% (inclusendo anche le copie digitali) ed i principali quotidiani sportivi del 34,8% (inclusendo anche le copie digitali) rispetto al periodo analogo del 2019 (Dati ADS gennaio - settembre 2020).

In Spagna l'istituto di rilevazione OJD, a causa dell'emergenza sanitaria e del conseguente stato di allerta decretato dal governo (dal 14 marzo al 21 giugno 2020) ha sospeso la pubblicazione dei dati di diffusione per il periodo aprile - giugno 2020. Le rilevazioni sono riprese a partire da luglio 2020. I dati progressivi a settembre (relativi ai due periodi gennaio-marzo e luglio-settembre) delle diffusioni evidenziano una contrazione sia per i quotidiani di informazione generale (-18,4%), sia per i quotidiani economici (-21,9%), sia per il segmento dei quotidiani sportivi (-23,5%) (Fonte: OJD).

Nei primi nove mesi del 2020, in un contesto caratterizzato dall'incertezza conseguente l'emergenza sanitaria, con i principali mercati di riferimento in calo, in particolare quello pubblicitario in Italia e Spagna:



-
- Il **Gruppo** ha conseguito nel **terzo trimestre 2020**, grazie alle azioni implementate per il sostegno e lo sviluppo dei ricavi, così come per il contenimento dei costi un margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato netto di pertinenza del Gruppo in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo 2019, confermando le aspettative comunicate a fine luglio 2020;
 - con un dato aggregato di oltre 30,6 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni) nel periodo gennaio-settembre 2020 (*fonte Audiweb Media View*) sulle *properties* digitali di RCS e La7, il **Gruppo** si posiziona quale quinto media player digitale in Italia, preceduto solo dalle grandi piattaforme *Google, Facebook, Amazon e Microsoft*;
 - **RCS** nei nove mesi ha continuato a generare flussi di cassa positivi con l'indebitamento finanziario che si riduce di Euro 25,8 milioni rispetto a fine 2019 ed ha conseguito un margine operativo lordo positivo di Euro 30,1 milioni¹, impattato da oneri non ricorrenti netti per 5,8 milioni. Nell'attuale contesto di emergenza sanitaria, il *Corriere della Sera* grazie alla sua autorevolezza ha confermato le previsioni di vendita in edicola e soprattutto ha accelerato la crescita del digitale: a fine settembre la sua *customer base* digitale totale attiva (*digital edition, membership e m-site*) risulta pari a 285 mila abbonamenti, in crescita del 78% rispetto a settembre 2019. Nel periodo gennaio-settembre 2020, il brand *Corriere* ha registrato 28,9 milioni di utenti unici medi mese rispetto ai 21,5 milioni del pari periodo 2019 e 4,4 milioni di utenti unici giornalieri medi mese (2,5 milioni nel 2019) (*fonte Audiweb 2.0*);
 - il **settore editoriale televisivo La7** ha confermato gli elevati livelli di ascolto del canale La7 (3,42% sul totale giorno e 4,83% in *prime time*). Nei primi nove mesi del 2020, la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi Euro 95,2 milioni (Euro 103,3 milioni nel 2019), con una variazione rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (-7,8%) che presenta un andamento migliore di oltre 7,5 punti percentuali rispetto al mercato pubblicitario televisivo (-15,3% secondo i dati Nielsen). A partire dal mese di giugno la raccolta pubblicitaria ha iniziato a registrare segni di ripresa, più che confermati nel trimestre luglio-settembre con i ricavi dei due canali in crescita di circa il 13% rispetto allo stesso periodo del 2019 (+7,4% il mercato televisivo, dati Nielsen). L'andamento positivo è stato confermato anche in ottobre (oltre il 5% rispetto allo stesso mese del 2019);
 - il **settore editoriale periodici Cairo Editore** ha realizzato nei nove mesi risultati in crescita rispetto a quelli del periodo analogo del 2019, confermato elevati livelli diffusionali delle

¹ Si ricorda che RCS utilizza una definizione di EBITDA differente rispetto al Gruppo Cairo Communication, come indicato nel precedente paragrafo "Indicatori alternativi di performance". Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nei primi nove mesi del 2020 a complessivi Euro 2,4 milioni - l'EBITDA riportato nel resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2020 di RCS, approvato in data 9 novembre 2020 è pari a Euro 27,7 milioni.



testate pubblicate e continuato a perseguire il miglioramento dei livelli di efficienza raggiunti nel contenimento dei propri costi.

Nel **terzo trimestre** 2020, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 238,5 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 236,3 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 2,2 milioni) rispetto ad Euro 265,1 milioni nel trimestre analogo del 2019 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 259,6 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 5,5 milioni). Il marginale operativo lordo (EBITDA), il risultato operativo (EBIT) ed il risultato netto di pertinenza del Gruppo consolidati nel trimestre sono stati pari a circa Euro 24,6 milioni, Euro 7,1 milioni ed Euro 1,3 milioni, in crescita rispetto ai risultati del periodo analogo dell'esercizio precedente (rispettivamente Euro 21,6 milioni, Euro 3 milioni nel 2019 e negativi Euro 0,7 milioni).

Nei **primi nove mesi** del 2020, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 697,1 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 685,5 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 11,6 milioni) rispetto ad Euro 911,2 milioni nel 2019 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 891,7 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 19,5 milioni). La flessione deriva principalmente dagli effetti dell'emergenza sanitaria ed ha contribuito in misura significativa la mancata realizzazione nei primi nove mesi di alcuni eventi sportivi e non sportivi (complessivi Euro -53,8 milioni), tra i quali *il Giro d'Italia*, corso poi in ottobre, e la *Milano Marathon* e alcuni mass events rinviati al 2021, il calo delle diffusioni dei quotidiani sportivi (Euro -36,7 milioni) ed il calo della raccolta pubblicitaria (Euro -84,7 milioni) al netto di quanto già considerato per gli eventi.

Il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 36,2 milioni e negativi Euro 18,1 milioni (rispettivamente Euro 119 milioni ed Euro 62,4 milioni nei primi nove mesi del 2019). Escludendo gli oneri e proventi non ricorrenti (Euro -3,5 milioni l'effetto complessivo in quanto pari a Euro -5,8 nei primi nove mesi 2020 ed Euro -2,3 nel pari periodo 2019), il marginale operativo lordo si attesterebbe a Euro 42 milioni, con una variazione sostanzialmente maturata nel primo semestre e riconducibile ai sopra descritti effetti sui ricavi determinati dall'emergenza sanitaria. Gli oneri non ricorrenti si riferiscono principalmente allo stanziamento di fondi relativi ad interventi sul personale attraverso i prepensionamenti della società controllata RCS.

Per contrastare gli impatti dell'emergenza, il Gruppo ha implementato una serie di azioni. Come prima misura di reazione, il Gruppo si è organizzato per poter proseguire in sicurezza le sue attività e minimizzarne gli impatti in termini di salute e sicurezza sul lavoro, attivando lo *smart working* e promuovendo il più possibile il lavoro agile a distanza. In tale contesto sono stati poi implementati



interventi su tutte le voci di costo, quali ad esempio quelli volti al contenimento dei costi del borderò e delle collaborazioni in particolare per i supplementi, gli speciali e le edizioni locali. L'analisi, condotta secondo una logica costi/benefici e con un approccio "zero base" ha riguardato tutte le tipologie di costo ed i processi aziendali.

Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa negativi Euro 11,4 milioni (Euro 23,5 milioni nei nove mesi del 2019).

Con riferimento ai settori di attività, nei primi nove mesi del 2020:

- per il **settore editoriale periodici (Cairo Editore)**, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 5,5 milioni ed Euro 4,2 milioni (rispettivamente Euro 5,3 milioni ed Euro 3,8 milioni nel 2019). Con riferimento ai settimanali, Cairo Editore con circa 1,2 milioni di copie medie vendute nel periodo gennaio- settembre 2020 (dati ADS) si conferma il primo editore per copie di settimanali vendute in edicola, con una quota di mercato di circa il 30%. Considerando anche il venduto medio delle testate non rilevate da ADS, tra le quali le vendite di "Enigmistica Più" e di "Enigmistica Mia", le copie medie vendute sono circa 1,5 milioni;
- per il **settore editoriale televisivo (La7)**, il Gruppo ha conseguito un marginale operativo lordo (EBITDA) di circa negativi Euro 2,2 milioni (Euro 3,4 milioni nel 2019). Il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa negativi Euro 11,5 milioni (negativi Euro 5,1 milioni nel 2019). Si ricorda che il settore editoriale televisivo presenta una stagionalità che penalizza normalmente i risultati del terzo trimestre dell'anno;
- per il settore **operatore di rete**, il marginale operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 2 milioni e negativi Euro 0,3 milioni (rispettivamente positivi Euro 2,1 milioni e negativi Euro 0,2 milioni nel 2019);
- per il **settore concessionarie**, il marginale operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 0,7 milioni e negativi Euro 1,1 milioni (rispettivamente pari a Euro 1,1 milioni e Euro 0,8 milioni nel 2019);
- per il settore **RCS**, nel bilancio consolidato di Cairo Communication, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 30,1 milioni² e negativi Euro 9,4 milioni (Euro 107,1 milioni ed Euro 63 milioni nel periodo analogo del 2019). Escludendo gli oneri e proventi non ricorrenti (Euro -3,5 milioni l'effetto complessivo in quanto

² Si ricorda che RCS utilizza una definizione di EBITDA differente rispetto al Gruppo Cairo Communication, come indicato nel precedente paragrafo "Indicatori alternativi di performance". Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nei primi nove mesi del 2020 a complessivi Euro 2,4 milioni - l'EBITDA riportato nel resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2020 di RCS, approvato in data 9 novembre 2020 è pari a Euro 27,7 milioni.



pari a Euro -5,8 nei primi nove mesi del 2020 ed Euro -2,3 nel pari periodo 2019), il margine operativo lordo si attesterebbe a Euro 35,9 milioni, con una variazione sostanzialmente maturata nel primo semestre e riconducibile ai sopra descritti effetti determinati dall'emergenza sanitaria. Si ricorda che RCS presenta un andamento stagionale delle attività che penalizza normalmente i risultati del primo e terzo trimestre dell'anno. I ricavi operativi netti si attestano a Euro 493,7 milioni, con i ricavi digitali complessivi (Italia e Spagna) che ammontano a circa Euro 108,6 milioni ed hanno raggiunto un'incidenza del 22% sui ricavi complessivi. Entrambi i quotidiani italiani confermano a settembre 2020 la loro posizione di leadership diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: ADS). In Spagna, *Marca* e *Expansión* confermano a settembre 2020 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: OJD). I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS, con i brand *Corriere* e *Gazzetta* che si attestano nel periodo gennaio-settembre 2020 rispettivamente a 28,9 milioni e a 13,8 milioni di utenti unici medi al mese e rispettivamente a 4,4 milioni e 2,2 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audiweb 2.0). In Spagna, nell'ambito delle attività online *elmundo.es*, *marca.com* e *expansión.com* si attestano nei primi nove mesi del 2020 rispettivamente a 23 milioni, 17 milioni e 7 milioni di utenti unici medi mese (Fonte: Comscore IP Spagna che considera il solo traffico proveniente dalla Spagna). Il 18 marzo 2020 *Expansión*, ha lanciato il proprio modello a pagamento digitale (*freemium*), analogamente a quanto fatto da *El Mundo* e *La Gazzetta dello Sport* alla fine del 2019. Durante il periodo di lockdown *elmundo.es* ha messo in campo una produzione di contenuti relativi al Covid e alla situazione in Spagna che ha intercettato il grande interesse informativo e che si è tradotta una crescita molto importante di traffico, raggiungendo la leadership assoluta in Spagna a settembre con 24,6 milioni di utenti unici (Fonte *Comscore*). Durante il mese di settembre, *El Mundo* ha superato i 50 mila abbonamenti digitali.

Nei primi nove mesi del 2020 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 3,42% nel totale giorno e al 4,83% in *prime time* (ovvero la fascia oraria 20,30-22,30), confermando il target di ascolti altamente qualitativo. Lo share di La7d è stato pari allo 0,49% nel totale giorno e 0,37% in *prime time*. I risultati di ascolto dei programmi informativi e di approfondimento della rete hanno continuato ad essere tutti eccellenti: *Otto e Mezzo* con il 7,5% di share medio da lunedì a venerdì, il *TgLa7* edizione delle 20 con il 5,5% da lunedì a venerdì, *diMartedì* con il 6,1%, *Piazzapulita* con il 5,4%, *Propaganda Live* con il 5,6%, *Non è l'Arena* con il 6,9%, *Omnibus La7* con il 4,1%, *Coffee Break* con il 4,2%, *L'Aria che tira* con il 6%, *Tagadà* con il 3,8%, *In Onda* con il 5%, *Atlantide* con



il 3,2%, *Eden un pianeta da salvare* con il 2,7%, le “*maratone*” di Enrico Mentana (11,6% di share la puntata *Speciale Elezioni* del 26/27 gennaio).

Durante i mesi del *lockdown* (marzo/aprile) La7 non solo non ha ridotto la propria offerta di programmi (in controtendenza rispetto ad altre tv generaliste), ma ha addirittura aumentato le produzioni in diretta di quasi 1 ora al giorno, arrivando a coprire metà dell’intera programmazione giornaliera con la diretta tv. In questi due mesi La7 è stata la tv generalista con il maggior numero di ore di diretta tanto nel totale giornata quanto nelle fasce serali. Uno sforzo produttivo che il pubblico ha riconosciuto e che ha premiato La7 con i migliori ascolti degli ultimi 2 anni in prime time.

Nei nove mesi, La7 ha prodotto mediamente oltre 14 ore di programmi di genere informativo al giorno, ampliando leggermente il divario rispetto alle reti che la seguono (Rai 1 con poco più di 11 ore e mezzo e Rai 3 con poco più di 11 ore). In termini di ore di diretta, La7 mantiene il secondo posto sia nel totale giornata (quasi 10 ore di media) alle spalle di Rai 1 (11,5), sia in prima serata (2,3 ore) dietro a Rete 4 (2,6 ore)

Sul fronte web nei nove mesi sono stati conseguiti ottimi risultati con 434 mila utenti unici medi giornalieri (più del doppio rispetto al pari periodo 2019) sui siti La7 (La7.it, TGla7.it, Sedanoallegro.it) e le app La7 e TGla7 e oltre 1,2 milioni di visualizzazioni medie al giorno (+77% rispetto al 2019), alle quali si aggiungono altri 1,3 milioni di visualizzazioni medie giornaliere generate dai canali La7 sulla piattaforma YouTube (+73% rispetto al 2019). Nei primi nove mesi del 2020 le stream views medie giornaliere sui siti La7 sono state 542 mila (quasi il doppio rispetto al 2019, +92%). Nei primi nove mesi del 2020, sono stati conseguiti ottimi risultati con 6,0 milioni di utenti unici medi mensili, più che raddoppiati rispetto al pari periodo 2019 (2,9 milioni). In particolare, nel mese di marzo l’audience digitale di La7 ha segnato risultati importanti con 13,6 milioni di utenti unici medi mensili (oltre il quadruplo rispetto allo stesso mese del 2019), 81 milioni di visualizzazioni di pagina (+358% rispetto al 2019) e 36,5 milioni di stream views in un solo mese (+449% rispetto al 2019).

I principali **dati economici consolidati** dei primi nove mesi del 2020 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2019:



(Valori in milioni di Euro)	30/09/2020	30/09/2019
Ricavi operativi lordi	685,5	891,7
Sconti di agenzia	(38,2)	(49,1)
Ricavi operativi netti	647,3	842,5
Variazione delle rimanenze	(0,2)	2,6
Altri ricavi e proventi	11,6	19,5
Totale ricavi	658,7	864,6
Costi della produzione	(389,5)	(500,5)
Costo del personale	(226,5)	(243,4)
Proventi (oneri) da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	(0,7)	0,5
Proventi (oneri) non ricorrenti	(5,8)	(2,3)
Margine operativo lordo	36,2	119,0
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(54,4)	(56,6)
Risultato operativo	(18,1)	62,4
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	6,3	-
Gestione finanziaria	(9,4)	(13,0)
Risultato prima delle imposte	(21,2)	49,4
Imposte sul reddito	6,6	(9,8)
Quota di terzi	3,3	(16,0)
Risultato netto delle attività in continuità	(11,4)	23,5
Risultato netto delle attività cessate	-	-
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	(11,4)	23,5

Nei primi nove mesi del 2020, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 697,1 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 685,5 milioni e altri ricavi e proventi per 11,6 milioni) rispetto ad Euro 911,2 milioni nel 2019 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 891,7 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 19,5 milioni).

La flessione deriva principalmente dagli effetti dell'emergenza sanitaria ed ha contribuito in misura significativa la mancata realizzazione nei primi nove mesi di alcuni eventi sportivi e non sportivi (-53,8 milioni tra ricavi diversi e pubblicitari), tra i quali il *Giro d'Italia* (realizzato in ottobre) e la *Milano Marathon* e alcuni *mass events* differiti all'esercizio 2021, il calo delle diffusioni dei quotidiani sportivi (Euro -36,7 milioni) ed il calo della raccolta pubblicitaria (Euro -84,7 milioni) al netto di quanto già considerato per gli eventi.



Il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 36,2 milioni e negativi Euro 18,1 milioni rispetto a rispettivamente Euro 119 milioni ed Euro 62,4 milioni nei primi nove mesi del 2019. Escludendo nel confronto gli oneri non ricorrenti (Euro -3,5 milioni l'effetto complessivo in quanto pari a Euro -5,8 milioni nei primi nove mesi 2020 ed Euro -2,3 milioni nel pari periodo 2019), il margine operativo lordo si attesterebbe a Euro 42 milioni, con una variazione sostanzialmente maturata nel primo semestre e riconducibile ai sopra descritti effetti sui ricavi determinati dall'attuale situazione di emergenza sanitaria. Gli oneri non ricorrenti si riferiscono principalmente allo stanziamento di fondi relativi ad interventi sul personale attraverso i prepensionamenti della società controllata RCS.

Come già commentato, il Gruppo a partire da marzo ha implementato una serie di azioni per contrastare gli impatti dell'emergenza sanitaria sia in termini di salute e sicurezza sul lavoro sia in termini economici, patrimoniali e finanziari.

Nei primi nove mesi del 2020 il risultato operativo (EBIT) del settore RCS è stato impattato negativamente, nel bilancio consolidato, da maggiori ammortamenti delle "attività immateriali" per Euro 1,4 milioni (Euro 1,5 milioni nel 2019) per effetto delle valutazioni effettuate nell'ambito della allocazione del prezzo di acquisto della partecipazione in RCS, in particolare per l'allocazione di valori ad attività immateriali (non precedentemente iscritte), principalmente riconducibile a marchi e testate periodiche italiane a vita utile definita.

I principali **dati economici consolidati** del **terzo trimestre** del 2020 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2019:



(Valori in milioni di Euro)	30/09/2020 (Tre mesi)	30/09/2019 (Tre mesi)
Ricavi operativi lordi	236,3	259,6
Sconti di agenzia	(12,4)	(12,7)
Ricavi operativi netti	223,9	246,9
Variazione delle rimanenze	0,5	1,5
Altri ricavi e proventi	2,2	5,5
Totale ricavi	226,6	253,9
Costi della produzione	(132,4)	(155,5)
Costo del personale	(69,1)	(75,7)
Proventi (oneri) da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	-	0,2
Proventi (oneri) non ricorrenti	(0,4)	(1,1)
Margine operativo lordo	24,6	21,6
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(17,5)	(18,6)
Risultato operativo	7,1	3,0
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-
Gestione finanziaria	(3,2)	(4,3)
Risultato prima delle imposte	3,8	(1,3)
Imposte sul reddito	(0,8)	1,3
Quota di terzi	(1,7)	(0,7)
Risultato netto delle attività in continuità	1,3	(0,7)
Risultato netto delle attività cessate	-	-
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	1,3	(0,7)

Nel terzo trimestre del 2020, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 238,5 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 236,3 milioni e altri ricavi e proventi per 2,2 milioni) rispetto ad Euro 265,1 milioni nel 2019 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 259,6 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 5,5 milioni).

Il marginale operativo lordo (EBITDA) consolidato ed il risultato operativo (EBIT) consolidato sono stati pari a circa Euro 24,6 milioni ed Euro 7,1 milioni (rispettivamente Euro 21,6 milioni ed Euro 3 milioni nel 2019). Tali margini includono nel trimestre oneri non ricorrenti netti per Euro 0,4 milioni (Euro 1,1 milioni al 30 settembre 2019).

Il risultato operativo (EBIT) del settore RCS è stato impattato negativamente, nel bilancio consolidato, da maggiori ammortamenti per Euro 0,5 milioni (Euro 0,5 milioni nel terzo trimestre 2019) per effetto delle valutazioni effettuate nell'ambito della allocazione del prezzo di acquisto della partecipazione in RCS.



Il **conto economico complessivo** di competenza del Gruppo può essere analizzato come segue:

Milioni di Euro	30 settembre 2020 (9 mesi)	30 settembre 2020 (3 mesi)	30 settembre 2019 (9 mesi)	30 settembre 2019 (3 mesi)
Risultato netto dell'esercizio	(14,7)	(3,0)	39,5	0,0
<i>Componenti del conto economico complessivo riclassificabili</i>				
Utili (perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci in valute estere	0,0	-	-	-
Utili (perdite) su coperture flussi di cassa	(0,4)	(0,1)	(1,0)	(0,2)
Riclassificazione di utili (perdite) su coperture flussi di cassa	0,4	0,1	0,4	0,1
Effetto fiscale	-	-	0,1	-
<i>Componenti del conto economico complessivo non riclassificabili</i>				
Utili (perd.) der. dalla val. a fair value di strum. rapp. di capitale	(0,1)	(0,1)	-	0,1
Utili (perdite) attuariali dei piani a benefici definiti	(0,4)	-	-	-
Effetto fiscale	0,1	-	-	-
Totale conto economico complessivo del periodo	(14,7)	3,3	39,1	0,0
- Di pertinenza del Gruppo	(11,4)	1,7	23,2	(0,7)
- Di pertinenza di terzi	(3,3)	1,6	15,9	0,7
	(14,7)	3,3	39,1	0,0

Per una migliore comprensione dell'andamento economico del Gruppo è possibile concentrare l'analisi sui risultati conseguiti nei primi nove mesi e nel terzo trimestre del 2020 a livello dei singoli **principali settori** (editoria periodici Cairo Editore, concessionarie, editoria televisiva La7, operatore di rete Cairo Network, Il Trovatore e RCS), comparandoli con i risultati dei periodi analoghi del 2019.



2020 (nove mesi)	Editoria periodici Cairo Editore	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete (Cairo Network)	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)								
Ricavi operativi lordi	68,5	109,9	68,0	9,0	0,6	516,4	(86,8)	685,5
Sconti di agenzia	-	(15,7)	-	-	-	(22,6)	0,2	(38,2)
Ricavi operativi netti	68,5	94,1	68,0	9,0	0,6	493,7	(86,6)	647,3
Variazione delle rimanenze	0,0	-	-	-	-	(0,2)	-	(0,2)
Altri ricavi e proventi	1,3	0,7	3,0	0,0	-	7,7	(1,1)	11,6
Totale ricavi	69,8	94,8	71,0	9,0	0,6	501,1	(87,6)	658,7
Costi della produzione	(51,9)	(87,5)	(46,1)	(6,9)	(0,5)	(284,2)	87,6	(389,5)
Costo del personale	(12,4)	(6,5)	(27,1)	(0,1)	(0,1)	(180,3)	-	(226,5)
Prov. (oneri) da partecipaz. valutate con il metodo del patrimonio netto	-	-	-	-	-	(0,7)	-	(0,7)
Proventi (oneri) non ricorrenti	-	-	-	-	-	(5,8)	-	(5,8)
Margine operativo lordo	5,5	0,7	(2,2)	2,0	(0,0)	30,1	0,0	36,2
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(1,3)	(1,9)	(9,3)	(2,3)	(0,0)	(39,5)	-	(54,4)
Risultato operativo	4,2	(1,1)	(11,5)	(0,3)	(0,0)	(9,4)	0,0	(18,1)
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	-	-	6,3	-	6,3
Gestione finanziaria	0,0	(0,4)	(0,1)	(0,2)	(0,0)	(8,8)	-	(9,4)
Risultato prima delle imposte	4,2	(1,5)	(11,6)	(0,5)	(0,0)	(11,8)	0,0	(21,2)
Imposte sul reddito	(0,6)	0,4	3,1	0,1	(0,0)	3,6	-	6,6
Quota di terzi	-	-	-	-	0,0	3,3	-	3,3
Risultato netto delle attività in continuità	3,6	(1,2)	(8,5)	(0,4)	(0,0)	(4,9)	0,0	(11,4)
Risultato netto delle attività cessate	-	-	-	-	-	-	(0,0)	(0,0)
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	3,6	(1,2)	(8,5)	(0,4)	(0,0)	(4,9)	(0,0)	(11,4)

2019 (nove mesi)	Editoria periodici Cairo Editore	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete (Cairo Network)	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)								
Ricavi operativi lordi	75,3	124,8	73,6	9,1	0,6	705,8	(97,5)	891,7
Sconti di agenzia	-	(17,6)	-	-	-	(31,9)	0,3	(49,1)
Ricavi operativi netti	75,3	107,2	73,6	9,1	0,6	673,9	(97,2)	842,5
Variazione delle rimanenze	(0,0)	-	-	-	-	2,6	-	2,6
Altri ricavi e proventi	1,4	0,5	3,8	0,0	0,0	14,3	(0,6)	19,5
Totale ricavi	76,8	107,7	77,4	9,1	0,6	690,8	(97,8)	864,6
Costi della produzione	(58,3)	(99,9)	(46,9)	(6,9)	(0,5)	(385,8)	97,8	(500,5)
Costo del personale	(13,2)	(6,7)	(27,2)	(0,1)	(0,1)	(196,1)	-	(243,4)
Prov. (oneri) da partecipaz. valutate con il metodo del patrimonio netto	-	-	-	-	-	0,5	-	0,5
Proventi (oneri) non ricorrenti	-	-	-	-	-	(2,3)	-	(2,3)
Margine operativo lordo	5,3	1,1	3,4	2,1	0,1	107,1	-	119,0
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(1,4)	(0,3)	(8,5)	(2,3)	0,0	(44,0)	-	(56,6)
Risultato operativo	3,8	0,8	(5,1)	(0,2)	0,1	63,0	-	62,4
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	-	-	-	-	-
Gestione finanziaria	(0,1)	(0,4)	(0,1)	(0,2)	(0,0)	(12,2)	-	(13,0)
Risultato prima delle imposte	3,8	0,4	(5,2)	(0,4)	0,1	50,8	-	49,4
Imposte sul reddito	(0,6)	(0,5)	2,3	0,1	(0,0)	(11,0)	-	(9,8)
Quota di terzi	-	-	-	-	(0,0)	(16,0)	-	(16,0)
Risultato netto delle attività in continuità	3,1	(0,0)	(3,0)	(0,4)	0,0	23,7	-	23,5
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	-	-	(0,0)	(0,0)
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	3,1	(0,0)	(3,0)	(0,4)	0,0	23,7	(0,0)	23,5



2020 (tre mesi)	Editoria periodici	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete (Cairo Network)	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)	Cairo Editore							
Ricavi operativi lordi	25,1	32,8	18,8	3,0	0,2	182,1	(25,8)	236,3
Sconti di agenzia	-	(4,6)	-	-	-	(7,9)	0,1	(12,4)
Ricavi operativi netti	25,1	28,2	18,8	3,0	0,2	174,2	(25,7)	223,9
Variazione delle rimanenze	0,0	-	-	-	-	0,5	-	0,5
Altri ricavi e proventi	0,3	0,1	1,2	0,0	-	0,9	(0,4)	2,2
Totale ricavi	25,4	28,3	20,1	3,0	0,2	175,6	(26,0)	226,6
Costi della produzione	(18,7)	(26,7)	(11,6)	(2,3)	(0,2)	(99,0)	26,0	(132,4)
Costo del personale	(3,9)	(2,1)	(8,4)	(0,0)	(0,0)	(54,6)	-	(69,1)
Prov. (oneri) da partecipaz. valutate con il metodo del patrimonio netto	-	-	-	-	-	(0,0)	-	(0,0)
Proventi (oneri) non ricorrenti	-	-	-	-	-	(0,4)	-	(0,4)
Margine operativo lordo	2,8	(0,5)	0,1	0,7	(0,0)	21,5	0,0	24,6
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(0,4)	(0,0)	(3,1)	(0,8)	(0,0)	(13,2)	-	(17,5)
Risultato operativo	2,3	(0,5)	(3,0)	(0,1)	(0,0)	8,3	0,0	7,1
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	-	-	-	-	-
Gestione finanziaria	0,0	(0,1)	(0,1)	(0,1)	(0,0)	(3,0)	-	(3,2)
Risultato prima delle imposte	2,4	(0,6)	(3,1)	(0,1)	(0,0)	5,3	0,0	3,8
Imposte sul reddito	(0,7)	0,1	0,9	0,0	0,0	(1,2)	-	(0,8)
Quota di terzi	-	-	-	-	0,0	(1,7)	-	(1,7)
Risultato netto delle attività in continuità	1,7	(0,5)	(2,1)	(0,1)	(0,0)	2,4	0,0	1,3
Risultato netto delle attività cessate	-	-	-	-	-	-	-	-
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	1,7	(0,5)	(2,1)	(0,1)	(0,0)	2,4	0,0	1,3

2019 (tre mesi)	Editoria periodici	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete (Cairo Network)	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)	Cairo Editore							
Ricavi operativi lordi	27,1	30,0	17,3	3,0	0,2	207,0	(25,1)	259,6
Sconti di agenzia	-	(4,2)	-	-	-	(8,6)	0,1	(12,7)
Ricavi operativi netti	27,1	25,8	17,3	3,0	0,2	198,4	(25,0)	246,9
Variazione delle rimanenze	(0,0)	-	-	-	-	1,5	-	1,5
Altri ricavi e proventi	0,0	0,2	2,1	0,0	0,0	3,1	-	5,5
Totale ricavi	27,0	26,0	19,4	3,0	0,2	203,0	(25,0)	253,9
Costi della produzione	(20,7)	(24,7)	(11,7)	(2,3)	(0,1)	(120,9)	25,0	(155,5)
Costo del personale	(4,1)	(2,3)	(8,3)	(0,0)	(0,0)	(61,0)	-	(75,7)
Prov. (oneri) da partecipaz. valutati con il metodo del patrimonio netto	-	-	-	-	-	0,2	-	0,2
Proventi (oneri) non ricorrenti	-	-	-	-	-	(1,1)	-	(1,1)
Margine operativo lordo	2,2	(1,0)	(0,6)	0,7	0,1	20,2	-	21,6
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(0,5)	(0,1)	(2,6)	(0,8)	0,0	(14,6)	-	(18,6)
Risultato operativo	1,7	(1,2)	(3,2)	(0,1)	0,1	5,7	-	3,0
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	-	-	-	-	-
Gestione finanziaria	(0,1)	(0,1)	(0,1)	(0,1)	(0,0)	(3,9)	-	(4,3)
Risultato prima delle imposte	1,7	(1,3)	(3,3)	(0,2)	0,1	1,7	-	(1,3)
Imposte sul reddito	(0,5)	0,3	1,3	0,0	(0,0)	0,2	-	1,3
Quota di terzi	-	-	-	-	(0,0)	(0,7)	-	(0,7)
Risultato netto delle attività in continuità	1,2	(1,0)	(2,0)	(0,1)	0,0	1,2	-	(0,7)
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	-	-	-	-
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	1,2	(1,0)	(2,0)	(0,1)	0,0	1,2	-	(0,7)



I principali **dati patrimoniali consolidati** al 30 settembre 2020 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 31 dicembre 2019:

(Valori in milioni di Euro)	30/09/2020	31/12/2019
<u>Dati patrimoniali</u>		
Attività materiali	75,1	81,0
Diritti d'uso su beni in leasing	170,5	188,8
Attività immateriali	981,9	988,8
Attività finanziarie	56,1	57,4
Imposte anticipate	102,9	97,2
Circolante netto	(89,4)	(50,2)
Totale mezzi impiegati	1.297,1	1.363,0
Passività a lungo termine e fondi	110,2	108,9
Fondo imposte differite	164,9	164,7
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	99,9	134,6
Passività per contratti di locazione (ex IFRS 16)	186,8	204,5
Patrimonio netto del gruppo	441,5	453,3
Patrimonio netto di terzi	293,8	297,0
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	1.297,1	1.363,0

Nel corso del 2020, nell'ambito dei programmi di acquisto di azioni proprie, non sono state vendute né acquistate azioni proprie. Alla data del 30 settembre 2020 Cairo Communication possedeva un totale di n. 779 azioni proprie, pari allo 0,001% del capitale sociale per le quali si applica la disciplina dell'art. 2357-ter del codice civile.

L'Assemblea degli Azionisti del 6 maggio 2020 ha approvato il bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2019 e respinto la proposta di distribuzione di dividendo formulata dal Consiglio di Amministrazione della Società; l'utile netto dell'esercizio è pertanto stato portato interamente a nuovo. Come comunicato in data 21 aprile, il socio di maggioranza aveva già informato il consiglio di amministrazione di Cairo Communication della sua decisione di esprimere voto contrario alla proposta di distribuzione del dividendo all'ordine del giorno dell'assemblea dei soci del 6 maggio 2020, al fine di rafforzare la società nel contrasto agli effetti del perdurare dell'attuale emergenza sanitaria.



L' **indebitamento finanziario netto** consolidato al 30 settembre 2020, confrontato con i valori di bilancio consolidato al 31 dicembre 2019, è riepilogato nella seguente tabella di sintesi:

Indebitamento finanziario netto (milioni di Euro)	30/09/2020	31/12/2019	Variazioni
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	55,0	50,1	4,9
Altre attività finanziarie e crediti finanziari a breve termine	24,5	13,9	10,6
Attività e (Passività) finanziarie correnti per strumenti derivati	(0,2)	(0,2)	0,0
Debiti finanziari a breve termine	(57,1)	(74,6)	17,5
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) a breve termine	22,3	(10,7)	33,1
Debiti finanziari a medio lungo termine	(121,1)	(122,9)	1,8
Attività e (Passività) finanziarie non correnti per strumenti derivati	(1,1)	(1,0)	(0,1)
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) a medio lungo termine	(122,2)	(123,9)	1,7
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto)	(99,9)	(134,6)	34,7
Passività per contratti di locazione (ex IFRS 16)	(186,8)	(204,5)	17,8
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) complessivo	(286,7)	(339,2)	52,5

L' **indebitamento finanziario netto** consolidato al 30 settembre 2020 risulta pari a circa Euro 99,9 milioni (Euro 134,6 milioni al 31 dicembre 2019) ed è riferibile a RCS per Euro 106 milioni (Euro 131,8 milioni al 31 dicembre 2019). Il miglioramento dell'indebitamento finanziario netto, pari a Euro 34,7 milioni, è principalmente riconducibile ai flussi di cassa generati dalla gestione tipica (comprensivi della dinamica del circolante) e agli effetti positivi della cessione della partecipazione in Last Lap (Euro 4 milioni) compensati dagli esborsi per investimenti.

L' **indebitamento finanziario netto complessivo**, che comprende anche le passività finanziarie relative a contratti di locazione iscritti in bilancio ex IFRS 16 (principalmente locazioni di immobili) pari a Euro 186,8 milioni, ammonta a Euro 286,7 milioni (Euro 339,2 milioni al 31 dicembre 2019).

4. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi operativi lordi** dei primi nove mesi e del terzo trimestre 2020, suddivisa fra i principali settori di attività, può essere analizzata come segue, confrontata con i valori dei corrispondenti periodi del 2019:



2020 (nove mesi)	Editoria periodici Cairo Ed.	Concessionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete Cairo Network	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)								
Pubblicità su reti televisive	-	96,0	65,1	-	-	0,4	(65,9)	95,5
Pubblicità su stampa, internet ed eventi sportivi	7,7	13,4	1,5	-	-	207,2	(9,9)	219,8
Altri ricavi per attività televisive	-	-	1,2	-	-	4,0	(0,5)	4,6
Vendita pubblicazioni e abbonamenti	61,6	-	-	-	-	258,8	(0,3)	320,1
IVA assolta dall'editore	(0,8)	-	-	-	-	(2,3)	-	(3,1)
Ricavi diversi	-	0,5	0,3	9,0	0,6	48,4	(10,1)	48,5
Totale ricavi operativi lordi	68,5	109,9	68,0	9,0	0,6	516,4	(86,8)	685,5
Altri ricavi	1,3	0,7	3,0	0,0	0,0	7,7	(1,1)	11,6
Totale ricavi lordi	69,7	110,5	71,0	9,0	0,6	524,0	(87,8)	697,1

2019 (nove mesi)	Editoria periodici Cairo Ed.	Concessionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete Cairo Network	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)								
Pubblicità su reti televisive	-	104,5	70,7	-	-	0,7	(71,8)	104,2
Pubblicità su stampa, internet ed eventi sportivi	11,6	19,8	1,3	-	-	299,0	(14,4)	317,3
Altri ricavi per attività televisive	-	-	1,6	-	-	5,2	(0,7)	6,1
Vendita pubblicazioni e abbonamenti	64,8	-	-	-	-	309,5	(0,1)	374,1
IVA assolta dall'editore	(1,1)	-	-	-	-	(3,3)	-	(4,4)
Ricavi diversi	-	0,5	-	9,1	0,6	94,7	(10,5)	94,4
Totale ricavi operativi lordi	75,3	124,8	73,6	9,1	0,6	705,8	(97,5)	891,7
Altri ricavi	1,4	0,5	3,8	0,0	0,0	14,3	(0,6)	19,5
Totale ricavi lordi	76,8	125,3	77,4	9,1	0,6	720,1	(98,1)	911,2

2020 (tre mesi)	Editoria periodici Cairo Ed.	Concessionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete Cairo Network	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)								
Pubblicità su reti televisive	-	27,3	18,2	-	-	-	(18,5)	27,0
Pubblicità su stampa, internet ed eventi sportivi	3,1	5,4	0,3	-	-	-	(3,8)	76,9
Altri ricavi per attività televisive	-	-	0,3	-	-	(0,0)	(0,1)	0,8
Vendita pubblicazioni e abbonamenti	22,2	-	-	-	-	(0,0)	(0,1)	115,0
IVA assolta dall'editore	(0,2)	-	-	-	-	(0,0)	-	(0,8)
Ricavi diversi	-	0,2	0,1	3,0	0,2	0,1	(3,4)	17,3
Totale ricavi operativi lordi	25,1	32,8	18,8	3,0	0,2	0,0	(25,8)	236,3
Altri ricavi	0,3	0,1	1,2	0,0	0,0	(1,5)	(0,4)	2,2
Totale ricavi lordi	25,4	33,0	20,1	3,0	0,2	183,0	(26,1)	238,5

2019 (tre mesi)	Editoria periodici Cairo Ed.	Concessionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete Cairo Network	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)								
Pubblicità su reti televisive	-	24,2	16,4	-	-	0,2	(16,7)	24,2
Pubblicità su stampa, internet ed eventi sportivi	3,5	5,7	0,3	-	-	78,4	(4,4)	83,5
Altri ricavi per attività televisive	-	-	0,6	-	-	1,7	(0,4)	1,9
Vendita pubblicazioni e abbonamenti	24,1	-	-	-	-	107,4	(0,0)	131,4
IVA assolta dall'editore	(0,5)	-	-	-	-	(1,1)	-	(1,6)
Ricavi diversi	-	0,2	-	3,0	0,2	20,5	(3,6)	20,3
Totale ricavi operativi lordi	27,1	30,0	17,3	3,0	0,2	207,0	(25,1)	259,6
Altri ricavi	0,0	0,2	2,1	0,0	0,0	3,1	-	5,5
Totale ricavi lordi	27,0	30,2	19,4	3,0	0,2	210,1	(25,1)	265,1



EDITORIA PERIODICI CAIRO EDITORE

Cairo Editore - Cairo Publishing

Cairo Editore opera nella editoria periodica con (i) i settimanali “*Settimanale DIPIU’*”, “*DIPIU’ TV*” e gli allegati bisettimanali “*Settimanale DIPIU’ e DIPIU’TV Cucina*” e “*Settimanale DIPIU’ e DIPIU’TV Stellare*”, “*Diva e Donna*” e il quindicinale “*Diva e Donna Cucina*”, “*TV Mia*”, “*Settimanale Nuovo*”, “*F*”, “*Settimanale Giallo*” e “*NuovoTV*”, “*Nuovo e Nuovo TV Cucina*”, “*Enigmistica Più*” e “*Enigmistica Mia*”, (ii) i mensili “*For Men Magazine*”, “*Natural Style*”, e (iii) attraverso la sua divisione Editoriale Giorgio Mondadori i mensili “*Bell’Italia*”, “*Bell’Europa*”, “*In Viaggio*”, “*Airone*”, “*Gardenia*”, “*Arte*” e “*Antiquariato*”.

Nei primi nove mesi del 2020, in un contesto caratterizzato dall’incertezza conseguente l’emergenza sanitaria, Cairo Editore ha conseguito risultati sostanzialmente in linea con quelli dell’esercizio 2019 ed ha continuato a perseguire il miglioramento dei livelli di efficienza raggiunti nel contenimento dei costi di produzione, editoriali e di distribuzione.

Grazie a tali iniziative, nel **terzo trimestre** del 2020 il settore editoria periodici Cairo Editore ha conseguito un marginale operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 2,8 milioni, in crescita rispetto al pari periodo del 2019 (Euro 2,2 milioni nel 2019) ed un risultato operativo (EBIT) pari a circa Euro 2,3 milioni (Euro 1,7 milioni nel 2019).

Nei **primi nove mesi**, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente circa Euro 5,5 milioni e circa Euro 4,2 milioni (rispettivamente Euro 5,3 milioni ed Euro 3,8 milioni nel 2019).

I settimanali del Gruppo hanno conseguito elevati risultati diffusionali, con diffusioni medie settimanali ADS nel periodo gennaio - settembre 2020 di 373.091 copie per “*Settimanale DIPIU’*”, 179.547 copie per “*DIPIU’ TV*”, 64.465 copie per “*Settimanale DIPIU’ e DIPIU’TV Cucina*”, 134.670 copie per “*Diva e Donna*”, 174.799 copie per “*Settimanale Nuovo*”, 108.131 copie per “*F*”, 76.244 copie per “*TV Mia*”, 63.192 copie per “*Settimanale Giallo*”, 73.215 copie per “*NuovoTV*” per complessivi circa 1,2 milioni di copie settimanali medie vendute, che fanno del Gruppo il primo editore per copie di settimanali vendute in edicola, con una quota di mercato di circa il 30%. Considerando anche il venduto medio delle testate non rilevate da ADS, tra le quali le vendite di “*Enigmistica Più*” e di “*Enigmistica Mia*”, le copie medie vendute sono circa 1,5 milioni.

Nel 2020, la strategia di Cairo Editore continuerà ad essere incentrata sui seguenti elementi: (i) la centralità della qualità dei prodotti, (ii) il supporto dei livelli diffusionali delle proprie testate, e (iii) l’attenzione ai costi in generale ed a quelli di produzione in particolare, in una logica di miglioramento continuo delle condizioni e dei processi industriali, editoriali e di approvvigionamento.



CONCESSIONARIE DI PUBBLICITA'

Con riferimento al settore concessionarie, Cairo Communication anche nei primi nove mesi del 2020 ha operato, assieme alla società controllata Cairo Pubblicità, nella raccolta pubblicitaria sul mezzo stampa per Cairo Editore, per Editoriale Genesis (“*Prima Comunicazione*” e “*Uomini e Comunicazione*”), RCS (per l’extra settore di *Insieme Io e il mio Bambino*, *Style Piccoli*), nella raccolta pubblicitaria sul mezzo TV per i canali *La7* e *La7d*, per Turner Broadcasting (*Cartoon Network* e *Boomerang*) e per La Presse (*Torino Channel*), su internet (*Cartoon Network.it*, *Open.online*) e per la vendita degli spazi pubblicitari a bordo campo presso lo stadio Olimpico di Torino per il Torino FC.

Nel **terzo trimestre** del 2020 il settore concessionarie ha conseguito un marginale operativo lordo (EBITDA) negativo di circa Euro 0,5 milioni, (negativi Euro 1 milione nel 2019) ed un risultato operativo negativo (EBIT) pari a circa negativi Euro 0,5 milioni (negativi Euro 1,2 milioni nel 2019). Nei **primi nove mesi** del 2020, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente circa Euro 0,7 milioni e negativi Euro 1,1 milioni (rispettivamente Euro 1,1 milioni ed Euro 0,8 milioni nel 2019).

Nei primi nove mesi del 2020, la raccolta pubblicitaria sui canali *La7* e *La7d* è stata pari a complessivi Euro 95,2 milioni (Euro 103,3 milioni nel 2019), con una variazione rispetto al periodo analogo dell’esercizio precedente (-7,8%) che presenta un andamento migliore di oltre 7,5 punti percentuali rispetto al mercato pubblicitario televisivo (-15,3% secondo i dati Nielsen). Nel mese di giugno la raccolta pubblicitaria ha iniziato a registrare segni di ripresa, più che confermati nel trimestre luglio-settembre con i ricavi pubblicitari dei due canali in crescita di circa il 13% rispetto allo stesso periodo del 2019 (+7,4% il mercato televisivo, dati Nielsen).

La raccolta pubblicitaria sulle testate della Cairo Editore è stata pari a Euro 10 milioni (Euro 14,8 milioni nel 2019). Anche per i periodici, nel trimestre luglio - settembre la raccolta pubblicitaria, pari a Euro 4,1 milioni ha segnato un trend (-10%) in miglioramento rispetto a quello dei precedenti mesi del 2020.

EDITORIA TELEVISIVA (La7)

Il Gruppo è entrato nel settore dell’editoria televisiva nel 2013, con l’acquisto da Telecom Italia Media S.p.A. dell’intero capitale di *La7 S.r.l.* a far data dal 30 aprile 2013, integrando così a monte la propria attività di concessionaria per la vendita di spazi pubblicitari e diversificando la propria attività editoriale, in precedenza focalizzata nell’editoria periodica.



Alla data di acquisizione, la situazione economica di La7 comportava la necessità di dar corso ad un piano di ristrutturazione volto alla riorganizzazione e semplificazione della struttura aziendale e alla riduzione dei costi, preservando l'alto livello qualitativo del palinsesto. A partire dal mese di maggio 2013 il Gruppo ha iniziato ad implementare il proprio piano, riuscendo a conseguire già nel corso degli otto mesi maggio-dicembre 2013 un margine operativo lordo (EBITDA) positivo e consolidando negli anni successivi i risultati degli interventi di razionalizzazione dei costi implementati.

Nel **terzo trimestre** del 2020 il settore editoriale televisivo (La7) ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 0,1 milioni, in crescita rispetto al pari periodo del 2019 (negativi Euro 0,6 milioni nel 2019) ed un risultato operativo (EBIT) pari a negativi circa Euro 3 milioni (negativi Euro 3,2 milioni nel 2019).

Nei **primi nove mesi** del 2020 il settore editoriale televisivo (La7) ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) di circa negativi Euro 2,2 milioni (positivi Euro 3,4 milioni nel 2019) ed un risultato operativo (EBIT) pari a negativi circa Euro 11,5 milioni (negativi Euro 5,1 milioni nel 2019).

Nei primi nove mesi del 2020 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 3,42% nel totale giorno e al 4,83% in *prime time* (ovvero la fascia oraria 20,30-22,30), confermando il target di ascolti altamente qualitativo. Lo share di La7d è stato pari allo 0,49% nel totale giorno e 0,37% in *prime time*. I risultati di ascolto dei programmi informativi e di approfondimento della rete hanno continuato ad essere tutti eccellenti: *Otto e Mezzo* con il 7,5% di share medio da lunedì a venerdì, il *TgLa7* edizione delle 20 con il 5,5% da lunedì a venerdì, *diMartedì* con il 6,1%, *Piazzapulita* con il 5,4%, *Propaganda Live* con il 5,6%, *Non è l'Arena* con il 6,9%, *Omnibus La7* con il 4,1%, *Coffee Break* con il 4,2%, *L'Aria che tira* con il 6%, *Tagadà* con il 3,8%, *In Onda* con il 5%, *Atlantide* con il 3,2%, *Eden un pianeta da salvare* con il 2,7%, le "maratone" di Enrico Mentana (11,6% di share la puntata *Speciale Elezioni* del 26/27 gennaio).

Durante i mesi del *lockdown* (marzo/aprile) La7 non solo non ha ridotto la propria offerta di programmi (in controtendenza rispetto ad altre tv generaliste), ma ha addirittura aumentato le produzioni in diretta di quasi 1 ora al giorno, arrivando a coprire metà dell'intera programmazione giornaliera con la diretta tv. In questi due mesi La7 è stata la tv generalista con il maggior numero di ore di diretta tanto nel totale giornata quanto nelle fasce serali. Uno sforzo produttivo che il pubblico ha riconosciuto e che ha premiato La7 con i migliori ascolti degli ultimi 2 anni in *prime time*.

Nei nove mesi, La7 ha prodotto mediamente oltre 14 ore di programmi di genere informativo al giorno, ampliando leggermente il divario rispetto alle reti che la seguono (Rai 1 con poco più di 11



ore e mezzo e Rai 3 con poco più di 11 ore). In termini di ore di diretta, La7 mantiene il secondo posto sia nel totale giornata (quasi 10 ore di media) alle spalle di Rai 1 (11,5), sia in prima serata (2,3 ore) dietro a Rete 4 (2,6 ore)

Sul fronte web nei nove mesi sono stati conseguiti ottimi risultati con 434 mila utenti unici medi giornalieri (più del doppio rispetto al pari periodo 2019) sui siti La7 (La7.it, TGla7.it, Sedanoallegro.it) e le app La7 e TGla7 e oltre 1,2 milioni di visualizzazioni medie al giorno (+77% rispetto al 2019), alle quali si aggiungono altri 1,3 milioni di visualizzazioni medie giornaliere generate dai canali La7 sulla piattaforma YouTube (+73% rispetto al 2019). Nei primi nove mesi del 2020 le stream views medie giornaliere sui siti La7 sono state 542 mila (quasi il doppio rispetto al 2019, +92%). Nei priminove mesi del 2020, sono stati conseguiti ottimi risultati 6 milioni di utenti unici medi mensili, più che raddoppiati rispetto al pari periodo 2019 (2,9 milioni). In particolare, nel mese di marzo l'audience digitale di La7 ha segnato risultati importanti con 13,6 milioni di utenti unici medi mensili (oltre il quadruplo rispetto allo stesso mese del 2019), 81 milioni di visualizzazioni di pagina (+358% rispetto al 2019) e 36,5 milioni di stream views in un solo mese (+449% rispetto al 2019).

Per La7 sono previste iniziative di sviluppo dei ricavi incentrate su (i) il rafforzamento della presenza sul digitale, (ii) l'ideazione di nuovi programmi e (iii) lo sviluppo delle potenzialità di ascolto del canale La7d.

RCS

Il Gruppo è entrato nel settore dell'editoria quotidiana nel corso del 2016, con l'acquisizione del controllo di RCS.

RCS, direttamente e attraverso le sue controllate, è attiva - in Italia e in Spagna - nella pubblicazione e commercializzazione di quotidiani, periodici (settimanali e mensili), nella relativa attività di raccolta pubblicitaria su stampa e online, e nella distribuzione editoriale nel canale delle edicole.

In particolare, in Italia RCS edita i quotidiani il *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport*, oltre a numerosi periodici settimanali e mensili, tra cui *Io Donna*, *Oggi*, *Amica*, *Living*, *Style Magazine*, *Sportweek*, *Sette*, *Dove* e *Abitare*.

In Spagna è attiva attraverso la controllata Unidad Editorial S.A. che pubblica i quotidiani *El Mundo*, *Marca* ed *Expansion*, oltre a numerosi periodici, tra cui *Telva*, *YoDona*.

RCS è inoltre marginalmente attiva, in Italia, nel mercato della *pay tv*, attraverso il canale televisivo satellitare *Caccia e Pesca* ed edita anche le web tv del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*. A partire dal 1° luglio 2020 i canali *Lei*, *Lei +1* e *Dove* hanno cessato la programmazione sulla piattaforma SKY.



In Spagna è presente con la prima radio sportiva nazionale *Radio Marca*, con la web tv di *El Mundo* ed emette attraverso il multiplex Veo i due canali di tv digitale *GOL* e *DMax*.

RCS organizza, inoltre, attraverso RCS Sport ed RCS Sports & Events eventi sportivi di significativa rilevanza a livello mondiale (*inter alia*: il *Giro d'Italia*, l'*UAE Tour*, la *Milano City Marathon* e la *Color Run*) e si propone come *partner* per l'ideazione e l'organizzazione di eventi attraverso RCS Live.

Con *Solferino* - i libri del *Corriere della Sera* è attiva nell'editoria libraria e a partire da marzo 2019 opera *RCS Academy* la nuova Business School del gruppo.

RCS ha conseguito negli esercizi precedenti al 2016 risultati negativi ed ha intrapreso un processo di ristrutturazione operativa mirante a ripristinare la redditività. Nel 2016 ha conseguito un risultato netto di Euro 3,5 milioni³ che ha segnato il ritorno per il Gruppo RCS a un risultato netto positivo (il primo dal 2010) e nel 2017, 2018 e 2019 un risultato netto di rispettivamente Euro 71,1 milioni, Euro 85,2 milioni ed Euro 68,5 milioni.

Nel **terzo trimestre 2020**, grazie alle azioni implementate per il sostegno e lo sviluppo dei ricavi, così come per il contenimento dei costi, RCS è riuscita a conseguire un margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato di pertinenza del Gruppo in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo 2019, confermando le aspettative comunicate a fine luglio 2020. Si segnalano gli effetti positivi legati alla buona ripresa in Italia dei ricavi pubblicitari del terzo trimestre il cui ammontare complessivo è risultato pari ai ricavi pubblicitari realizzati nel terzo trimestre 2019. Sempre in Italia, nel terzo trimestre la raccolta pubblicitaria on-line, ha registrato un incremento (+31% rispetto allo stesso periodo del 2019).

Nei **primi nove mesi del 2020**, in un contesto caratterizzato dall'incertezza conseguente l'emergenza sanitaria, con i principali mercati di riferimento in calo, RCS ha conseguito - nel bilancio consolidato di Cairo Communication - un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 30,1 milioni⁴ ed un margine operativo (EBIT) di negativi Euro 9,4 milioni (rispettivamente Euro 107,1 milioni ed Euro 63 milioni nel 2019). Escludendo gli oneri e proventi non ricorrenti (Euro -3,5 milioni l'effetto complessivo in quanto pari a Euro -5,8 milioni nei primi nove mesi 2020 ed Euro -2,3 milioni nel pari periodo 2019), il margine operativo lordo si attesterebbe a Euro 35,9 milioni, con una variazione sostanzialmente riconducibile agli effetti determinati dall'emergenza

³ Relazione finanziaria annuale 2016 di RCS

⁴ Si ricorda che RCS utilizza una definizione di EBITDA differente rispetto al Gruppo Cairo Communication, come indicato nel successivo paragrafo "Indicatori alternativi di performance". Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nei primi nove mesi del 2020 a complessivi Euro 2,4 milioni - l'EBITDA riportato nel resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2020 di RCS, approvato in data 9 novembre 2020 è pari a Euro 27,7 milioni.



sanitaria coronavirus per la mancata realizzazione nei primi nove mesi di alcuni eventi sportivi e non sportivi (-53,8 milioni tra ricavi diversi e pubblicitari), tra i quali il *Giro d'Italia* (realizzato in ottobre) e la *Milano Marathon* e alcuni *mass events* differiti all'esercizio 2021, il calo delle diffusioni dei quotidiani sportivi (Euro -36,7 milioni) ed il calo della raccolta pubblicitaria (Euro -70,4 milioni) al netto di quanto già considerato per gli eventi)

Come prima misura di reazione, il Gruppo si è organizzato per poter proseguire in sicurezza le sue attività e minimizzarne gli impatti in termini di salute e sicurezza sul lavoro, attivando lo *smart working* e promuovendo il più possibile il lavoro agile a distanza.. In tale contesto sono stati poi implementati, interventi su tutte le voci di costo, quali ad esempio quelli volti al contenimento dei costi del borderò e delle collaborazioni in particolare per i supplementi, gli speciali e le edizioni locali

Sono poi stati aperti diversi tavoli negoziali per perseguire l'opportunità di adeguare la struttura dei costi agli attuali volumi di attività. In tale contesto sono già stati conclusi alcuni accordi sindacali per lo smaltimento delle ferie arretrate, la messa in cassa integrazione parziale - nel trimestre maggio-luglio - del personale impiegatizio, la cassa integrazione del personale dell'area organizzazione eventi sportivi. Direttori e dirigenti hanno dato su base volontaria la loro disponibilità ad una riduzione di parte dello stipendio, per i mesi da maggio a dicembre 2020, quale loro partecipazione alla manovra complessiva di contenimento dei costi aziendali.

Nei primi giorni di aprile, in Italia sono stati firmati gli accordi sindacali per i piani di prepensionamento relativi a 38 giornalisti del *Corriere della Sera* (su una popolazione di 353) e 175 impiegati di RCS MediaGroup Italia (su una popolazione di 840). Nel mese di giugno si è completato l'iter procedurale con il Ministero del Lavoro finalizzato al prepensionamento di 35 unità su 95 relative allo stabilimento di Pessano della RCS Produzioni Milano.

In settembre, è entrato nella prima fase di esecuzione il piano di prepensionamento di RCS MediaGroup – che si concluderà nell'ottobre del 2021 - con l'uscita di 62 impiegati nel mese di settembre ed è quindi stata intensificata l'azione di riorganizzazione dei processi editoriali e produttivi.

I piani di prepensionamento si inseriscono nel contesto della riorganizzazione in corso, anche dei processi editoriali, proiettata allo sviluppo del digitale ed è funzionale anche al conseguimento di una maggiore flessibilità così come all'ingresso di nuove competenze.

Anche in Unidad Editorial, sono stati aperti diversi tavoli sindacali volti a negoziare un piano temporaneo dare flessibilità alla forza lavoro rispetto al mutato scenario di mercato caratterizzato da una riduzione della domanda (principalmente pubblicità e diffusione, nonché eventi e determinati contenuti editoriali). Lo strumento a cui si è fatto principalmente ricorso (Erte) ha una durata limitata



(4 mesi) e prevede l'accesso per i dipendenti agli ammortizzatori sociali. Gli interventi hanno riguardato sostanzialmente tutta la popolazione aziendale. Gli interventi hanno riguardato sia sospensioni temporanee del contratto di lavoro, sia riduzioni di orario. Per il personale direttivo sono state previste riduzioni su base volontaria della retribuzione senza ricaduta sull'orario di lavoro e senza accesso agli ammortizzatori sociali.

Nei primi nove mesi del 2020 i ricavi operativi netti consolidati di RCS si attestano a circa Euro 493,7 milioni e presentano nel loro complesso un decremento di Euro 180,2 milioni rispetto al 2019. La flessione deriva principalmente dagli effetti dell'emergenza sanitaria ed ha contribuito in misura significativa la descritta mancata realizzazione di alcuni eventi sportivi e non, il calo delle diffusioni dei quotidiani sportivi ed il calo della raccolta pubblicitaria. I ricavi digitali complessivi di RCS (Italia e Spagna), che ammontano a circa Euro 108,6 milioni, hanno raggiunto un'incidenza del 22% sui ricavi complessivi. La raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi on-line si attesta nei primi nove mesi del 2020 ad Euro 78,1 milioni, con un'incidenza del 42% sul totale ricavi pubblicitari. In particolare in Spagna la raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi *on-line* ha raggiunto un peso pari ad oltre il 59% del totale dei ricavi pubblicitari netti dell'area.

Entrambi i quotidiani italiani confermano a settembre 2020 la loro posizione di leadership diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: ADS).

In Italia, nei primi nove mesi del 2020 le copie medie giornaliere diffuse di *Corriere della Sera* si attestano a 266 mila, includendo le copie digitali, e quelle de *La Gazzetta dello Sport* a 99 mila copie, incluse le copie digitali (Fonte: ADS gennaio-settembre 2020). La diffusione edicola di *La Gazzetta dello Sport* ha risentito, a partire da marzo, del contesto indotto dalla sospensione dell'attività sportiva a livello mondiale e dalla chiusura dei bar e locali pubblici, che rappresentano una parte importante della diffusione. Il *Corriere della Sera* nei primi nove mesi del 2020 ha per contro contenuto la riduzione delle diffusioni in edicola al --6% rispetto al pari periodo 2019 (Fonte: ADS gennaio-settembre 2020 – canali previsti dalla legge).

In questo periodo di emergenza il *Corriere della Sera*, per la sua riconosciuta autorevolezza ed il forte posizionamento editoriale, è riuscito infatti a confermare le diffusioni in edicola previste e soprattutto ad accelerare la crescita dello sviluppo digitale. A fine settembre la *customer base* digitale totale attiva per il *Corriere della Sera* (*digital edition, membership e m-site*) è risultata di 285 mila abbonamenti, in crescita del 78% rispetto al pari periodo del 2019.

I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS, con i brand *Corriere* e *Gazzetta* che si attestano nei primi nove mesi rispettivamente a 28,9 milioni (21,5 milioni nel pari periodo 2019) e a 13,8 milioni (11,6 milioni nel pari periodo 2019) di utenti



unici medi mese (Fonte: Audiweb 2.0). In particolare *Corriere* ha registrato nei primi 9 mesi del 2020 4,4 milioni di utenti unici medi giorno rispetto ai 2,5 del pari periodo 2019.

La diffusione media giornaliera di *El Mundo* nei primi nove mesi 2020 si attesta complessivamente a 70 mila copie (incluse le copie digitali - Fonte Interna). Le diffusioni medie giornaliere del quotidiano sportivo *Marca* (comprese le copie digitali) nel periodo calano a circa 65 mila (Fonte Interna), mentre nei primi nove mesi 2020 *Expansión* registra una diffusione media giornaliera di circa 26 mila copie, comprese le copie digitali (Fonte Interna). Quest'ultimi due quotidiani confermano a settembre 2020 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: OJD).

Anche per la Spagna i principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di Unidad Editorial, con *elmundo.es*, *marca.com* e *expansion.com* che si attestano nei primi nove mesi del 2020 rispettivamente a 23 milioni, 17 milioni e 7 milioni di utenti unici medi mese (Fonte: Comscore IP Spagna che considera il solo traffico proveniente dalla Spagna). In settembre, *Elmundo.es* è risultato leader di mercato con 24,6 milioni di utenti unici (Fonte Comscore) in crescita del 15,6% rispetto al mese precedente (stabile il mercato) e del 16,7% verso lo stesso mese del 2019 (con mercato che cresce dell' 1.5%). Durante il mese di settembre, *El Mundo* ha anche superato i 50 mila abbonamenti digitali.

Al 30 settembre 2020 l'indebitamento finanziario netto di RCS è pari a Euro 106 milioni, in miglioramento di circa Euro 25,8 milioni rispetto al 31 dicembre 2019, grazie principalmente ai flussi di cassa positivi per Euro 31,6 milioni della gestione tipica e agli effetti positivi della cessione della partecipazione in Last Lap (Euro 4 milioni), in parte compensati dagli esborsi per investimenti (Fonte: management reporting).

L'indebitamento finanziario netto complessivo di RCS, comprensivo anche delle passività finanziarie relative a contratti di locazione iscritti in bilancio ex IFRS 16 pari a Euro 160 milioni (principalmente locazioni di immobili), è pari a Euro 266 milioni (Euro 307,1 milioni al 31 dicembre 2019).

Le attività di RCS hanno continuato ad essere focalizzate anche sulla valorizzazione dei contenuti editoriali, lo sviluppo dei brand esistenti ed il lancio di nuovi progetti, con una costante attenzione al contenimento dei costi.

In Italia, limitandosi alle principali iniziative:

- il 13 febbraio è nata l'App de *La Lettura*, che rende disponibile il supplemento culturale del *Corriere della Sera* anche su *smartphone* e *tablet*;



-
- nel mese di marzo sono state pubblicate alcune opere editoriali collaterali dedicate al tema del Coronavirus, tra cui: “50 domande sul coronavirus – Gli esperti rispondono” edito da Solferino, “Virus la grande sfida” di Roberto Burioni e “Nel contagio” di Paolo Giordano;
 - sempre nel mese di marzo è stato lanciato da *La Gazzetta dello Sport* il nuovo sito *CheAutoCompro.it*, in collaborazione con Accenture Interactive, per i utenti che stanno valutando l’acquisto di una nuova automobile;
 - il 7 aprile, a un anno dal debutto di *economia.corriere.it* (sito dell’area economica di *Corriere della Sera*), è nato “*Professionisti*”, un nuovo canale dedicato al mondo degli ordini professionali, delle casse previdenziali e delle Partite IVA;
 - anche *La Gazzetta dello Sport* ha ideato alcune iniziative legate al periodo dell’emergenza sanitaria e a sostegno della diffusione;
 - nel mese di aprile, in attesa di poter vivere il *Giro d’Italia* lungo le strade d’Italia, si è svolto il “*Giro d’Italia Virtual by Enel*”;
 - in aprile inoltre, a supporto dell’industria automobilistica, è partita su web e carta la nuova iniziativa di *Gazzetta Motori* (sito editoriale motori che a marzo si è classificato primo davanti a player storici) denominata *#riaccendiamoimotori* con proposte soluzioni e idee per far ripartire il mondo dell’auto, dando voce ai protagonisti del settore;
 - nel mese di maggio la proposta di eventi di RCS è stata trasformata e reinventata con la nascita di “*Digilive*”, una piazza virtuale per la realizzazione di eventi digitali. I principali eventi in palinsesto sono stati: *Cook@Home* (che anticipa “*Cibo a regola d’arte*”), *#campbusadistanza* (incontro digitale sui temi della scuola e della tecnologia), “*Pianeta 2020*” (interviste ed interventi sui temi della sostenibilità e del futuro del pianeta) e “*Civil Week Lab*” (dedicato alle persone, alla solidarietà e all’economia civile);
 - il 10 giugno *Corriere Innovazione* ha presentato una nuova versione *on-line* migliorata e semplificata, arricchita di firme e nuovi temi, introducendo anche “*Innovazione TV*”, un canale capace di ospitare fino a 200 video, in particolare i “*digital lunch*” tavole rotonde a cura di Massimo Sideri, aventi per argomento la cultura dell’innovazione e la digitalizzazione della società;
 - l’11 giugno su *corriere.it* ha debuttato il quotidiano “*Design News 2020*” (firmato dai giornalisti di *Living* e *Corriere della Sera*), con incontri digitali di *Casa Corriere*: l’iniziativa ha come partner istituzionale il “Salone nel Mobile”;
 - nel mese di giugno, a 100 giorni dalla partenza, è stata rilasciata una nuova versione del sito web del *Giro d’Italia*, una piattaforma che presenta una fruibilità semplice e veloce, contenuti dinamici, video, foto, percorsi, classifiche, iniziative speciali e la novità podcast;



-
- il 3 luglio è stata lanciata la nuova app de *La Gazzetta dello Sport* che propone l’offerta editoriale presente sul sito di *Gazzetta* con un’esperienza di fruizione ottimizzata e maggiormente personalizzata grazie alle molte funzionalità aggiuntive;
 - nel mese di luglio è nato *Corriere Daily*, il podcast del *Corriere della Sera* che si ispira alle esperienze del *New York Times* e del *Guardian*, un audio della durata di circa 20 minuti in cui le voci dei giornalisti del *Corriere della Sera* raccontano storie, persone e luoghi;
 - in occasione della ripresa dello sport, *La Gazzetta dello Sport* ha organizzato una serie di eventi e iniziative, tra cui l’evento “*Sport is back*” (16 luglio 2020) e la collana *I Miti dello Sport*, composta da trenta volumi, dedicati ai campioni che hanno scritto le pagine leggendarie dello sport.;
 - il 29 settembre è stata rilasciata una nuova *App* del Giro d’Italia, che permette di seguire la corsa in tempo reale su tablet e telefonini; è disponibile in quattro lingue (italiano, inglese, spagnolo e francese) ed è suddivisa in cinque sezioni (percorso, live, classifiche, squadre e notizie);
 - nel mese di settembre, ha avuto luogo la settima edizione dell’evento “*Il tempo delle donne*”, dal titolo “*RiGenerazioni*”, con la possibilità di partecipare direttamente agli incontri, per un numero di posti limitato dalla attuale situazione, o di seguirli in streaming su *corriere.it* e su *iltempodelledonne.it*. L’evento ha avuto grande successo, registrando il tutto esaurito in Triennale Milano e oltre 12 milioni di *view online*;
 - il 30 settembre è uscito il primo numero di un *ViviMilano* rinnovato.

Nel mese di ottobre si è tenuta la terza edizione del “*Festival dello Sport*”, intitolata “*We are the champions*”, completamente digitale. Quest’anno teatri, sale e piazze di Trento non hanno ospitato fisicamente le manifestazioni, per una attenzione verso l’emergenza sanitaria. Incontri, talk show, interviste e camp sono stati fruibili senza limiti attraverso la piattaforma digitale *Digilive*.

Sempre in ottobre è stato lanciato il nuovo canale verticale *Cook.it*, e si è tenuta la prima versione digilive di “*Cibo a regola d’arte*”, il festival del *Corriere della Sera* dedicato alla cura dell’alimentazione.

RCS Academy, la nuova *business school* del Gruppo, sta proseguendo il proprio piano di sviluppo, evolvendo ed adattandosi al contesto di riferimento, cambiato repentinamente a partire dal mese di marzo 2020. Nella prima parte dell’anno è stato portato a termine il passaggio alla versione digitale di tutte le attività, consentendo di fronteggiare con successo anche il trascorso periodo di *lock down* durante il quale le *business conference* e l’intera didattica dei *master* (comprensiva degli esami di gruppo o individuali) sono state effettuate in modalità *on-line*.



Da gennaio a settembre 2020 sono stati erogati in totale 15 master, di cui 9 master avviati nel 2019 e completati nei primi mesi dell'anno e 6 master lanciati nel corso di quest'anno, nonché 11 *on-line talks* (business conference), in diretta live su *Corriere.it* con 3 milioni di streaming video.

A partire dal mese di ottobre sono stati avviati degli altri master *full time* e *part time* per giovani laureati e manager, come previsto dal programma di formazione e sono stati realizzati due *on-line talk*, uno sul *Retail & Food Business* (in data 3 ottobre) e l'altro su Energia e Imprese (in data 20 ottobre), con i protagonisti del mondo dell'energia, della sostenibilità e della finanza, le istituzioni e le grandi firme di *Corriere della Sera*.

In Spagna, limitandosi alle principali iniziative:

- il 21 febbraio 2020 è stata presentata l'evoluzione della rivista mensile *MarcaMotor* in *Marca Coches y motos*, nuovo portale dedicato al mondo dei motori;
- il 15 marzo 2020 *El Mundo* ha lanciato una nuova offerta editoriale della domenica, contraddistinta da una prima pagina formato *broadsheet* con approfondimenti e contenuti esclusivi, nonché da una sezione *Salute* mirata ad una esigenza crescente di informazione salutistica e sanitaria evidente soprattutto in questo periodo. Inoltre a centro giornale viene distribuito anche il supplemento *Actualidad Economica*, pubblicazione di informazione specializzata su investimenti e *business* in linea con i grandi periodici europei;
- il 16 marzo 2020 *Diario Medico* e *Correo Farmaceutico* hanno rafforzato la loro presenza digitale fondendo le due testate web in un'unica piattaforma per professionisti che operano nel settore sanitario. L'offerta cartacea passa da una frequenza settimanale per ogni testata a 9 numeri speciali pubblicati in mesi selezionati per mantenere comunque una presenza fisica nel mercato;
- il 18 marzo 2020 *Expansion*, ha lanciato il proprio modello a pagamento digitale, del tutto simile a quanto fatto per *El Mundo* alla fine del 2019 (modello *Freemium*), pubblicando una gran parte dei contenuti esclusivi del giornale oltre ad analisi e approfondimenti;
- durante il periodo di *lock down*, *El Mundo.es* ha messo in campo una produzione di contenuti relativi al COVID-19 e alla situazione in Spagna che ha intercettato il grande interesse informativo e che si è tradotta in una crescita molto importante di traffico, raggiungendo la leadership assoluta in Spagna nel mese di settembre con 24,6 milioni di utenti unici (Fonte Comscore). Anche gli abbonamenti al modello *pay* sono cresciuti fortemente, superando i 50 mila abbonamenti nel mese di settembre, grazie anche al lancio di nuove newsletter a tema COVID-19 e ad eventi digitali nei quali la partecipazione era ammessa solo da parte degli abbonati alla versione *premium*;



-
- nei mesi di aprile, maggio e giugno l'area *Salud* è risultata fondamentale per coprire l'informazione relativa alla pandemia COVID-19 a livello di politica sanitaria, professione sanitaria, salute pubblica, e investigazione scientifica principalmente con *El Mundo* e attraverso il portale *Cuidate+* in *Marca*;
 - durante il periodo dello stato di allerta sanitario, *Marca.com* ha dato il via a una serie di tornei ed eventi legati al mondo dello sport, con streaming in diretta su *marca.com* e altre piattaforme social;
 - il 21 di giugno, giorno della fine dello stato di allerta sanitario, *El Mundo* ha pubblicato una Edizione Speciale '*100 dias de alarma*' nel quale erano inclusi analisi, reportage e riflessioni relativi a tutti gli eventi e le conseguenze che si sono prodotte durante questi 100 giorni;
 - in data 8 settembre sul *elmundo.es* si è tenuto un importante dibattito con la partecipazione *on-line* in esclusiva del presidente del Partito Popolare, intervistato con domande in diretta solo dagli abbonati *Premium* e dagli altri media, ma accessibile a tutti. L'evento ha condotto ad importanti risultati in termini di utenti e visualizzazioni e il dibattito ha avuto una grande risonanza mediatica e sociale;
 - a fine settembre *elmundo.es* ha lanciato la sezione classified *Anuncios*, attraverso la quale mette a disposizione dell'impresa Rubbrik uno spazio nel sito per proporre i propri contenuti di offerte immobiliari, di auto e lavoro. ;
 - a settembre *Marca* ha lanciato un nuovo applicativo informatico per permettere ai vari giornalisti di commentare le partite più importanti della stagione di calcio in maniera innovativa e simultanea arricchendo le dirette con contenuti editoriali addizionali (foto, video di propria produzione, integrazione con i social, etc).

Nel mese di ottobre si è tenuto ad Alcalà de Henares il primo *Foro Economico Internazionale di Expansión*, realizzato in collaborazione con lo Studio Ambrosetti, in cui i principali esponenti dell'imprenditoria, della politica e dell'economia spagnola ed internazionale si sono incontrati di persona, nel rispetto dei protocolli COVID-19, e digitalmente per discutere l'attuale situazione macroeconomica nazionale ed internazionale e dibattere su alcuni temi rilevanti come le sfide e le opportunità per le imprese e la società nell'era della pandemia; il tema dell'uguaglianza nella società moderna; l'economia circolare e un futuro sostenibile come leva di innovazione e crescita; la costruzione di sistemi sanitari e medici resistenti e preparati per epoche incerte; la tecnologia come strumento sempre più fondamentale per affrontare le sfide future; la competitività europea nel nuovo assetto mondiale e come cambiano le relazioni internazionali.



Nel prossimo mese di novembre, si terrà la seconda edizione del *Marca Sport Weekend*, il festival dello sport di *Marca* che per l'edizione 2020 si svolgerà per lo più in digitale attraverso una piattaforma innovativa che replica virtualmente gli spazi fisici del festival. L'edizione, con il titolo "Campioni", vedrà il coinvolgimento di diverse stelle del mondo dello sport internazionale (tra i quali Luis Figo, Fernando Alonso, Pau Gasol, Miguel Indurain, Usain Bolt, Rafael Nadal per la presentazione della serie TV Amazon Prime dedicata a lui e realizzata da Unidad Editorial), per finire con la celebrazione della Nazionale spagnola di calcio nel decimo anniversario della Coppa del Mondo vinta in Sudafrica nel 2010.

Con riferimento al contenzioso di RCS relativo al complesso immobiliare di via Solferino, non essendo intervenuti fatti nuovi nel periodo di riferimento del presente resoconto intermedio di gestione, si rimanda a quanto indicato al paragrafo "*Altre informazioni*" della relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2020.

**

OPERATORE DI RETE (CAIRO NETWORK)

La società del Gruppo Cairo Network nel 2014 ha partecipato alla procedura indetta dal Ministero dello Sviluppo Economico per l'assegnazione dei diritti d'uso di frequenze in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre, aggiudicandosi i diritti d'uso, per la durata di 20 anni, di un lotto di frequenze ("mux") ed ha quindi sottoscritto nel gennaio 2015 con EI Towers S.p.A. un accordo per la realizzazione e la successiva gestione tecnica pluriennale in modalità full service (ospitalità, assistenza e manutenzione, utilizzo dell'infrastruttura di trasmissione, ecc.) della rete di comunicazione elettronica per la diffusione broadcast di servizi media audiovisivi sulle risorse frequenziali assegnate. Il mux ha una copertura almeno pari al 94% della popolazione nazionale, con standard di livelli di servizio di alta qualità.

A partire da gennaio 2017 il mux è utilizzato per la trasmissione dei canali di La7. La residua capacità potrà essere utilizzata per trasmettere nuovi canali che il Gruppo Cairo Communication intendesse lanciare nonché per fornire a terzi capacità trasmissiva.

La relazione finanziaria semestrale 2020 contiene una descrizione dettagliata dell'attuale fase di evoluzione del quadro normativo e regolamentare inerente i diritti d'uso delle frequenze televisive, conseguente le previsioni delle Leggi di Bilancio 2018 e 2019, e della specifica e peculiare posizione di Cairo Network in relazione a tale contesto.



IL TROVATORE

Nei primi nove mesi del 2020 è continuata la attività de Il Trovatore che eroga principalmente servizi tecnologici per lo sviluppo e manutenzione delle piattaforme internet delle società del Gruppo.

2. 5. Rapporti con società controllanti e controllate

Sono state identificate come parti correlate:

- le entità controllanti dirette e indirette di Cairo Communication S.p.A., le loro controllate, le collegate e le consociate del Gruppo. La controllante ultima del Gruppo è U.T. Communications S.p.A.;
- amministratori, sindaci e dirigenti con responsabilità strategiche e i loro familiari stretti.

Si forniscono nelle seguenti tabelle i dettagli dei rapporti con parti correlate suddivisi per linee di bilancio. Sono esclusi i rapporti infragruppo eliminati nel processo di consolidamento.

Crediti e attività finanziarie (valori in milioni di Euro)	Crediti commerciali	Crediti consolidato fiscale	Altre attività finanziarie correnti
Società controllanti	-	0,4	-
Società collegate	18,9	-	23,0
Altre consociate	1,3	-	-
Altre parti correlate	0,2	-	-
Totale	20,4	0,4	23,0

Debiti e passività finanziarie (valori in milioni di Euro)	Debiti commerciali e altri debiti	Altre passività finanziarie correnti	Altre passività finanziarie non correnti
Società controllanti	-	-	-
Società collegate	14,4	1,4	-
Altre consociate	1,3	-	-
Altre parti correlate	-	-	-
Totale	15,6	1,4	-



Ricavi e costi (valori in milioni di Euro)	Ricavi operativi	Costi operativi	Proventi finanziari
Società controllanti	-	-	-
Società collegate	199,4	(66,3)	0,5
Altre consociate	0,1	(1,4)	-
Altre parti correlate	0,3	(0,2)	-
Totale	199,8	(67,8)	0,5

I rapporti verso le società collegate si riferiscono prevalentemente:

- alla società m-dis Distribuzione Media S.p.A., che opera in Italia quale distributore nel canale edicola per il Gruppo RCS, verso la quale le società del Gruppo hanno realizzato nei primi nove mesi 2020 ricavi per Euro 199,3 milioni, proventi finanziari per Euro 0,5 milioni e sostenuto costi per Euro 52,5 milioni e detengono crediti commerciali per Euro 18,7 milioni, crediti finanziari per Euro 23 milioni, debiti commerciali per Euro 2,9 milioni e debiti finanziari correnti per Euro 1,4 milioni;
- alle società collegate appartenenti al Gruppo Bermont, verso la quale le società del Gruppo che operano in Spagna nella stampa di quotidiani, periodici e altri prodotti editoriali (Gruppo Unidad Editorial) hanno, nei primi nove mesi 2020, sostenuto costi per Euro 13,4 milioni e detengono debiti commerciali per Euro 11,5 milioni.

I rapporti con società consociate riguardano principalmente:

- l'accordo di concessione in essere tra Cairo Pubblicità S.p.A. e Torino FC S.p.A. (società controllata da U.T. Communications) per la vendita degli spazi pubblicitari a bordo campo e di pacchetti di sponsorizzazione promo-pubblicitaria. Per effetto di tale contratto nei primi nove mesi 2020 sono state riconosciute al concedente quote editore per Euro 1,3 milioni a fronte di ricavi per Euro 1,6 milioni al netto degli sconti di agenzia. Cairo Pubblicità ha maturato anche ulteriori provvigioni attive per Euro 70 mila;
- l'accordo in essere tra la Cairo Communication S.p.A. ed il Torino F.C. per l'erogazione di servizi amministrativi quali la tenuta della contabilità, che prevede un corrispettivo annuale di Euro 0,1 milioni.

I rapporti con "altre parti correlate" si riferiscono principalmente ai rapporti commerciali di RCS con i gruppi Della Valle e Pirelli verso i quali le società del Gruppo hanno realizzato ricavi per complessivi Euro 0,3 milioni. I crediti commerciali ammontano a Euro 0,2 milioni.

Le operazioni effettuate nel corso dell'anno con parti correlate, ivi comprese quelle infragrupo, non sono qualificabili né come atipiche né come inusuali, rientrando nel normale corso di attività delle



società del Gruppo. Dette operazioni sono regolate a condizioni di mercato, tenuto conto delle caratteristiche dei beni e servizi prestati.

Nei primi nove mesi del 2020:

- Cairo Communication e le sue controllate diverse da quelle appartenenti al Gruppo RCS hanno riconosciuto agli Amministratori, ai Sindaci, ai Direttori Generali e ai Dirigenti con responsabilità strategiche compensi per complessivi Euro 2,1 milioni.

- il Gruppo RCS ha riconosciuto agli Amministratori, ai Sindaci e ai Dirigenti con responsabilità strategiche compensi per complessivi Euro 4,7 milioni.

Nei primi nove mesi 2020 non sono state concluse operazioni con componenti del Consiglio di Amministrazione, direttori generali e/o dirigenti con responsabilità strategica, componenti del Collegio Sindacale, dirigente preposto, ulteriori rispetto ai compensi erogati e quanto già evidenziato nella presente nota.

Le procedure adottate dal Gruppo per le operazioni con parti correlate, ai fini di assicurarne la trasparenza e la correttezza sostanziale e procedurale, poste in essere dal Gruppo, sono descritte nella “Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari” del 2019.

Eventi successivi alla chiusura del semestre ed evoluzione prevedibile della gestione

Nei primi nove mesi del 2020, in un contesto caratterizzato dall’incertezza conseguente l’emergenza sanitaria, con i principali mercati di riferimento in calo, in particolare quello pubblicitario in Italia e Spagna:

- Il **Gruppo** ha conseguito nel **terzo trimestre 2020**, grazie alle azioni implementate per il sostegno e lo sviluppo dei ricavi, così come per il contenimento dei costi un margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato netto di pertinenza del Gruppo in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo 2019, confermando le aspettative comunicate a fine luglio 2020;
- con un dato aggregato di oltre 30,6 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni) nel periodo gennaio-settembre 2020 (*fonte Audiweb Media View*) sulle *properties* digitali di RCS e La7, il **Gruppo** si posiziona quale quinto media player digitale in Italia, preceduto solo dalle grandi piattaforme *Google, Facebook, Amazon e Microsoft*;
- **RCS** nei nove mesi ha continuato a generare flussi di cassa positivi con l’indebitamento finanziario che si riduce di Euro 25,8 milioni rispetto a fine 2019 ed ha conseguito un margine



operativo lordo positivo di Euro 30,1 milioni⁵, impattato da oneri non ricorrenti netti per 5,8 milioni. Nell'attuale contesto di emergenza sanitaria, il *Corriere della Sera* grazie alla sua autorevolezza ha confermato le previsioni di vendita in edicola e soprattutto ha accelerato la crescita del digitale: a fine settembre la sua *customer base* digitale totale attiva (*digital edition*, *membership* e *m-site*) risulta pari a 285 mila abbonamenti, in crescita del 78% rispetto a settembre 2019. Nel periodo gennaio-settembre 2020, il brand *Corriere* ha registrato 28,9 milioni di utenti unici medi mese rispetto ai 21,5 milioni del pari periodo 2019 e 4,4 milioni di utenti unici giornalieri medi mese (2,5 nel 2019) (fonte Audiweb 2.0);

- il **settore editoriale televisivo La7** ha confermato gli elevati livelli di ascolto del canale La7 (3,42% sul totale giorno e 4,83% in *prime time*). Nei primi nove mesi del 2020, la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi Euro 95,2 milioni (Euro 103,3 milioni nel 2019), con una variazione rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (-7,8%), che presenta un andamento migliore di oltre 7,5 punti percentuali rispetto al mercato pubblicitario televisivo (-15,3% secondo i dati Nielsen). A partire dal mese di giugno la raccolta pubblicitari ha iniziato a registrare segni di ripresa, più che confermati nel trimestre luglio-settembre con i ricavi dei due canali in crescita di circa il 13% rispetto allo stesso periodo del 2019 (+7,4% il mercato televisivo, dati Nielsen). L'andamento positivo è stato confermato anche in ottobre (oltre il 5% rispetto allo stesso mese del 2019);
- il **settore editoriale periodici Cairo Editore** ha realizzato nei nove mesi risultati in crescita rispetto a quelli del periodo analogo del 2019, confermato elevati livelli diffusionali delle testate pubblicate e continuato a perseguire il miglioramento dei livelli di efficienza raggiunti nel contenimento dei propri costi.

Nei primi nove mesi del 2020, ed in particolare nel primo semestre dell'esercizio, i risultati del Gruppo sono stati impattati dalla diffusione del Coronavirus e dalle conseguenti misure restrittive per il suo contenimento poste in essere da fine febbraio da parte delle autorità pubbliche dei paesi interessati.

L'emergenza sanitaria, oltre al grave impatto sociale, ha avuto e sta avendo ripercussioni sull'organizzazione e i tempi del lavoro, sull'attività del Gruppo e sull'andamento dell'economia, determinando un contesto di generale forte incertezza.

⁵ Si ricorda che RCS utilizza una definizione di EBITDA differente rispetto al Gruppo Cairo Communication, come indicato nel precedente paragrafo "Indicatori alternativi di performance". Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nei primi nove mesi del 2020 a complessivi Euro 2,4 milioni - l'EBITDA riportato nel resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2020 di RCS, approvata in data 9 novembre 2020 è pari a Euro 27,7 milioni.



Nel corso del 2020, il Gruppo ha comunque sempre mantenuto “accesa” tutta la sua offerta informativa venendo incontro al crescente bisogno del pubblico di essere informato, garantendo un servizio puntuale ai propri spettatori e lettori e a tutte le edicole. I programmi di *La7*, le edizioni quotidiane del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*, in Italia e di *El Mundo*, *Marca* ed *Expansion* in Spagna, i periodici e le piattaforme web e social del Gruppo, stanno svolgendo un ruolo centrale nell’informazione e nel racconto di questo difficile momento, mettendo al centro la propria vocazione di servizio pubblico, imparziale e puntuale e affermandosi come attori autorevoli dell’informazione quotidiana televisiva, cartacea e *on-line*, con importanti numeri di ascolti televisivi e traffico digitale, in particolare per il brand *Corriere* e le properties digitali di *La7* che nel periodo gennaio-settembre 2020 hanno registrato rispettivamente 28,9 milioni e 6,0 milioni di utenti unici medi mensili, rispetto ai 21,5 milioni e 2,9 milioni del pari periodo 2019, e 4,4 milioni e 0,4 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese, rispetto ai 2,5 milioni e 0,2 milioni del pari periodo 2019 (fonte Audiweb 2.0). Anche la *customer base* digitale totale attiva per il *Corriere della Sera*, che a fine settembre ha raggiunto circa 285 mila abbonamenti, in crescita del 78% rispetto al pari periodo del 2020. In Spagna, in settembre *El Mundo* è risultato leader dell’informazione online con 24,6 milioni di utenti unici (Fonte: Comscore) e ha quasi raggiunto i 51 mila abbonamenti digitali.

In Italia, nel mese di maggio è iniziata la cosiddetta Fase 2 e in giugno la cosiddetta Fase 3, che hanno comportato una progressiva riduzione delle misure di contenimento della Fase 1 (*lockdown*), con la progressiva riapertura delle attività produttive e industriali e dei ristoranti, bar, ed attività commerciali, turistiche e di intrattenimento. In Spagna un analogo percorso di graduale riapertura si è avviato con un differimento temporale di alcune settimane.

Dal 20 giugno, dopo uno stop di tre mesi, in Italia è ripreso anche il campionato di calcio di Serie A. Nello stesso periodo sono sostanzialmente ripartiti i principali campionati nazionali di calcio europei, tra i quali anche la Liga spagnola.

La ripresa dello sport giocato in generale sta avendo un impatto positivo sulla diffusione de *La Gazzetta dello Sport* e *Marca*.

Nell’ambito dell’attività relativa alla organizzazione di eventi sportivi, RCS Sport è riuscita a ricollocare all’interno del calendario ciclistico internazionale 2020, e a disputare, le *Strade Bianche* (1° agosto 2020) la *Milano Sanremo* (8 agosto 2020) *Il Lombardia* (15 agosto), la *Tirreno Adriatico* (7-14 settembre 2020) e il *Giro d’Italia* (3-25 ottobre 2020).

Il contenimento dei contagi, che ha caratterizzato la fine del primo semestre e parte del terzo trimestre, ha determinato un progressivo miglioramento della situazione, che ha iniziato a manifestare effetti positivi a livello economico in generale e sulle attività del Gruppo.



Nel terzo trimestre 2020, grazie alle azioni implementate per il sostegno e lo sviluppo dei ricavi, così come per il contenimento dei costi, il Gruppo è riuscito a conseguire un margine operativo lordo, risultato operativo e risultato netto in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo 2019, confermando le aspettative comunicate a fine luglio 2020.

Nel mese di ottobre il Gruppo è riuscito a portare a termine con un importante sforzo organizzativo il *Giro d'Italia*, con l'arrivo a Milano il 25 ottobre e a conseguire risultati in linea con le aspettative. Già dal mese di agosto in Spagna si è però registrata una ripresa del numero di casi di Coronavirus, con focolai inizialmente concentrati in Catalogna, Aragon e Paesi Baschi. A settembre la situazione si è ulteriormente aggravata, portando le comunità locali (regioni) a reintrodurre misure restrittive, quali la chiusura anticipata di alcune attività. L'evolversi della situazione emergenziale a fine ottobre ha portato il Governo a ripristinare lo stato di allerta e a limitare la mobilità nelle ore notturne e tra le regioni, introducendo ulteriori restrizioni alle attività commerciali.

Anche in Italia a partire dal mese di ottobre la curva del contagio ha ripreso a crescere, inducendo il Governo a limitare le attività ricreative e di ristorazione, negli orari di apertura e nelle modalità di esercizio, e gli sport amatoriali, nonché ad incentivare ulteriormente lo *smart working* ed il ricorso a forme flessibili e/o a distanza per l'organizzazione dell'attività didattica. Sono state poi adottate misure ancor più restrittive, da ultimo differenziate per zone di rischio (rossa, arancione, gialla), definite sulla base di una serie di indicatori in base ai quali vengono classificate le diverse regioni. Per le zone rosse le misure prevedono, tra l'altro, forti limitazioni agli spostamenti, salvo per comprovate esigenze, e la chiusura di bar, ristoranti e numerose categorie di attività commerciali.

Il Gruppo monitora quotidianamente l'evolversi della situazione al fine di minimizzarne gli impatti sia in termini di salute e sicurezza sul lavoro sia in termini economici, patrimoniali e finanziari, mediante la definizione e implementazione di piani di azione flessibili e tempestivi.

Lo sviluppo della situazione e i suoi potenziali effetti sulla evoluzione della gestione, che saranno oggetto di costante monitoraggio anche nel prosieguo dell'esercizio, non sono al momento ancora prevedibili in quanto dipendono, tra l'altro, dall'evoluzione dell'emergenza sanitaria nei prossimi mesi così come dall'efficacia delle misure pubbliche, anche economiche, nel frattempo implementate e che saranno implementate.

In ogni caso, il Gruppo ritiene di disporre di leve gestionali adeguate per contrastare gli effetti dell'emergenza sanitaria nel 2020 e confermare quindi le proprie prospettive di medio-lungo periodo.

In considerazione delle azioni già messe in atto e di quelle previste, in assenza di un inasprimento delle misure per il contenimento del contagio, prolungamento della loro durata, o significativo ampliamento delle regioni classificate nelle più alte fasce di rischio, il Gruppo ritiene che sia



possibile confermare l'obiettivo di conseguire nel secondo semestre 2020 livelli di margini (EBITDA) in linea con quelli realizzati nel pari periodo 2019.

L'evoluzione dell'emergenza sanitaria e della situazione generale dell'economia e dei settori di riferimento potrebbe tuttavia condizionare il pieno raggiungimento di questi obiettivi.

Per il Consiglio di Amministrazione

Il Presidente Dott. Urbano Cairo



***Dichiarazione ex art 154-bis comma 2 del Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58
"Testo Unico delle disposizioni in materia di Intermediazione Finanziaria"***

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari della società Cairo Communication S.p.A., dott. Marco Pompignoli, dichiara ai sensi del secondo comma dell'art.154-bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente documento corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Il dirigente preposto alla redazione
dei documenti contabili societari
Dott. Marco Pompignoli