



CAIROCOMMUNICATION

**Resoconto intermedio di gestione al
30 settembre 2021**

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.

(*) Il Consiglio di Amministrazione è stato nominato con delibera dell'Assemblea degli Azionisti tenutasi in data 6 maggio 2020. Gli Amministratori sono in carica per gli esercizi 2020-2021-2022, e quindi sino all'Assemblea di approvazione del Bilancio relativo all'esercizio 2022

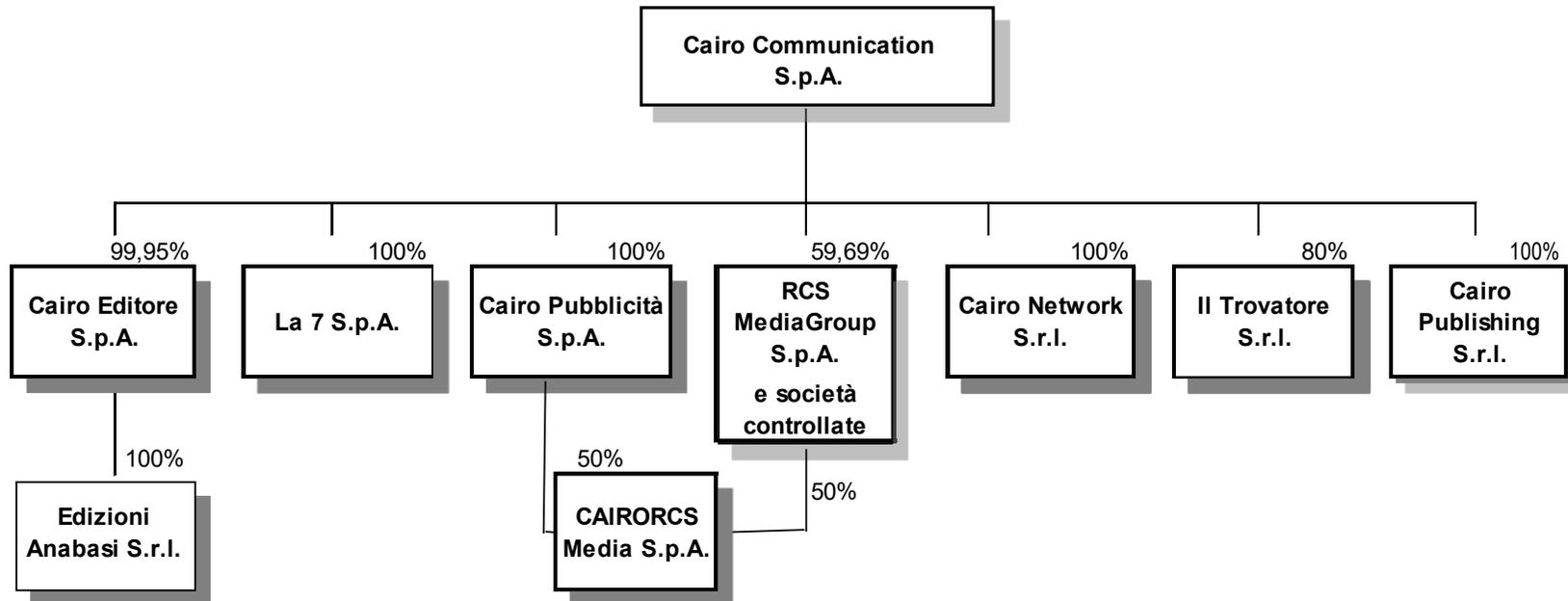
(**) Poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, con firma singola, con limiti stabiliti dal Consiglio di Amministrazione

(***) Il Collegio Sindacale in carica alla data di approvazione della presente Relazione, è stato nominato con delibera dell'Assemblea degli Azionisti tenutasi in data 6 maggio 2020. I Sindaci sono in carica per gli esercizi 2020-2021-2022 e quindi sino all'Assemblea di approvazione del Bilancio relativo all'ultimo di tali esercizi.

(****) In carica sino all'Assemblea di approvazione del Bilancio relativo all'esercizio 2028



I Gruppo al 30 settembre 2021





1. Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2021

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 2021 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 ai primi nove mesi del corrente esercizio 2021 e sono confrontati con il corrispondente periodo del precedente esercizio 2020. I dati patrimoniali e finanziari riportati nei prospetti contabili sono confrontati con i valori risultanti dal bilancio consolidato al 31 dicembre 2020.

I prospetti contabili trimestrali al 30 settembre 2021, uniformemente a quanto effettuato al 30 settembre 2020, sono stati predisposti al netto delle imposte e degli effetti fiscali.

Nel corso dei primi nove mesi del 2021, in seguito all’acquisto di un ulteriore 55% del capitale sociale di m-dis Distribuzione Media S.p.A. (ora integralmente detenuta), le seguenti società precedentemente consolidate con il metodo del patrimonio netto vengono consolidate con il metodo integrale: m-dis Distribuzione Media S.p.A., MDM Milano Distribuzione Media S.r.l., Pieroni Distribuzione S.r.l. e To-dis S.r.l.

Alla data di redazione del presente resoconto intermedio di gestione, il processo di determinazione del *fair value* delle attività e passività identificabili del Gruppo m-Dis Distribuzione Media S.p.A. necessario per l’applicazione ai sensi dell’IFRS 3 del c.d. “*acquisition method*” è ancora in corso. Il Gruppo si riserva la facoltà di completare tale processo entro i dodici mesi successivi alla data di acquisizione.

Si segnala inoltre nel periodo la cessione delle controllate spagnole Información Estadio Deportivo S.A. e Unidad Editorial Juegos S.A. e la chiusura della liquidazione della società Feria Bebe S.L.

A partire dal 1° gennaio 2021 è divenuta efficace l’operazione di conferimento, da parte di RCS e di Cairo Pubblicità dei rispettivi rami d’azienda relativi alle attività di raccolta pubblicitaria in CAIRORCS Media, società partecipata in misura paritetica. Tale operazione



non ha determinato effetti per il bilancio consolidato di Cairo Communication. I risultati della nuova società CAIRORCS Media sono rilevati nel settore “Concessionarie di Pubblicità”.

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 netto¹

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

¹ Incluso a seguito del consolidamento di RCS.



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 e i debiti non remunerati che presentano una significativa componente di finanziamento implicito o esplicito (ad esempio i debiti verso fornitori con una scadenza superiore a 12 mesi), ed eventuali altri prestiti infruttiferi (così come definito dagli "Orientamenti in materia di obblighi informativi ai sensi del regolamento sul prospetto" pubblicati da ESMA in data 4 marzo 2021 con il documento "ESMA32-382-1138" e ripreso da CONSOB nella comunicazione 5/21 del 29 aprile 2021).



3. Andamento del Gruppo

Nel 2021 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) e operatore di rete (Cairo Network);
- concessionaria multimediale per la vendita di spazi pubblicitari. In particolare, con decorrenza 1° gennaio 2021, ha avuto efficacia il conferimento da parte di RCS e di Cairo Pubblicità in CAIRORCS Media (società detenuta pariteticamente) dei rispettivi rami d'azienda relativi alle attività di raccolta pubblicitaria in Italia;
- editore di quotidiani e periodici (settimanali e mensili), in Italia e Spagna, attraverso RCS MediaGroup, che è anche attiva nell'organizzazione di eventi sportivi di significativa rilevanza a livello mondiale;

Nei primi nove mesi del 2021 si è perfezionato anche l'acquisto del 55% di m-Dis Distribuzione Media S.p.A., portando al 100% la quota di partecipazione di RCS.

Nel 2020 lo scenario nazionale e internazionale era 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 avevano avuto conseguenze immediate sull'organizzazione e i tempi del lavoro nonché sull'attività del Gruppo.

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

La situazione era stata particolarmente critica nel primo semestre dell'anno 2020, quando nell'ambito dell'attività relativa alla organizzazione di eventi sportivi, erano state rinviate le gare ciclistiche *Strade Bianche*, *Tirreno Adriatico*, *Milano Sanremo*, *Giro di Sicilia* e *Giro d'Italia* (quest'ultimo disputato nel mese di ottobre) ed anche la *Milano Marathon* e alcuni *mass events* che erano in programma nel primo semestre. A partire da fine febbraio 2020 le diffusioni dei quotidiani sportivi avevano risentito della sospensione dello sport "giocato" oltre che della chiusura dei bar e delle limitazioni alla consultazione dei quotidiani negli stessi. La raccolta pubblicitaria nei quattro mesi marzo - giugno 2020 aveva segnato un forte rallentamento sia in Italia che Spagna, con segnali di ripresa a partire dal mese di giugno.

Il contenimento dei contagi, che aveva caratterizzato la fine del primo semestre e parte del terzo trimestre 2020, aveva determinato un progressivo miglioramento della situazione.



Già dal mese di agosto 2020 in Spagna e a partire dal mese di ottobre in Italia la curva del contagio aveva ripreso a crescere, inducendo le autorità pubbliche dei due paesi a reintrodurre un serie di misure restrittive.

Anche l'inizio del 2021 si è caratterizzato per la prosecuzione dell'emergenza sanitaria e delle misure implementate dalle autorità, sia in Italia sia in Spagna, per il suo contenimento.

In particolare, in Spagna a inizio anno e in Italia da fine febbraio il numero dei contagi ha conosciuto una progressione che ha comportato la reintroduzione di misure restrittive. A partire dalla seconda metà di febbraio in Spagna e da metà aprile in Italia la situazione è stata in miglioramento e ha consentito l'avvio di una fase di progressiva riduzione delle limitazioni. In entrambi i paesi la campagna vaccinale ha determinato decisi effetti positivi in termini sia di contagi generali che di ricoveri ospedalieri, occupazione delle terapie intensive e decessi, che ha consentito una accelerazione nella riduzione delle misure restrittive ed un miglioramento della situazione. In Italia sono state inoltre adottate misure quali il *green pass* e le regole di accesso ai luoghi di lavoro e studio e ai locali pubblici che sono anche di impulso alla vaccinazione, alla prevenzione e/o al monitoraggio.

A fine ottobre la percentuale di popolazione sopra i dodici anni che ha completato il ciclo vaccinale risulta pari a circa l'83% in Italia e l'89% in Spagna.

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 scenario internazionale nel 2021 è stato caratterizzato da una ripresa economica. Gli ultimi dati pubblicati dal Fondo monetario internazionale nell'ottobre 2021 (con il documento *World Economic Outlook*) stimano per l'Italia un incremento del PIL del 5,8% nel 2021 e del 4,2% nel 2022 e per la Spagna un incremento del PIL del 5,7% nel 2021 e del 6,4% nel 2022.

In Italia, nei primi 9 mesi del 2021 il mercato pubblicitario (Dati Nielsen gennaio-settembre 2021) è in crescita del 19,3% rispetto al 2020 con i mercati pubblicitari televisivo, *on-line* (esclusi *search*, *social media* e *over the top*) quotidiani e periodici rispettivamente in crescita del 23,9%, del 24% del 6% e del 4,2%.

In Spagna, nei primi nove mesi del 2021 il mercato della raccolta pubblicitaria segna una crescita del 15% rispetto al 2020 (Fonte: i2p, Arce Media). In particolare, il mercato dei quotidiani e dei periodici evidenziano rispettivamente una flessione del -3,8% e del -12,6%. La raccolta su internet (esclusi *social media*) è stata invece in crescita del 25,7%.



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 nei primi nove mesi del 2021 la tendenza non favorevole del mercato dei prodotti cartacei. In particolare, nei primi nove mesi del 2021 i quotidiani di informazione generale ed i quotidiani sportivi in Italia registrano una contrazione delle diffusioni cartacee e digitali rispetto al pari periodo 2020 rispettivamente del 5,2% e dell'1,7% (Fonte: dati ADS gennaio - settembre 2021).

In Spagna, nei primi nove mesi del 2021 i dati delle diffusioni evidenziano una contrazione sia per i quotidiani di informazione generale (-17,6%), sia per i quotidiani economici (-24%), sia per il segmento dei quotidiani sportivi (-24,8%) (Fonte: OJD). Si ricorda che a causa della pandemia non erano stati pubblicati i dati di diffusione ufficiale per il periodo compreso tra il 14 marzo 2020 e il 30 giugno 2020, pertanto il dato di raffronto del 2020 esprime una media senza considerare detto periodo.

Nei primi nove mesi del 2021, in un contesto ancora caratterizzato, in particolare nei primi mesi dell'anno, dall'incertezza conseguente l'emergenza sanitaria:

- il **Gruppo** ha conseguito ricavi, margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato netto di pertinenza del Gruppo in forte crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo del 2020, andamento che deriva anche dal ricollocamento nei primi nove mesi dell'esercizio degli eventi sportivi che nel 2020 erano stati posticipati al quarto trimestre o non si erano potuti disputare;
- margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato netto di pertinenza del Gruppo dei primi nove mesi del 2021 hanno già superato i valori dell'intero anno 2020;
- **RCS** ha conseguito un risultato netto positivo di Euro 46,6 milioni² e continuato a generare flussi di cassa positivi. Il *Corriere della Sera* ha conseguito eccellenti risultati diffusionali in edicola e proseguito nella crescita del digitale: a fine giugno la sua *customer base* digitale totale attiva (*digital edition, membership e m-site*) risulta pari a 346 mila abbonamenti. La *customer base* dei prodotti pay di *Gazzetta (G ALL, G+, GPRO e Magic)* a fine settembre è pari a 78 mila abbonamenti. Anche in Spagna gli abbonamenti digitali sono cresciuti significativamente raggiungendo a fine settembre 2021 i 73 mila abbonamenti per *El Mundo* e i 36 mila abbonamenti per *Expansion*;

² Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2021 di RCS, approvato in data 10 novembre 2021.



- il **settore editoriale televisivo La7 e operatore di rete**³ ha conseguito un forte incremento dei risultati e confermato gli elevati livelli di ascolto del canale La7 (3,22% sul totale giorno e 4,48% in *prime time*). Nei primi nove mesi del 2021, la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi circa Euro 106 milioni (Euro 94,6 milioni nel 2020), con una variazione del +12%, rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (quando i ricavi avevano presentato un andamento migliore di oltre 7,5 punti percentuali rispetto al mercato pubblicitario televisivo), superando i valori del pari periodo 2019;
- il **settore editoriale periodici Cairo Editore** ha realizzato risultati in crescita rispetto a quelli del 2020, 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 2021, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 836 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 810,8 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 25,2 milioni) rispetto ad Euro 697,1 milioni nel 2020 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 685,5 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 11,6 milioni), in crescita di Euro 138,9 milioni, andamento che deriva anche dal ricollocamento nei primi nove mesi dell'esercizio degli eventi sportivi che nel 2020 erano stati posticipati al quarto trimestre o non si erano potuti disputare. I ricavi del periodo sono impattati positivamente (Euro 31,6 milioni) dal consolidamento integrale dei valori del gruppo m-dis.

Il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 108,7 milioni e Euro 54,4 milioni (rispettivamente Euro 36,2 milioni e negativi Euro 18,1 milioni nel 2020). Gli oneri e proventi non ricorrenti netti sono negativi per Euro 0,8 milioni (negativi per Euro 5,8 milioni nel 2020, quando si riferivano principalmente allo stanziamento di fondi relativi a interventi sul personale).

Nei primi nove mesi del 2021, sono proseguiti gli interventi sui costi effettuati per adeguare tempestivamente l'organizzazione aziendale al mutato contesto per effetto dell'emergenza

³ In considerazione dell'evoluzione della struttura organizzativa del Gruppo, in termini anche di livelli decisionali, allocazione delle risorse, monitoraggio delle performance e reportistica, è stata rivista l'individuazione dei settori operativi, con l'aggregazione in un unico settore "Editoria televisiva La7 e operatore di rete" dei precedenti settori "Editoriale televisivo La7" e "Operatore di rete", tra loro sinergici e funzionali e per quali è efficace ed efficiente una gestione unitaria all'interno del Gruppo.



sanitaria. I benefici di tali azioni di contenimento dei costi al 30 settembre 2021 ammontano a circa Euro 10,4 milioni, di cui Euro 6,4 milioni in Italia ed Euro 4 milioni in Spagna.

Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa Euro 28,8 milioni (negativi Euro 11,4 milioni nel pari periodo del 2020).

Con riferimento ai settori di attività, nei primi nove mesi del 2021:

- per il **settore editoriale periodici (Cairo Editore)**, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 6,6 milioni ed Euro 5,2 milioni (rispettivamente Euro 5,5 milioni ed Euro 4,2 milioni nel 2020). Con riferimento ai settimanali, Cairo Editore con circa 1,2, milioni di copie medie vendute nel periodo gennaio- settembre 2021 (dati ADS) si conferma il primo editore per copie di settimanali vendute in edicola, con una quota di mercato di circa il 29%. 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 1,4 milioni;
- per il **settore editoriale televisivo (La7) e operatore di rete** ⁴, il Gruppo ha conseguito un marginale operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 6,4 milioni in miglioramento di Euro 6,5 milioni rispetto al pari periodo 2020 (negativo per Euro 0,1 milioni). Il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa negativi Euro 5,8 milioni (negativi Euro 11,8 milioni nel 2020). Si ricorda che il settore editoriale televisivo presenta una stagionalità che penalizza normalmente i risultati del terzo trimestre dell’anno;
- per il **settore concessionarie**, il marginale operativo lordo (EBITDA) è sostanzialmente in pareggio ed il risultato operativo (EBIT) è pari a negativi Euro 1,1 milioni (Euro 0,7 milioni e negativi Euro 1,1 milioni nel 2020). I dati del settore concessionarie del 2021 non sono immediatamente comparabili con quelli del 2020 in quanto non includevano i risultati del ramo di azienda relativo alle attività di raccolta pubblicitaria per RCS. Come già precisato, il settore “Concessionarie di Pubblicità” comprende principalmente i risultati della nuova società CAIRORCS Media.
- per il settore **RCS**, nel bilancio consolidato di Cairo Communication, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a

⁴ In considerazione dell’evoluzione della struttura organizzativa del Gruppo, in termini anche di livelli decisionali, allocazione delle risorse, monitoraggio delle performance e reportistica, è stata rivista l’individuazione dei settori operativi, con l’aggregazione in un unico settore “Editoria televisiva La7 e operatore di rete” dei precedenti settori “Editoriale televisivo La7” e “Operatore di rete”, tra loro sinergici e funzionali e per quali è efficace ed efficiente una gestione unitaria all’interno del Gruppo.



rispettivamente Euro 95,8 milioni⁵ e Euro 56 milioni (Euro 30,1 milioni e negativi Euro 9,4 milioni nel 2020). 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 610 milioni, con i ricavi digitali complessivi (Italia e Spagna) che ammontano a circa Euro 139,9 milioni ed hanno raggiunto un'incidenza di circa il 23% sui ricavi complessivi. La raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi online di RCS si attesta nei primi nove mesi del 2021 ad Euro 103,1 milioni, con un'incidenza del 44,3% sul totale ricavi pubblicitari. La pubblicità *on-line* sui mezzi di RCS nei primi nove mesi del 2021 cresce del 31,5% in Italia e del 44,6% in Spagna rispetto al pari periodo 2020.

Entrambi i quotidiani italiani, *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport*, e in Spagna *Marca* e *Expansión*, confermano nei primi nove mesi del 2021 la loro posizione di leadership diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: ADS per l'Italia e OJD per la Spagna). I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS, con i *brand Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* che si attestano nel periodo gennaio-agosto 2021 rispettivamente a 29,7 milioni e a 19,4 milioni di utenti unici medi al mese e rispettivamente a 4 milioni e 3 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audiweb 2.0). Con un dato aggregato di 32,9 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni) nel periodo gennaio - agosto 2021 (oltre 33 milioni nel mese di agosto), RCS si conferma il primo editore online in Italia. In Spagna, nell'ambito delle attività online *elmundo.es*, *marca.com* e *expansión.com* si attestano nei primi nove mesi del 2021 rispettivamente a 52,6 milioni, 93,8 milioni e 11,4 milioni di browser unici medi mensili tra nazionali ed esteri e comprese le app (Fonte: Google Analytics). La versione internazionale di *Marca* in lingua inglese ha raggiunto 12,1 milioni di browser unici medi mensili rispetto ai 2 milioni nello stesso periodo del 2020 (Fonte: Google Analytics).

Nei primi nove mesi del 2021 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 3,22% nel totale giorno e al 4,48% 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

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". Inoltre RCS rileva nella voce "proventi (oneri) da partecipazioni metodo patrimonio netto" la quota di competenza del risultato di CAIORCS Media, consolidata integralmente da Cairo Communication. Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nei primi nove mesi del 2021 a complessivi Euro 3,2 milioni, e al risultato pro quota di CAIORCS Media pari a negativi Euro 0,5 milioni - l'EBITDA riportato nella Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2021 di RCS, approvato in data 10 novembre 2021, è pari a Euro 92,1 milioni.



0,35% 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 5,6% da lunedì a venerdì, *diMartedì* con il 5,6%, *Piazzapulita* con il 5,4%, *Propaganda Live* con il 5,5%, *Non è l'Arena* con il 6,0%, *Omnibus La7* con il 3,4%, *Coffee Break* con il 3,9%, *L'Aria che tira* con il 5,8%, *Tagadà* con il 3,32%.

La7 si conferma essere la seconda tv generalista per ore di diretta, sia nel totale giornata (2.652 ore nei primi nove mesi dell'anno, dietro solo a Rai1) che in *prime time* (585 ore, dietro a Rete 4) la prima tv generalista per ore di informazione (3.651 ore).

I principali **dati economici consolidati** dei primi nove mesi 2021 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2020:

(Valori in milioni di Euro)	30/09/2021	30/09/2020
Ricavi operativi lordi	810,8	685,5
Sconti di agenzia	(43,7)	(38,2)
Ricavi operativi netti	767,2	647,3
Variazione delle rimanenze	1,1	(0,2)
Altri ricavi e proventi	25,2	11,6
Totale ricavi	793,4	658,7
Costi della produzione	(441,9)	(389,5)
Costo del personale	(241,9)	(226,5)
Proventi (oneri) da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	(0,1)	(0,7)
Proventi (oneri) non ricorrenti	(0,8)	(5,8)
Margine operativo lordo	108,7	36,2
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(54,3)	(54,4)
Risultato operativo	54,4	(18,1)
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	6,9	6,3
Gestione finanziaria	(7,3)	(9,4)
Risultato prima delle imposte	54,0	(21,2)
Imposte sul reddito	(6,7)	6,6
Quota di terzi	(18,5)	3,3
Risultato netto delle attività in continuità	28,8	(11,4)
Risultato netto delle attività cessate	-	-
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	28,8	(11,4)

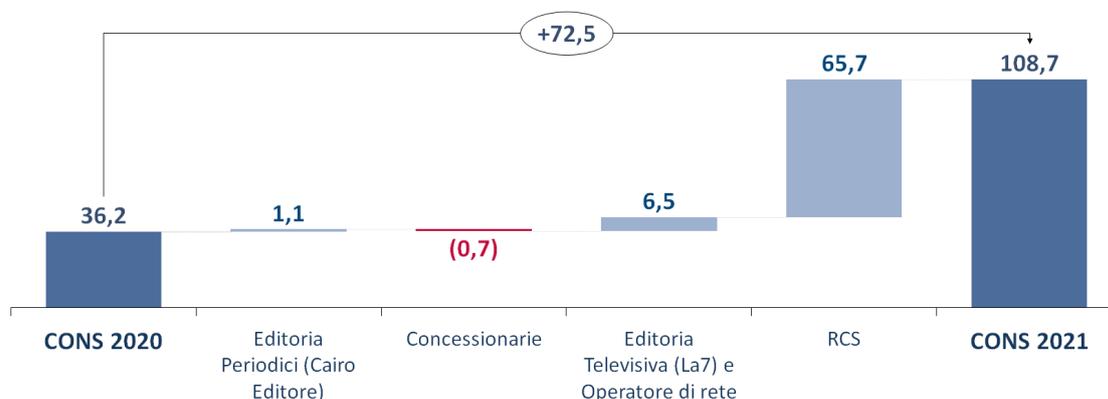
Nei primi nove mesi del 2021, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 836 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 810,8 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 25,2 milioni) rispetto ad Euro 697,1 milioni nel 2020 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 685,5 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 11,6 milioni), in crescita di Euro 138,9



milioni, andamento che deriva anche dal ricollocamento nei primi nove mesi dell'esercizio degli eventi sportivi che nel 2020 erano stati posticipati al quarto trimestre o non si erano potuti disputare. I ricavi del periodo sono impattati positivamente (Euro 31,6 milioni) dal consolidamento integrale dei valori del gruppo m-dis.

Il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 108,7 milioni ed Euro 54,4 milioni rispetto a rispettivamente Euro 36,2 milioni e negativi Euro 18,1 milioni nel 2020. Gli oneri e proventi non ricorrenti netti sono negativi per Euro 0,8 milioni (negativi per Euro 5,8 milioni nel 2020, quando si riferivano principalmente allo stanziamento di fondi relativi a interventi sul personale).

Di seguito si espone il raccordo dell'**EBITDA** tra il 30 settembre 2020 ed il 30 settembre 2021:



Come già commentato, il Gruppo ha continuato a perseguire 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.

Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa Euro 28,8 milioni (negativi Euro 11,4 milioni al 30 settembre 2020).



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

Milioni di Euro	30 settembre 2021	30 settembre 2020
Risultato netto dell'esercizio	47,3	(14,7)
<i>Componenti del conto economico complessivo riclassificabili</i>		
Utili (perdite) su coperture flussi di cassa	0,1	(0,4)
Riclassificazione di utili (perdite) su coperture flussi di cassa	0,3	0,4
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)
Utili (perdite) attuariali dei piani a benefici definiti	0,1	(0,4)
Effetto fiscale	-	0,1
Totale conto economico complessivo del periodo	47,6	(14,7)
- Di pertinenza del Gruppo	29,1	(11,4)
- Di pertinenza di terzi	18,5	(3,3)
	47,6	(14,7)

Per una migliore comprensione dell'andamento economico del Gruppo è possibile concentrare l'analisi sui risultati conseguiti nei primi nove mesi del 2021 a livello dei singoli **principali settori** (editoria periodici Cairo Editore, concessionarie, editoria televisiva La7 e operatore di rete e RCS), comparandoli con i risultati del periodo analogo del 2020.

In considerazione dell'evoluzione della struttura organizzativa del Gruppo, in termini anche di livelli decisionali, allocazione delle risorse, monitoraggio delle performance e reportistica, è stata rivista l'individuazione dei settori operativi, con l'aggregazione in un unico settore "Editoria televisiva La7 e operatore di rete" dei precedenti settori "Editoriale televisivo La7" e "Operatore di rete", tra loro sinergici e funzionali e per quali è efficace ed efficiente una gestione unitaria all'interno del Gruppo.

Con l'occasione, in considerazione della materialità dei valori rispetto agli altri settori operativi del Gruppo, i risultati de "Il Trovatore" sono rilevati nella voce "Elisioni e non allocate".

Coerentemente è stata riesposta anche la corrispondente analisi dei risultati di settore del precedente esercizio 2020.



2021	Editoria periodici Cairo Editore	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)						
Ricavi operativi lordi	63,4	278,8	75,4	636,0	(242,7)	810,8
Sconti di agenzia	-	(35,9)	-	(26,0)	18,2	(43,7)
Ricavi operativi netti	63,4	242,9	75,4	610,0	(224,5)	767,2
Variazione delle rimanenze	(0,0)	-	-	1,1	-	1,1
Altri ricavi e proventi	2,5	2,2	2,3	21,4	(3,2)	25,2
Totale ricavi	65,9	245,1	77,7	632,5	(227,7)	793,4
Costi della produzione	(46,4)	(226,7)	(43,3)	(353,3)	227,8	(441,9)
Costo del personale	(12,9)	(18,4)	(28,0)	(182,5)	(0,1)	(241,9)
Prov. (oneri) da partecipaz. valutate con il metodo del patrimonio netto	-	-	-	(0,1)	-	(0,1)
Proventi (oneri) non ricorrenti	-	-	-	(0,8)	-	(0,8)
Margine operativo lordo	6,6	(0,0)	6,4	95,8	0,0	108,7
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(1,3)	(1,1)	(12,2)	(39,8)	(0,0)	(54,3)
Risultato operativo	5,2	(1,1)	(5,8)	56,0	0,0	54,4
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	6,9	-	6,9
Gestione finanziaria	(0,0)	(0,3)	(0,0)	(6,9)	0,0	(7,3)
Risultato prima delle imposte	5,2	(1,4)	(5,8)	56,0	0,0	54,0
Imposte sul reddito	0,4	0,1	2,6	(9,9)	(0,0)	(6,7)
Quota di terzi	-	-	-	(18,5)	(0,0)	(18,5)
Risultato netto delle attività in continuità	5,6	(1,3)	(3,1)	27,6	0,0	28,8
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	-	-
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	5,6	(1,3)	(3,1)	27,6	0,0	28,8
2020	Editoria periodici Cairo Editore	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)						
Ricavi operativi lordi	68,5	109,9	68,0	516,4	(77,2)	685,5
Sconti di agenzia	-	(15,7)	-	(22,6)	0,2	(38,2)
Ricavi operativi netti	68,5	94,1	68,0	493,7	(77,0)	647,3
Variazione delle rimanenze	0,0	-	-	(0,2)	-	(0,2)
Altri ricavi e proventi	1,3	0,7	3,0	7,7	(1,1)	11,6
Totale ricavi	69,8	94,8	71,0	501,1	(78,1)	658,7
Costi della produzione	(51,9)	(87,5)	(44,0)	(284,2)	78,1	(389,5)
Costo del personale	(12,4)	(6,5)	(27,2)	(180,3)	(0,1)	(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	(0,1)	30,1	(0,0)	36,2
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(1,3)	(1,9)	(11,7)	(39,5)	(0,0)	(54,4)
Risultato operativo	4,2	(1,1)	(11,8)	(9,4)	(0,0)	(18,1)
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	6,3	-	6,3
Gestione finanziaria	0,0	(0,4)	(0,3)	(8,8)	(0,0)	(9,4)
Risultato prima delle imposte	4,2	(1,5)	(12,1)	(11,8)	(0,0)	(21,2)
Imposte sul reddito	(0,6)	0,4	3,2	3,6	(0,0)	6,6
Quota di terzi	-	-	-	3,3	0,0	3,3
Risultato netto delle attività in continuità	3,6	(1,2)	(8,8)	(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)	(8,8)	(4,9)	(0,0)	(11,4)



I principali **dati patrimoniali consolidati** al 30 settembre 2021 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 31 dicembre 2020:

(Valori in milioni di Euro)	30/09/2021	31/12/2020
Attività materiali	66,4	70,9
Diritti d'uso su beni in leasing	147,9	164,9
Attività immateriali	984,8	982,3
Attività finanziarie	39,4	39,5
Imposte anticipate	95,1	96,3
Circolante netto	(87,2)	(58,6)
<u>Totale mezzi impiegati</u>	1.246,4	1.295,4
Passività a lungo termine e fondi	108,8	109,3
Fondo imposte differite	161,9	164,2
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(1,6)	63,2
Passività per contratti di locazione (ex IFRS 16)	162,8	180,9
Patrimonio netto del gruppo	492,0	468,4
Patrimonio netto di terzi	322,5	309,4
<u>Totale mezzi di terzi e mezzi propri</u>	1.246,4	1.295,4

Nel corso del 2021, nell'ambito dei programmi di acquisto di azioni proprie, non sono state vendute né acquistate azioni proprie. Alla data del 30 settembre 2021 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.

Si ricorda che:

- l'Assemblea degli Azionisti di RCS del 29 aprile 2021 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,03 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola il 17 maggio 2021, per complessivi circa Euro 15,5 milioni (Euro 9,3 milioni la quota di competenza di Cairo Communication),
- l'Assemblea degli Azionisti di Cairo Communication del 30 aprile 2021 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,04 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola il 24 maggio 2021, per complessivi Euro 5.4 milioni.

La variazione dell'indebitamento finanziario netto per effetto della distribuzione dei dividendi è stata di circa Euro 11,6 milioni a livello di Gruppo.



La **posizione finanziaria netta** consolidata al 30 settembre 2021, confrontata con i valori di bilancio consolidato al 31 dicembre 2020, è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

Posizione finanziaria netta (milioni di Euro)	30/09/2021	31/12/2020	Variazioni
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	90,1	87,4	2,7
Altre attività finanziarie e crediti finanziari a breve termine	0,3	6,9	(6,6)
Attività e (Passività) finanziarie correnti per strumenti derivati	(0,3)	(0,1)	(0,2)
Debiti finanziari a breve termine	(51,5)	(97,4)	45,9
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) a breve termine	38,6	(3,3)	41,9
Debiti finanziari a medio lungo termine	(36,9)	(58,9)	22,0
Attività e (Passività) finanziarie non correnti per strumenti derivati	(0,1)	(1,0)	0,9
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) a medio lungo termine	(37,0)	(59,9)	22,9
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto)	1,6	(63,2)	64,8
Passività per contratti di locazione (ex IFRS 16)	(162,8)	(180,9)	18,1
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) complessivo	(161,2)	(244,1)	82,9

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 30 settembre 2021 risulta pari a circa Euro 1,6 milioni con un miglioramento di Euro 64,8 milioni rispetto a fine 2020 (al 31 dicembre 2020 il Gruppo presentava un indebitamento finanziario netto di Euro 63,2 milioni) e di Euro 101,5 milioni rispetto a settembre 2020 (quando l'indebitamento finanziario netto era pari a Euro 99,9 milioni). Al 30 settembre 2021 l'indebitamento finanziario netto di RCS è pari ad Euro 14,8 milioni (Euro 59,6 milioni al 31 dicembre 2020). La posizione finanziaria netta è stata impattata negativamente principalmente dal consolidamento di m-dis (che presenta un indebitamento di Euro 12,2 milioni al 30 settembre 2021, anche per effetto dell'andamento stagionale del circolante) e dagli effetti netti delle distribuzioni di dividendi per Euro 11,6 milioni. Di segno contrario gli effetti positivi dei corrispettivi netti della vendita di partecipazioni ed immobilizzazioni, complessivamente pari a 6,3 milioni, riferibili principalmente alla cessione di Unidad Editorial Juegos.

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 162,8 milioni, ammonta a Euro 161,2 milioni (Euro 244,1 milioni al 31 dicembre 2020).



4. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi operativi lordi** dei primi nove mesi del 2021, suddivisa fra i principali settori di attività può essere analizzata come segue, confrontata con i valori del pari periodo 2020:

2021	Editoria periodici Cairo Editore	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)						
Pubblicità su reti televisive	-	107,0	71,8	0,2	(72,6)	106,4
Pubblicità su stampa, internet ed eventi sportivi	6,8	170,6	1,9	258,6	(162,0)	276,0
Altri ricavi per attività televisive	-	-	0,9	2,1	(0,3)	2,7
Vendita pubblicazioni e abbonamenti	57,3	-	-	282,5	(1,9)	337,8
IVA assolta dall'editore	(0,7)	-	-	(2,0)	-	(2,7)
Ricavi diversi	-	1,2	0,8	94,7	(6,0)	90,6
Totale ricavi operativi lordi	63,4	278,8	75,4	636,0	(242,7)	810,8
Altri ricavi	2,5	2,2	2,3	21,4	(3,2)	25,2
Totale ricavi lordi	65,8	281,0	86,7	657,3	(254,9)	836,0
<hr/>						
2020	Editoria periodici Cairo Editore	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni 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	48,4	(0,6)	48,5
Totale ricavi operativi lordi	68,5	109,9	68,0	516,4	(77,2)	685,5
Altri ricavi	1,3	0,7	3,0	7,7	(1,1)	11,6
Totale ricavi lordi	69,7	110,5	71,0	524,0	(78,3)	697,1

Per effetto del consolidamento di m-dis (i) la voce “vendita pubblicazioni e abbonamenti” include, per Euro 20,1 milioni, i ricavi diffusionali riferiti alla distribuzione di prodotti di editori terzi e (ii) la voce “ricavi diversi” per Euro 11,5 milioni i ricavi riferiti ad altri servizi, per complessivi Euro 31,6 milioni.

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 2021, in un contesto ancora caratterizzato dall'incertezza conseguente l'emergenza sanitaria, Cairo Editore ha conseguito risultati in crescita rispetto a quelli del periodo analogo del 2020 ed ha continuato a perseguire il miglioramento dei livelli di efficienza raggiunti nel contenimento dei costi di produzione, editoriali e di distribuzione.

Il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente circa Euro 6,6 milioni e circa Euro 5,2 milioni (rispettivamente Euro 5,5 milioni ed Euro 4,2 milioni nel pari periodo 2020).

I settimanali del Gruppo hanno conseguito elevati risultati diffusionali, con diffusioni medie settimanali ADS nel periodo gennaio – settembre 2021 di 352.130 copie per “*Settimanale DIPIU*”, 169.801 copie per “*DIPIU' TV*”, 56.520 copie per “*Settimanale DIPIU' e DIPIU'TV Cucina*”, 122.190 copie per “*Diva e Donna*”, 167.619 copie per “*Settimanale Nuovo*”, 98.969 copie per “*F*”, 70.914 copie per “*TVMia*”, 57.982 copie per “*Settimanale Giallo*”, 67.870 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 29%. 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 1,4 milioni.

CONCESSIONARIE DI PUBBLICITA'

Con riferimento al settore concessionarie, a fine 2020, Cairo Communication e RCS hanno sottoscritto un accordo per disciplinare i termini e le condizioni di un'operazione di collaborazione societaria e commerciale per il conferimento in una società di nuova costituzione partecipata in misura paritetica, CAIRORCS Media S.p.A., da parte di RCS e di Cairo Pubblicità dei rispettivi rami d'azienda relativi alle attività di raccolta pubblicitaria per, rispettivamente, le testate cartacee e online di RCS in Italia e le testate cartacee, televisive e online di Cairo Editore e La7, nonché, per entrambi i rami d'azienda, per alcuni mezzi di terzi. I conferimenti sono efficaci dal 1° gennaio 2021.



L'Operazione è finalizzata a realizzare un'efficiente e unitaria gestione dell'attività di concessionaria per la gestione e la vendita degli spazi pubblicitari, massimizzando le sinergie a livello di gruppo.

I settori di attività della divisione Pubblicità di RCS e di Cairo Pubblicità sono, infatti, estremamente complementari tra loro e la concentrazione dell'attività di raccolta pubblicitaria in capo a CAIRORCS permette di offrire una proposta commerciale più ampia, presente contemporaneamente in tutti i principali comparti della comunicazione – dal web, ai periodici, alla televisione – nonché più efficace in quanto promossa congiuntamente e con una miglior penetrazione della clientela.

In particolare, l'integrazione delle attività delle concessionarie di pubblicità consente a RCS e Cairo Pubblicità di sfruttare i reciproci punti di forza sul mercato, attraverso lo sviluppo delle quote di mercato con riferimento ai clienti a oggi comuni tra le due società, nonché la condivisione di clienti esclusivisti o nei confronti dei quali esistono rapporti consolidati.

In aggiunta, l'Operazione consente di mettere in comune il patrimonio di esperienze e know-how di entrambe le società, sia per quanto riguarda la conoscenza dei modelli di acquisto dei propri clienti, sia per quanto riguarda l'individuazione di nuovi modelli di presidio del mercato, attraverso l'attivazione di processi di condivisione delle migliori pratiche industriali e commerciali.

I dati del settore concessionarie del 2021 non sono quindi immediatamente comparabili con quelli del 2020 in quanto non includevano i risultati del ramo di azienda relativo alle attività di raccolta pubblicitaria per RCS. In continuità con i precedenti esercizi il settore concessionarie include anche i risultati di Cairo Communication S.p.A.

Nei primi nove mesi del 2021, il margine operativo lordo (EBITDA) è sostanzialmente in pareggio e il risultato operativo (EBIT) è negativo per Euro 1,1 milioni (Euro 0,7 milioni e negativi Euro 1,1 milioni nel pari periodo 2020).

Nei primi nove mesi del 2021, a partire dal mese di aprile la raccolta pubblicitaria ha iniziato a segnare una crescita significativa rispetto al 2020, quando gli effetti dell'emergenza sanitaria erano stati particolarmente rilevanti:

- la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi circa Euro 106 milioni (Euro 94,6 milioni nel pari periodo 2020), con una variazione rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente del +12%,
- la raccolta pubblicitaria sulle testate della Cairo Editore è stata pari a Euro 8,7 milioni (Euro 10 milioni nel pari periodo 2020)



- i ricavi pubblicitari lordi delle testate RCS, pari a Euro 151,8 milioni evidenziano nel complesso un incremento del 20% rispetto al pari periodo 2020, con il mezzo online in forte crescita (circa +31,5%).

EDITORIA TELEVISIVA (La7) E OPERATORE DI RETE

Come già commentato, in considerazione dell'evoluzione della struttura organizzativa del Gruppo, in termini anche di livelli decisionali, allocazione delle risorse, monitoraggio delle performance e reportistica, è stata rivista l'individuazione dei settori operativi, con l'aggregazione in un unico settore "Editoria televisiva La7 e operatore di rete" dei precedenti settori "Editoriale televisivo La7" e "Operatore di rete", tra loro sinergici e funzionali e per quali è efficace ed efficiente una gestione unitaria all'interno del Gruppo.

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. (ora La7 S.p.A.) 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.

Nei primi nove mesi del 2021 il settore editoriale televisivo (La7) e operatore di rete ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 6,4 milioni in miglioramento di Euro 6,5 milioni rispetto al pari periodo 2020 (negativi Euro 0,1 milioni) ed un risultato operativo (EBIT) pari a negativi circa Euro 5,8 milioni (negativi Euro 11,8 milioni nel pari periodo 2020).

Nei primi nove mesi del 2021 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 3,22% nel totale giorno e al 4,48% 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 0,35% 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 5,6% da lunedì a venerdì, *diMartedì* con



il 5,6%, *Piazzapulita* con il 5,4%, *Propaganda Live* con il 5,5%, *Non è l'Arena* con il 6,0%, *Omnibus La7* con il 3,4%, *Coffee Break* con il 3,9%, *L'Aria che tira* con il 5,8%, *Tagadà* con il 3,32%.

La7 si conferma essere la seconda tv generalista per ore di diretta, sia nel totale giornata (2.652 ore nei primi nove mesi dell'anno, dietro solo a Rai1) che in prime time (585 ore, dietro a Rete 4) la prima tv generalista per ore di informazione (3.651 ore).

Con riferimento alla attività di operatore di rete, 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.

Nel mese di agosto è stato sottoscritto un contratto con Dazn per l'affitto di banda digitale terrestre per la trasmissione del nuovo canale *Dazn Channel*, che funge da backup del servizio OTT.

La Nota 28, "*Altre informazioni*", delle note esplicative ai prospetti contabili consolidati della relazione finanziaria semestrale 2021, 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.

In data successiva alla chiusura del primo semestre, all'esito della procedura competitiva indetta dal Mise

- con determina del 2 luglio 2021, il Mise ha comunicato che Cairo Network è risultata aggiudicataria di un diritto d'uso senza specificazione delle frequenze, corrispondente alla metà di un multiplex nazionale di nuova pianificazione, richiedendo, contestualmente, il pagamento dell'importo offerto in sede di gara e di esprimere la preferenza per una rete nazionale del Pnaf (ai fini del rilascio dei diritti d'uso specifico tra le frequenze disponibili);



- Cairo Network, contestualmente all'impugnazione della predetta determina del 2 luglio, ha proceduto pagamento di metà dell'importo offerto in sede di gara e ha chiesto la prevista rateizzazione del residuo (in tre rate annuali);
- in data 6 agosto 2021 il Mise ha poi comunicato il provvedimento di assegnazione del diritto d'uso delle frequenze ai fini dell'esercizio della rete nazionale del PNAF denominata "Rete nazionale n. 10" operante sui canali 21, 23, 25, 33 e 35

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) 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*.

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*.

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* e la *Milano City Marathon*).

Con *Solferino* - i libri del *Corriere della Sera* è attiva nell'editoria libraria e a partire da marzo 2020 è operativa *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 milioni⁶ che ha segnato il ritorno per il Gruppo RCS a un risultato netto positivo (il primo dal 2010) e nel 2017⁶, 2018⁶ 2019⁶ e 2020⁶ un risultato

⁶ Relazione finanziaria annuale 2017 2018, 2019 e 2020 di RCS



netto di rispettivamente Euro 71,1 milioni, Euro 85,2 milioni, Euro 68,5 milioni ed Euro 31,7 milioni.

Nei primi nove mesi del 2021, in un contesto caratterizzato dall'incertezza conseguente l'emergenza sanitaria, RCS ha conseguito - nel bilancio consolidato di Cairo Communication - un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 95,8 milioni⁷ ed un margine operativo (EBIT) di Euro 56 milioni (rispettivamente Euro 30,1 milioni e negativi Euro 9,4 milioni nel 2020), in forte crescita rispetto al periodo analogo dell'anno precedente, andamento che deriva anche dal ricollocamento nei primi nove mesi dell'esercizio degli eventi sportivi che nel 2020 erano stati posticipati al quarto trimestre o non si erano potuti disputare. Nel 2020 gli oneri non ricorrenti, pari a Euro -5,8 milioni, si riferivano principalmente allo stanziamento di fondi relativi a interventi sul personale.

Le attività di sviluppo ed arricchimento dell'offerta editoriale sono state affiancate da interventi straordinari sui costi effettuati per adeguare tempestivamente l'organizzazione aziendale al mutato contesto. I benefici di tali azioni di contenimento dei costi nei primi nove mesi del 2021 ammontano a circa Euro 7,2 milioni, di cui Euro 3,2 milioni in Italia ed Euro 4 milioni in Spagna.

Nei primi nove mesi del 2021 i ricavi operativi netti consolidati di RCS si attestano a circa Euro 610 milioni e presentano nel loro complesso un incremento di Euro 116,3 milioni rispetto al 2020. I ricavi del periodo ancora scontano gli effetti dell'emergenza sanitaria, in particolare per il calo rispetto al 2019 delle diffusioni dei quotidiani sportivi, che hanno ancora risentito della temporanea chiusura dei bar e delle limitazioni alla consultazione dei quotidiani negli stessi. Per effetto del cambio di perimetro, i ricavi al 30 settembre 2021 comprendono Euro 33,2 milioni per il consolidamento integrale dei valori del gruppo m-dis.

I ricavi digitali complessivi di RCS (Italia e Spagna), che ammontano a circa Euro 139,9 milioni, hanno raggiunto un'incidenza di circa il 23% sui ricavi complessivi. La raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi on-line di RCS si attesta nei primi nove mesi del 2021 ad Euro 103,1 milioni, con un'incidenza del 44,3% sul totale ricavi pubblicitari. La pubblicità *on-line* sui mezzi di RCS nei primi nove mesi del 2021 cresce del 31,5% in Italia e del 44,6% in Spagna rispetto al pari periodo 2020.

⁷ Si ricorda che RCS utilizza una definizione di EBITDA differente rispetto al Gruppo Cairo Communication, come indicato nel precedente paragrafo "Indicatori alternativi di performance". Inoltre RCS rileva nella voce "proventi (oneri) da partecipazioni metodo patrimonio netto" la quota di competenza del risultato di CAIRORCS Media, consolidata integralmente da Cairo Communication. Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nei primi nove mesi del 2021 a complessivi Euro 3,2 milioni, e al risultato pro quota di CAIRORCS Media pari a negativi Euro 0,5 milioni - l'EBITDA riportato nella Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2021 di RCS, approvato in data 10 novembre 2021, è pari a Euro 92,1 milioni.



Entrambi i quotidiani italiani confermano a settembre 2021 la loro posizione di leadership diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: ADS).

In Italia, nei primi nove mesi del 2021 le copie medie giornaliere diffuse di *Corriere della Sera* si attestano a 259 mila, includendo le copie digitali, e quelle de *La Gazzetta dello Sport* a 102 mila copie, incluse le copie digitali (Fonte: ADS gennaio-settembre 2021). La diffusione edicola di *La Gazzetta dello Sport* ha risentito nel periodo, a partire da marzo, del contesto indotto dalla temporanea chiusura dei bar e locali pubblici, che rappresentano una parte importante della diffusione. In questo periodo di emergenza il *Corriere della Sera*, per la sua riconosciuta autorevolezza ed il forte posizionamento editoriale, è riuscito a conseguire eccellenti risultati diffusionali in edicola e soprattutto a proseguire 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 346 mila abbonamenti. Considerando il totale vendite in Italia come rilevato da ADS a partire dal 2021, si segnala un andamento migliore del mercato di *Corriere della Sera* il cui calo dell'1,5% si confronta con il calo del 4,7% segnato dal mercato (Fonte: ADS gennaio-settembre 2021).

I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS, con i *brand Corriere della Sera e La Gazzetta dello Sport* che si attestano nel periodo gennaio-agosto 2021 rispettivamente a 29,7 milioni (29,1 milioni nel pari periodo 2020) e a 19,4 milioni (13,9 milioni nel pari periodo 2020) di utenti unici medi al mese e rispettivamente a 4 milioni e 3 milioni (rispettivamente 4,5 e 2,2 milioni nel pari periodo 2020) di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audiweb 2.0). Con un dato aggregato di 32,9 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni) nel periodo gennaio - agosto 2021 (oltre 33 milioni nel mese di agosto), RCS si conferma il primo editore online in Italia. La *customer base* dei prodotti pay di *Gazzetta* (che include i prodotti G ALL, G+, GPRO e Magic) a fine settembre è pari a 78 mila abbonamenti.

La diffusione media giornaliera di *El Mundo* nei primi nove mesi del 2021 si attesta complessivamente a 61 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 del 2021 *Expansión* registra una diffusione media giornaliera di circa 24 mila copie, comprese le copie digitali (Fonte Interna). Quest'ultimi due quotidiani confermano anche nei primi nove mesi del 2021 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 expansión.com* che



nei nove mesi si attestano rispettivamente a 52,6 milioni, 93,8 milioni e 11,4 milioni di browser unici medi mensili tra nazionali ed esteri e comprese le app (Fonte: Google Analytics). La versione internazionale di *Marca* in lingua inglese ha raggiunto 12,1 milioni di browser unici medi mensili rispetto ai 2 milioni nello stesso periodo del 2020.

In Spagna gli abbonamenti digitali sono cresciuti fortemente con circa 73 mila abbonamenti per *elmundo.es* e circa 36 mila abbonamenti per *expansion.com* a fine settembre.

Al 30 settembre 2021 l'indebitamento finanziario netto è pari a 14,8 milioni, in miglioramento di 44,8 milioni rispetto al 31 dicembre 2020. L'indebitamento finanziario netto è stato impattato negativamente, oltre che dagli investimenti e oneri non ricorrenti, (i) dalla distribuzione di dividendi per 15,6 milioni, (ii) dal consolidamento di m-dis che al 30 settembre 2021 presenta un indebitamento di 12,2 milioni anche per effetto dell'andamento stagionale del circolante, e (iii) dall'effetto finanziario, pari a 3,9 milioni, al 1 gennaio 2021, del conferimento in CAIRORCS Media (che al 30 settembre 2021 detiene una posizione finanziaria netta positiva pari a 7,4 milioni). Di segno contrario gli effetti positivi dei corrispettivi netti della vendita di partecipazioni ed immobilizzazioni, complessivamente pari a 6,3 milioni, riferibili principalmente alla cessione della controllata spagnola Unidad Editorial Juegos.

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 139,3 milioni (principalmente locazioni di immobili), è pari a Euro 154,1 milioni (Euro 214,5 milioni al 31 dicembre 2020).

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:

- *La Gazzetta dello Sport* ha offerto ai propri lettori cinque numeri di *G Magazine* dedicati a Luna Rossa in *America's Cup*, alla nuova stagione ciclistica, al tennis, al Campionato Europeo di calcio e alle olimpiadi di Tokyo;
- il *Corriere della Sera* ha pubblicato una serie di guide: *Le Guide del Corriere Economia*, *Le Guide di Corriere Salute*, *Le Guide all'escursionismo in collaborazione con il CAI* (Club Alpino Italiano);
- è stato ulteriormente potenziato il palinsesto delle *newsletter* con quelle di "Cook", "Buone Notizie", "La 27esima ora", "Corriere Torino", "Corriere Veneto" e "Corriere Bologna";



- l'offerta digitale è stata arricchita con contenuti in formato podcast: *Incontri*, *L'Ammazzacaffè*, "Radio italians", "Mama non Mama" (il 9 maggio);
- a partire dal mese di marzo *Corriere della Sera* ha avviato in collaborazione con Radio Italia il progetto "Artista day";
- in preparazione alla *Milano Marathon*, *Gazzetta Active* ha organizzato il progetto di training digitale *BeActive*;
- dal 27 al 29 maggio, si è svolto sulla piattaforma *Digilive*, in *live streaming* su *Gazzetta.it*, l'evento "Gazzetta Motori Days", dedicato al mondo dell'automotive. L'iniziativa ha avuto un grande successo, con oltre cinque milioni di *video views*;
- il 28 maggio il settimanale 7 del *Corriere della Sera* è uscito in edicola rinnovato nel formato e nel progetto grafico;
- il 27 giugno *Corriere della Sera* ha celebrato il numero 500 del proprio inserto *La Lettura* con un numero speciale da collezione;
- nel mese di luglio è uscita la nuova *digital edition* del *Corriere della Sera*;
- in occasione dell'Europeo, la *Gazzetta dello Sport* ha ideato una serie di iniziative: *l'Album dell'Europeo*, un numero da collezione de *La Gazzetta dello Sport* su carta azzurra, il progetto "Gazzetta Social Club". Per celebrare il trionfo dell'Italia, *La Gazzetta dello Sport* ha pubblicato cinque dvd e un libro e il *Corriere della Sera* ha festeggiato con uno speciale di 24 pagine;
- il 14 luglio si è tenuta la quarta edizione del "Gran Galà della Neve e del Ghiaccio", organizzato da *La Gazzetta dello Sport*, in collaborazione con Fisi, Fisg e Fondazione Cortina;
- per seguire le Olimpiadi di Tokyo, la *Gazzetta dello Sport* ha organizzato molteplici iniziative tra le quali una *Grande Gazzetta* dalla copertina rovesciata, una copertura sul sito *gazzetta.it* in diretta 24 ore su 24 da Tokyo. Il *Corriere della Sera* l'8 agosto ha pubblicato un inserto omaggio sulla grande avventura olimpica e a partire dal 12 agosto la *Gazzetta dello Sport* ha venduto il libro "Due ragazzi d'oro";
- il *Corriere della Sera* ha realizzato e pubblicato il 24 agosto il libro "Ribelli", per celebrare le storie dei più famosi atleti paraolimpici italiani;
- il 10 settembre il *Corriere della Sera* e 7 hanno pubblicato un supplemento in formato quotidiano in occasione dei 20 anni dalla tragedia delle torri gemelle dell'11 settembre 2001;
- sul fronte delle collane e delle opere collaterali *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* hanno arricchito il programma delle uscite con numerose iniziative tra le quali la



collana “*Anastatika di Diabolik*”, la serie completa del manga *Naruto*, la riproduzione anastatica delle “*Strisce di TEX*”, le collane “*I miti dello Sport 2*”, “*Yoga – Teoria e Pratica*”, “*I signori della guerra*”, “*Storia dei Grandi Segreti d’Italia*”, “*Dante*”, la collana dedicata al Medioevo, la serie di otto romanzi gialli scritta da Alessia Gazzola, la collana “*Le frontiere della medicina*”, il “*Master di Fotografia*”, la collana “*Grandi Miti Greci*”, nonché la collana di fumetti “*Le leggende DC*”, la biografia di Steve Jobs a 10 anni dalla scomparsa;

- durante il 2021 numerose iniziative sono state dedicate al consolidamento della *customer base* degli abbonati digitali del *Corriere della Sera*, tra cui i *webinar* dedicati alla salute (vaccini anti COVID-19) e all’economia;
- durante il terzo trimestre 2021 è stato avviato il potenziamento dell’offerta digitale delle edizioni locali del *Corriere della Sera* con particolare riferimento alle aree di Milano, Torino, Roma, Firenze e Bologna attraverso interventi grafici, proposizione di nuovi servizi editoriali (newsletter, meteo, calcio giovanile), sviluppo delle *fun base* sui profili social di ciascuna testata;
- nei nove mesi è proseguita la forte crescita del digitale de *La Gazzetta dello Sport*, primo sito d’informazione nel mese di agosto con oltre 4,6 milioni di utenti unici giorno (fonte Audiweb). Risultati ottenuti grazie alla grande copertura editoriale, al lavoro tecnico ed editoriale sulla fonte SEO, alla crescita dell’area video e dell’offerta Podcast. Si segnala anche l’attività svolta sui social, in particolare su Instagram, per incrementare le audience e l’engagement degli utenti;
- L’offerta pay di Gazzetta si è arricchita di contenuti forti ed indipendenti dal quotidiano con nuove rubriche e newsletter giornaliera;
- Il network Gazzanet è stato oggetto di un restyling grafico completo, sia desktop che mobile, dei siti 24 siti che ne fanno parte, con l’obiettivo di migliorare la *user experience* e velocizzare il caricamento delle pagine e la fruizione;
- nel corso del 2021 il palinsesto degli eventi del *Corriere* si è confermato e arricchito anche grazie alle piattaforme digitali e delle attività di *live streaming*:
 - il sistema editoriale *Economia* con la rassegna *Italia Genera Futuro* ha premiato e celebrato le 1.000 PMI “*champion*” italiane, il percorso “*Economie d’Italia*” ha raccontato le eccellenze regionali espressione del tessuto imprenditoriale locale;
 - il 16 maggio si è tenuta - in concomitanza con la 12° edizione di “*Cibo a regola d’arte*” - la cerimonia di consegna dei *Cook Awards 2020*, i riconoscimenti istituiti dal mensile *Cook* e dal *Corriere della Sera*;



- il 4 e 5 giugno, in occasione della Giornata Mondiale dell’Ambiente, si è tenuta la due giorni di maratona *on-line* con *Pianeta 2021*; nella stessa occasione, *Corriere della Sera* si è colorato di verde sia nella versione cartacea sia in quella digitale;
- dal 13 al 24 settembre si è tenuta - come per lo scorso anno, nella doppia versione *on-line* e in presenza - l’ottava edizione de “*Il tempo delle donne*”, evento ideato da *La27esimaOra* e intitolato “*Un altro genere di forza – Lavoro, relazioni, diritti, sport e scienza*”;
- dal 20 settembre a fine ottobre si è svolto la seconda edizione di *Campus*, l’autobus-laboratorio dell’innovativo progetto educational di *Corriere della Sera*;
- il 22 e 23 settembre si è tenuto l’evento *Women in food*, organizzato da *Cook*.

Nel mese di ottobre si è tenuta a Trento la quarta edizione del *Festival dello Sport*: quattro giorni di eventi live, talk show, dibattiti e camp in giro per la città con un centinaio di appuntamenti e oltre duecento ospiti. L’evento si è tenuto in presenza, nel rispetto di tutte le norme sanitarie, e molti appuntamenti sono stati trasmessi sul sito *gazzetta.it*, per raggiungere una platea ancora più vasta.

Le testate dell’area periodici, anche nel 2021, hanno sviluppato numerose iniziative editoriali, tra le quali il compleanno per i 25 anni di *iO Donna*, i 30 anni di *Dove*, festeggiati con anche il restyling grafico della testata, il restyling di *Abitare*, rilanciata in coincidenza del suo sessantesimo compleanno, la pubblicazione di un libro fotografico dedicato a Raffaella Carrà.

RCS Academy, la *business school* del Gruppo avviata nel 2019, ha proseguito nel corso del 2021 il proprio piano di sviluppo, continuando l’attività nel rispetto delle restrizioni imposte dalla pandemia COVID-19. Nei primi mesi dell’anno, è stata completata l’erogazione in modalità *on-line* dei master iniziati a fine 2020. A partire dal mese di maggio sono stati avviati i master del piano accademico 2021-2022, con il rientro in aula e con la possibilità nel contempo di frequenza anche da remoto.

Nei primi nove mesi dell’anno sono state altresì realizzate varie iniziative di *business conference*, rivolte ad aziende e professionisti, in modalità *on-line talk*, in collaborazione con *corriere.it*, sui temi della moda, del retail, della sanità e dell’energia, in partnership con grandi clienti e con le principali imprese di mercato.

Per quanto riguarda il comparto dei Libri si confermano i segni di ripresa del mercato non solo verso il 2020 (+26,4% a volumi, +25,3% a valore) ma anche rispetto al 2019 (+17,8% a volume, +20,6% a valore).



In questo contesto continua il percorso di crescita dell'area Libri dopo il 2020 caratterizzato dalle difficoltà legate al Covid. Il fatturato è cresciuto ad un tasso maggiore rispetto al mercato sia verso il 2019 (+42% a volumi, +52% a valori) che verso il 2020 con una buona presenza in classifica (GFK novità 1° semestre 2021), in particolare con i titoli: *Moglie di Dante* (Marazza), *Le Italiane* (Cazzullo), *Ho scelto la vita. La mia ultima testimonianza pubblica sulla Shoah* (Segre), *Il caso Moro e la Prima Repubblica* (Veltroni), *Nero come il sangue. Storia dell'omicidio dalla Rivoluzione francese ai giorni nostri* (Picozzi e Lucarelli), *Anima e Cacciavite* (Letta), *La fuga di Enea* (Scurati), *La scuola ci salverà* (Maraini), *Compiti delle Vacanze per Adulti* (AA.VV), *Dalla terra al pane* (Fulvio Marino), *Inter nos interismi 2021* (Severgnini).

In Spagna, limitandosi alle principali iniziative:

- nei primi nove mesi 2021 grazie anche ad una maggior presenza dei suoi contenuti audio su *marca.com* e su altre piattaforme digitali come iTunes, Spotify o Ivoox, *Radio Marca* ha aumentato l'audience digitale;
- nel mese di febbraio ha preso il via la nuova sezione “*Sostenibles*” di *elmundo.es* focalizzata sulla transizione ecologica;
- nel mese di marzo 2021 nasce *Expansión Economía Sostenible*, una nuova sezione di *Expansion* presente tutti i mercoledì sul quotidiano e tutti i giorni sul sito web;
- nel mese di marzo 2021 è stata lanciata *Expansión Alimentación y Distribución*, newsletter settimanale sull'industria del food;
- nell'ambito della produzione di contenuti audiovisivi, si segnalano vari accordi di produzione, tra i quali quello con Amazon per la produzione di *Cronica Marca e Rafa Nadal Academy*, e con la televisione di Madrid, Telemadrid, per una nuova produzione intitolata “*A un metro de ti*”;
- il 29 aprile 2021 *El Mundo* distribuisce lo speciale dedicato alla gastronomia: “*Metrópoli España Gastro*”;
- in occasione delle elezioni amministrative nella Comunidad di Madrid del 4 maggio 2021 *El Mundo* ha organizzato una serie di “incontri digitali” con i candidati alla presidenza della Comunidad;
- il 6 maggio 2021 con *El Mundo* ha avuto luogo l'incontro “*Europa Verde e Digitale, tecnologia e sostenibilità, una strada verso il futuro*” con la partecipazione di Frans Timmermans, vicepresidente della Commissione Europea e di importanti esponenti delle istituzioni e dell'economia;
- in giugno 2021 è avvenuto il lancio del nuovo Podcast quotidiano: *El Mundo al dia*;



- da maggio 2021 in *marca.com* è attiva la sezione “*Territorio Apuestas*”;
- con l’inizio del Campionato Europeo di calcio, *Marca* ha dato vita a una serie di iniziative: uno speciale in formato extra large dedicato alla competizione, l’iniziativa “*Porra Marca de la Eurocopa*” e il programma in formato televisivo di analisi sportiva “*Con la 10*”;
- in occasione del suo 35° Anniversario *Expansion* ha dato vita ad eventi e “speciali” su: la digitalizzazione, la sostenibilità e l’economia post COVID-19;
- l’8 e 9 di giugno si è tenuta la seconda edizione de “*El Foro Económico Intenacional Expansión*” con argomento il superamento della crisi economica e sociale causata dalla pandemia e il titolo “*Costruendo un mondo sostenibile per le future generazioni*”. La globalizzazione, la digitalizzazione dell’economia, e la sostenibilità sono stati oggetto degli interventi dei prestigiosi invitati. L’evento è stato organizzato in collaborazione con *The European House Ambrosetti*;
- il 15 luglio *marca.com* ha lanciato il “*signwall*” per lo sviluppo dei contenuti premium con l’obiettivo di favorire la registrazione qualificata e la navigazione “loggata” in *marca.com* (web e app);
- il 19 luglio *marca.com* ha lanciato lo *Speciale Giochi Olimpici di Tokyo* raggiungendo 20,4 milioni di utenti che hanno generato 124,8 milioni di pagine viste e nel mese di agosto è stata lanciata la *Guida alla Liga 21/22*;
- il 27 settembre ha preso il via una nuova iniziativa editoriale di *El Mundo* denominata “*Gran Madrid*” dedicato a ciò che accade nella capitale spagnola e nella sua Comunità Autonoma;
- il 10 settembre *Expansion* ha lanciato la newsletter per l’industria dello sport *Deporte y Negocio*;
- *Marca Gaming*, sezione di *marca.com* dedicata al mondo dei videogiochi anche in *livestreaming* nell’agosto 2021 ha raggiunto il suo record di traffico con un totale di 2,3 milioni di utenti unici e 4,3 milioni di pagine viste (Fonte: Google Analytics);
- il 29 settembre *Telva* ha tenuto il “*1° Congresso su Energia e Felicità*”.

Con riferimento al contenzioso relativo al complesso immobiliare di via Solferino, si rimanda a quanto indicato nella Nota 28, “*Altre informazioni*”, delle note esplicative ai prospetti contabili consolidati della relazione finanziaria semestrale 2021 e alle informazioni integrative pubblicate da RCS in data 12 agosto 2021. Successivamente al 30 giugno 2021, relativamente al contenzioso pendente presso la *Supreme Court of the State of New York*, il 31



agosto 2021 RCS ha depositato la *motion to dismiss* avverso il *second amended complaint* presentato dalle controparti a fine giugno 2021, cui è seguito uno scambio di memorie difensive. Relativamente al contenzioso di impugnativa dei lodi arbitrali promosso da RCS e pendente presso la Corte d'Appello di Milano, il 4 ottobre 2021 controparte ha depositato la propria comparsa di costituzione con impugnazione incidentale del capo relativo alla pronuncia sulle spese ed ex art. 96, c.p.c..

**

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 infragrupo 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	6,6	-	-
Altre consociate	0,1	-	-
Altre parti correlate	0,2	-	-
Totale	6,9	0,4	-

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	11,2	-	-
Altre consociate	1,0	-	-
Altre parti correlate	-	-	-
Totale	12,2	-	-



Ricavi e costi (valori in milioni di Euro)	Ricavi operativi	Costi operativi	Proventi (oneri) da partecipazione
Società controllanti	-	-	-
Società collegate	1,9	(14,6)	0,1
Altre consociate	0,1	(1,4)	-
Altre parti correlate	0,4	(0,2)	-
Totale	2,4	(16,2)	0,1

I rapporti verso le società collegate si riferiscono prevalentemente:

- 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) nei primi nove mesi 2021 hanno sostenuto costi per Euro 13,2 milioni e detengono debiti commerciali per Euro 10,5 milioni.

I rapporti con società consociate riguardano principalmente:

- l'accordo di concessione in essere tra CAIRORCS Media 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 2021 sono state riconosciute al concedente quote editore per Euro 1,4 mila a fronte di ricavi per Euro 1,7 mila al netto degli sconti di agenzia. CAIRORCS Media ha maturato anche ulteriori provvigioni attive per Euro 80 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 il gruppo Della Valle verso il quale le società del Gruppo hanno realizzato ricavi per complessivi Euro 0,4 milioni. I crediti commerciali ammontano a Euro 0,2 milioni.

Le operazioni effettuate nel corso dell'anno con parti correlate, ivi comprese quelle infragruppo, 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.

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 2020".



6. Eventi successivi alla chiusura del trimestre ed evoluzione prevedibile della gestione

Nei primi nove mesi del 2021, in un contesto ancora caratterizzato, in particolare nei primi mesi dell'anno, dall'incertezza conseguente l'emergenza sanitaria:

- il **Gruppo** ha conseguito ricavi, margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato netto di pertinenza del Gruppo in forte crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo del 2020, andamento che deriva anche dal ricollocamento nei primi nove mesi dell'esercizio degli eventi sportivi che nel 2020 erano stati posticipati al quarto trimestre o non si erano potuti disputare;
- margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato netto di pertinenza del Gruppo dei primi nove mesi del 2021 hanno già superato i valori dell'intero anno 2020;
- **RCS** ha conseguito un risultato netto positivo di Euro 46,6 milioni⁸ e continuato a generare flussi di cassa positivi. Il *Corriere della Sera* ha conseguito eccellenti risultati diffusionali in edicola e proseguito nella crescita del digitale: a fine giugno la sua *customer base* digitale totale attiva (*digital edition, membership e m-site*) risulta pari a 346 mila abbonamenti. La customer base dei prodotti pay di *Gazzetta (G ALL, G+, GPRO e Magic)* a fine settembre è pari a 78 mila abbonamenti. Anche in Spagna gli abbonamenti digitali sono cresciuti significativamente raggiungendo a fine settembre 2021 i 73 mila abbonamenti per *El Mundo* e i 36 mila abbonamenti per *Expansion*;
- il **settore editoriale televisivo La7 e operatore di rete**⁹ ha conseguito un forte incremento dei risultati e confermato gli elevati livelli di ascolto del canale La7 (3,22% sul totale giorno e 4,48% in *prime time*). Nei primi nove mesi del 2021, la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi circa Euro 106 milioni (Euro 94,6 milioni nel 2020), con una variazione del +12%, rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (quando i ricavi avevano presentato un andamento migliore di

⁸ Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2021 di RCS, approvato in data 10 novembre 2021.

⁹ In considerazione dell'evoluzione della struttura organizzativa del Gruppo, in termini anche di livelli decisionali, allocazione delle risorse, monitoraggio delle performance e reportistica, è stata rivista l'individuazione dei settori operativi, con l'aggregazione in un unico settore "Editoria televisiva La7 e operatore di rete" dei precedenti settori "Editoriale televisivo La7" e "Operatore di rete", tra loro sinergici e funzionali e per quali è efficace ed efficiente una gestione unitaria all'interno del Gruppo.



oltre 7,5 punti percentuali rispetto al mercato pubblicitario televisivo), superando i valori del pari periodo 2019;

- il **settore editoriale periodici Cairo Editore** ha realizzato risultati in crescita rispetto a quelli del 2020, confermato elevati livelli diffusionali delle testate pubblicate e continuato a perseguire il miglioramento dei livelli di efficienza raggiunti nel contenimento dei propri costi

Anche l'inizio del 2021 si è caratterizzato per la prosecuzione dell'emergenza sanitaria e delle misure implementate dalle autorità, sia in Italia sia in Spagna, per il suo contenimento.

In particolare, in Spagna a inizio anno e in Italia da fine febbraio il numero dei contagi ha conosciuto una progressione che ha comportato la reintroduzione di misure restrittive. A partire dalla seconda metà di febbraio in Spagna e da metà aprile in Italia la situazione è stata in miglioramento e ha consentito l'avvio di una fase di progressiva riduzione delle limitazioni.

In entrambi i paesi la campagna vaccinale ha determinato decisi effetti positivi in termini sia di contagi generali che di ricoveri ospedalieri, occupazione delle terapie intensive e decessi, che ha consentito una accelerazione nella riduzione delle misure restrittive ed un miglioramento della situazione. In Italia sono state inoltre adottate misure quali il *green pass* e le regole di accesso ai luoghi di lavoro e studio e ai locali pubblici che sono anche di impulso alla vaccinazione, alla prevenzione e/o al monitoraggio.

A fine ottobre la percentuale di popolazione sopra i dodici anni che ha completato il ciclo vaccinale risulta pari a circa l'83% in Italia e l'89% in Spagna.

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.

Anche nel corso del 2021, il Gruppo con la sua offerta informativa sta venendo incontro al forte bisogno del pubblico di essere informato, garantendo un servizio puntuale ai propri telespettatori e lettori. 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.



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 della campagna vaccinale e 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 anche nel 2021 e confermare quindi le proprie prospettive di medio-lungo periodo.

Nei primi nove mesi del 2021 l'EBITDA del Gruppo ha già superato i valori dell'intero anno 2020. In considerazione di tali risultati e delle azioni già messe in atto e di quelle previste, in assenza di una ripresa della curva dei contagi e/o un inasprimento delle misure per il contenimento, o significativo ritorno delle regioni nelle più alte fasce di rischio, il Gruppo ritiene che sia possibile migliorare ulteriormente i margini (EBITDA) dell'anno 2021 rispetto a quelli realizzati nell'anno 2020 ed un conseguente ulteriore miglioramento della posizione finanziaria netta.

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