



Resoconto Intermedio di Gestione

al 30 settembre 2020

Indice

Principali dati economici, patrimoniali e finanziari del Gruppo RCS MediaGroup	3
Indicatori alternativi di performance	6
Andamento del Gruppo RCS al 30 settembre 2020	7
Fatti di rilievo del terzo trimestre	20
Fatti di rilievo successivi alla chiusura del terzo trimestre	20
Evoluzione prevedibile della gestione e prospettive per l'anno in corso	20
Attestazione ai sensi dell'art. 154 bis comma 2 TUF	23

PRINCIPALI DATI ECONOMICI, PATRIMONIALI E FINANZIARI DEL GRUPPO RCS MEDIAGROUP

(in milioni di euro)	30/09/2020	30/09/2019	31/12/2019
DATI ECONOMICI			
Ricavi netti	493,7	673,9	923,6
EBITDA (1)	27,7	102,4	153,3
EBIT (1)	(8,0)	64,5	102,5
Risultato prima delle imposte e degli interessi di terzi	(10,8)	52,3	86,4
Imposte sul reddito	3,2	(11,5)	(17,6)
Risultato attività destinate a continuare	(7,6)	40,8	68,8
Risultato netto del periodo di Gruppo	(7,6)	40,7	68,5
Risultato per azione base delle attività destinate a continuare (in euro)	(0,01)	0,08	0,13
Risultato per azione diluito delle attività destinate a continuare (in euro)	(0,01)	0,08	0,13
	30/09/2020	30/09/2019	31/12/2019
DATI PATRIMONIALI			
Capitale investito netto	538,9	588,7	587,7
<i>di cui relativo a diritti d'uso su beni in leasing</i>	<i>145,4</i>	<i>168,1</i>	<i>160,7</i>
Indebitamento finanziario netto (1)	106,0	151,1	131,8
Passività correnti e non correnti per contratti di locazione	160,0	183,2	175,3
Patrimonio netto	272,9	254,4	280,6
Dipendenti (numero medio)	3.235	3.289	3.279

(1) Per le definizioni di EBITDA, EBIT, Indebitamento finanziario netto si rinvia al successivo paragrafo "Indicatori alternativi di performance" del presente Resoconto Intermedio di Gestione.

Il presente Resoconto Intermedio di Gestione è stato predisposto su base volontaria, tenuto conto di quanto indicato dall'art. 154-ter, comma 5 del Testo unico della Finanza ("TUF"). Lo schema informativo è in linea con le modalità definite dall'art 82-ter della delibera n. 19770 della CONSOB, ed è conforme allo schema informativo del Resoconto Intermedio di Gestione al 30 settembre 2019.

Non sono applicate le disposizioni del principio contabile internazionale relativo all'informativa finanziaria infrannuale (IAS 34 "Bilanci intermedi").

Il presente Resoconto Intermedio di Gestione al 30 settembre 2020 è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 9 novembre 2020.

Per completezza informativa si riportano di seguito i principali dati economici del terzo trimestre 2020:

(in milioni di euro)	3° trimestre 2020		3° trimestre 2019		Differenza	
	A	%	B	%	A-B	%
Ricavi netti	174,2	100,0	198,4	100,0	(24,2)	(12,2%)
<i>Ricavi editoriali</i>	<i>92,3</i>	<i>53,0</i>	<i>106,3</i>	<i>53,6</i>	<i>(14,0)</i>	<i>(13,2%)</i>
<i>Ricavi pubblicitari</i>	<i>63,9</i>	<i>36,7</i>	<i>69,9</i>	<i>35,2</i>	<i>(6,0)</i>	<i>(8,6%)</i>
<i>Ricavi diversi</i>	<i>18,0</i>	<i>10,3</i>	<i>22,2</i>	<i>11,2</i>	<i>(4,2)</i>	<i>(18,9%)</i>
EBITDA	20,6	11,8	18,2	9,2	2,4	13,2%
Risultato operativo (EBIT)	8,8	5,1	6,1	3,1	2,7	44,3%
Risultato netto di periodo di Gruppo	4,4	2,5	2,3	1,2	2,1	91,3%

Si ricorda che il Gruppo presenta un andamento stagionale delle attività che penalizza normalmente i risultati del primo e terzo trimestre dell'anno.

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.

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).

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.

Nell'ambito dell'attività relativa alla organizzazione di eventi sportivi, sono state rinviate le gare ciclistiche ed anche la *Milano Marathon* e alcuni *mass events*, che erano in programma nel primo semestre 2020.

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

La raccolta pubblicitaria nei quattro mesi marzo-giugno ha segnato un rallentamento sia in Italia sia in Spagna, con segnali di ripresa a partire dal mese di giugno e nel successivo terzo trimestre. Anche il comparto dei libri è stato penalizzato dall'ordinanza di chiusura delle librerie, riaperte in seguito a partire da maggio in Italia e da giugno in Spagna.

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 a distanza. Ha quindi progressivamente rivisto l'organizzazione del lavoro in considerazione dei volumi di attività e degli impatti sui prodotti editoriali, quotidiani e periodici, derivanti dal blocco delle attività sportive, sociali e ricreative che costituiscono parte del notiziario. In tale contesto sono stati 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.

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

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 lettori e alle edicole e ai vari punti vendita. Le edizioni quotidiane del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*, in Italia e di *El Mundo*, *Marca* ed *Expansión* in Spagna, i periodici e le piattaforme web e social del 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, affermandosi come attori autorevoli dell'informazione quotidiana e *on-line*, con numeri di traffico e abbonamenti digitali in crescita significativa sia in Italia che in Spagna.

Nel mese di maggio in Italia è iniziata la cosiddetta Fase 2, che ha comportato una progressiva riduzione delle misure di contenimento della Fase 1 (*lockdown*), con la riapertura di buona parte delle attività produttive e industriali, iniziando da quelle orientate all'export e la progressiva riapertura di ristoranti, bar, ed attività commerciali. In Spagna un analogo percorso di graduale riapertura si è avviato con un differimento temporale di alcune settimane.

Sono state quindi predisposte le misure necessarie per il progressivo parziale rientro negli uffici della popolazione dipendente con gli opportuni distanziamenti delle postazioni di lavoro e mantenendo comunque una quota significativa di lavoro agile.

A partire dalla seconda metà di giugno in Italia è iniziata la cosiddetta Fase 3, che ha comportato ulteriori riaperture, in particolare per il settore dello spettacolo e dell'intrattenimento (cinema, teatri, e sale di concerto) e maggiore libertà di viaggi, anche da e per l'estero.

Dal 20 giugno, dopo uno stop di tre mesi, è ripreso in Italia anche il Campionato di calcio di Serie A. Parallelamente nello stesso periodo sono sostanzialmente ripartiti i principali campionati nazionali europei, tra i

quali anche la Liga spagnola. In generale la ripresa dello sport giocato ha avuto e sta avendo un effetto positivo sulla diffusione de *La Gazzetta dello Sport* e di *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 in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo 2019, confermando le aspettative comunicate a fine luglio 2020. In Italia, nel trimestre la raccolta pubblicitaria è stata sostanzialmente in linea con quella del trimestre analogo del 2019.

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. In alcune regioni sono state adottate misure ancor più restrittive, che stabiliscono ad esempio il divieto di spostamenti in orario notturno salvo per comprovate esigenze.

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.

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 illustrative specifiche n. 6 "*Principi di consolidamento, metodi contabili e impatti COVID-19 sul conto economico*" e n. 16 "*Attività immateriali – Impairment test*" della Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2020, cui si rimanda per maggiore dettaglio.

INDICATORI ALTERNATIVI DI PERFORMANCE

Al fine di consentire una migliore valutazione dell'andamento della gestione economico-finanziaria del Gruppo RCS, 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. Di seguito sono forniti, in linea con la raccomandazione CESR/05-178b pubblicata il 3 novembre 2005, i criteri utilizzati per la costruzione dei principali indicatori alternativi di performance che il management ritiene utili al fine del monitoraggio dell'andamento del Gruppo.

EBITDA: corrisponde al risultato operativo ante ammortamenti e svalutazioni delle immobilizzazioni. Comprende proventi ed oneri da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto in quanto le società collegate e *joint ventures* detenute sono considerate di natura operativa rispetto all'attività del Gruppo RCS. Tale indicatore è utilizzato dal Gruppo RCS 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 RCS.

EBITDA ante oneri/proventi non ricorrenti: corrisponde all'EBITDA sopra definito ante componenti di reddito (positivi e/o negativi) derivanti da eventi o da operazioni il cui accadimento risulta non ricorrente ovvero da quelle operazioni o fatti che non si ripetono frequentemente nel consueto svolgimento dell'attività.

EBIT- Risultato Operativo: da intendersi come Risultato ante imposte, al lordo di "Proventi (Oneri) finanziari" e di "Altri proventi ed oneri da attività e passività finanziarie".

Posizione Finanziaria Netta (o indebitamento finanziario netto): rappresenta un valido indicatore della struttura finanziaria del Gruppo RCS. È determinato quale risultante dei debiti finanziari correnti e non correnti al netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti e delle attività finanziarie correnti, nonché delle attività finanziarie non correnti relative agli strumenti derivati, escludendo le passività finanziarie (correnti e non correnti) relative ai leasing.

Posizione Finanziaria Netta (o indebitamento finanziario netto) complessiva/o comprende anche le passività finanziarie relative ai leasing.

ANDAMENTO DEL GRUPPO RCS AL 30 SETTEMBRE 2020

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, per effetto principalmente di un calo della raccolta pubblicitaria e delle diffusioni dei quotidiani sportivi e per il differimento all'ultima parte dell'anno, o al 2021, di alcuni eventi, sportivi e non, che erano in programma nei primi nove mesi del 2020.

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. Nei nove mesi la variazione acquisita per il 2020 è pari almeno al -8,2% (Fonte: ISTAT).

In Spagna secondo la stima dell'Istituto di statistica nazionale (INE) il PIL 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).

In questo contesto, caratterizzato dall'incertezza conseguente l'emergenza sanitaria e con i principali mercati di riferimento in calo, in particolare quello pubblicitario in Italia e Spagna, il Gruppo nei primi nove mesi del 2020 ha continuato a generare flussi di cassa positivi, riducendo il proprio indebitamento finanziario netto di 25,8 milioni e ha conseguito un EBITDA positivo e pari a 27,7 milioni, impattato da oneri non ricorrenti per 4,6 milioni che si riferiscono prevalentemente allo stanziamento di fondi relativi ad interventi sul personale attraverso i prepensionamenti.

In particolare, poi, 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 in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo 2019, confermando le aspettative comunicate a fine luglio 2020. Nel trimestre, i ricavi digitali sono in crescita (+9%) rispetto al terzo trimestre 2019. Il risultato conseguito è anche legato ad interventi di efficientamento messi in campo per 20,6 milioni.

Di seguito si riportano i principali dati economici ed i relativi commenti progressivi al 30 settembre 2020:

(in milioni di euro)	30 settembre 2020		%		30 settembre 2019		%		Differenza	Differenza
	A		B		A-B		%			
Ricavi netti	493,7	100,0	673,9	100,0	(180,2)	(26,7%)				
<i>Ricavi editoriali</i>	256,3	51,9	306,0	45,4	(49,7)	(16,2%)				
<i>Ricavi pubblicitari</i>	184,9	37,5	267,9	39,8	(83,0)	(31,0%)				
<i>Ricavi diversi (1)</i>	52,5	10,6	100,0	14,8	(47,5)	(47,5%)				
Costi operativi	(276,9)	(56,1)	(368,3)	(54,7)	91,4	24,8%				
Costo del lavoro	(186,0)	(37,7)	(198,0)	(29,4)	12,0	6,1%				
Accantonamenti per rischi	(1,1)	(0,2)	(2,7)	(0,4)	1,6	59,3%				
(Svalutazione)/ripristino di crediti commerciali e diversi	(1,3)	(0,3)	(2,0)	(0,3)	0,7	35,0%				
Proventi (oneri) da partecipazioni metodo del PN	(0,7)	(0,1)	(0,5)	(0,1)	(0,2)	(40,0%)				
EBITDA (2)	27,7	5,6	102,4	15,2	(74,7)	(72,9%)				
Amm.immobilizzazioni immateriali	(11,5)	(2,3)	(11,7)	(1,7)	0,2					
Amm.immobilizzazioni materiali	(6,9)	(1,4)	(8,1)	(1,2)	1,2					
Amm. diritti d'uso su beni in leasing	(16,9)	(3,4)	(17,7)	(2,6)	0,8					
Amm.investimenti immobiliari	(0,4)	(0,1)	(0,4)	(0,1)	0,0					
Altre (svalutazioni)/ripristini immobilizzazioni	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0					
Risultato operativo (EBIT) (2)	(8,0)	(1,6)	64,5	9,6	(72,5)					
Proventi (oneri) finanziari	(8,8)	(1,8)	(12,2)	(1,8)	3,4					
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	6,0	1,2	0,0	0,0	6,0					
Risultato prima delle imposte	(10,8)	(2,2)	52,3	7,8	(63,1)					
Imposte sul reddito	3,2	0,6	(11,5)	(1,7)	14,7					
Risultato attività destinate a continuare	(7,6)	(1,5)	40,8	6,1	(48,4)					
Risultato delle attività destinate alla dismissione e dismesse	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0					
Risultato netto prima degli interessi di terzi	(7,6)	(1,5)	40,8	6,1	(48,4)					
(Utile) perdita netta di competenza di terzi	0,0	0,0	(0,1)	(0,0)	0,1					
Risultato netto di periodo di Gruppo	(7,6)	(1,5)	40,7	6,0	(48,3)					

(1) I ricavi diversi accolgono prevalentemente i ricavi per attività televisive, per l'organizzazione di eventi e manifestazioni, per attività di vendita di liste clienti e di cofanetti, nonché per le attività di scommesse in Spagna.

(1) Per le definizioni di EBITDA ed EBIT si rinvia al paragrafo "Indicatori alternativi di performance" del presente Resoconto Intermedio di Gestione.

In relazione alla dinamica dei risultati nel corso dei primi nove mesi ed al fine di rappresentare la più recente evoluzione dei risultati del Gruppo, di seguito si riepilogano ricavi, EBITDA ed EBIT del terzo trimestre 2020 e del terzo trimestre 2019:

(in milioni di euro)	3° trimestre 2020		%		3° trimestre 2019		%		Differenza	Differenza
	A		B		A-B		%			
Ricavi netti	174,2	100,0	198,4	100,0	(24,2)	(12,2%)				
<i>Ricavi editoriali</i>	92,3	53,0	106,3	53,6	(14,0)	(13,2%)				
<i>Ricavi pubblicitari</i>	63,9	36,7	69,9	35,2	(6,0)	(8,6%)				
<i>Ricavi diversi</i>	18,0	10,3	22,2	11,2	(4,2)	(18,9%)				
EBITDA	20,6	11,8	18,2	9,2	2,4	13,2%				
Risultato operativo (EBIT)	8,8	5,1	6,1	3,1	2,7	44,3%				
Risultato netto di periodo di Gruppo	4,4	2,5	2,3	1,2	2,1	91,3%				

Andamento dei mercati di riferimento

Il mercato pubblicitario, **in Italia**, a fine agosto 2020 presenta una contrazione del 22% rispetto al pari periodo 2019. Per il mezzo stampa si registra un calo complessivo del 28%, con i quotidiani e i periodici rispettivamente in flessione del 20,6% e del 40,1%. Risultano in contrazione anche il settore televisivo (-17,5%), il settore radio (-31,2%) e il comparto *on-line* (-9,2% esclusi *search*, *social* e *over the top*) sempre rispetto allo stesso periodo del 2019 (Fonte: Nielsen gennaio-agosto 2020).

Al 30 settembre 2020 il mercato spagnolo della raccolta pubblicitaria segna un decremento del 27,2% rispetto allo stesso periodo del 2019 (Fonte: i2p, Arce Media). I mercati dei quotidiani, delle riviste e dei supplementi evidenziano un calo rispettivamente del 36,8%, del 41,6% e del 51,8% rispetto al pari periodo del 2019. In flessione anche la performance nel segmento Internet (esclusi i *social media*) che registra un decremento del 15,4% (Fonte: i2p, Arce Media).

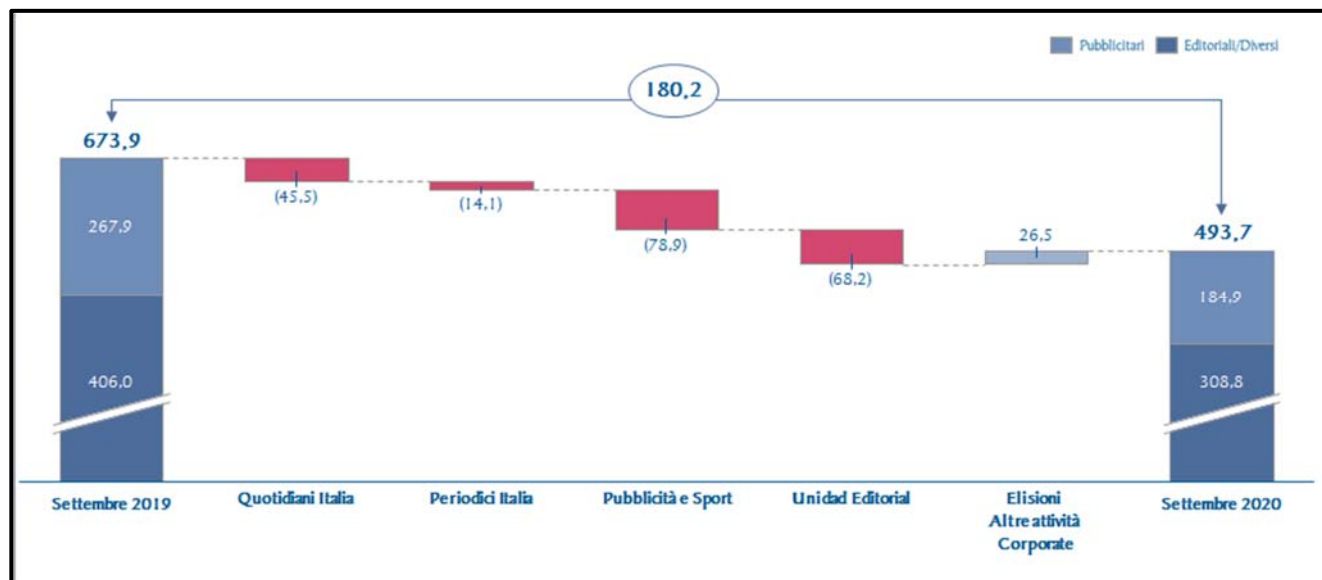
Sul fronte diffusionale in Italia continua anche nell'anno 2020 la tendenza non favorevole del mercato dei prodotti cartacei, aggravata dalla contingenza COVID-19. I quotidiani di informazione generale registrano nei primi otto mesi del 2020 una contrazione delle diffusioni cartacee del 13,1% rispetto al corrispondente periodo del 2019. Includendo anche le copie digitali, la flessione del mercato si ferma al 7,2% (Fonte: dati ADS gennaio-agosto 2020). I quotidiani sportivi su carta segnano nei primi otto mesi del 2020 una contrazione del 38,4% rispetto al pari periodo 2019; considerando anche le copie digitali la contrazione si attesta a 38,2% (Fonte: dati ADS gennaio-agosto 2020).

Il mercato diffusionale dei periodici evidenzia, nel confronto del periodo gennaio-luglio 2020 con il pari periodo 2019, un calo dei mensili del 16,8%, comprensivo delle copie digitali (Fonte: testate dichiarate in ADS), e nel periodo gennaio – agosto una flessione dei settimanali pari al 12,4% rispetto allo stesso periodo 2019 (Fonte interna su base dati ADS).

In Spagna per quanto riguarda il mercato delle diffusioni dei quotidiani l'istituto di rilevazione OJD, a causa dello stato di allerta decretato dal Governo (dal 14 marzo 2020 al 21 giugno 2020) e ai suoi effetti sulla diffusione, non ha proceduto alla 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 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).

Andamento della gestione

Di seguito si riporta la variazione dei ricavi rispetto al 30 settembre 2019:



Nel contesto sopra descritto, i ricavi netti consolidati di Gruppo al 30 settembre 2020 si attestano a 493,7 milioni, in decremento di 180,2 milioni rispetto al 30 settembre 2019, 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 (-36,7 milioni), che hanno risentito della sospensione dello sport "giocato" ed il calo della raccolta pubblicitaria (-61,6 milioni al netto di quanto già considerato per gli eventi).

I ricavi digitali, che ammontano nel complesso a circa 108,6 milioni, hanno raggiunto un'incidenza del 22% sui ricavi complessivi (17,2% al 30 settembre 2019).

Di seguito si riportano i **ricavi editoriali** suddivisi per aree di attività:

(in milioni di euro)	Ricavi Editoriali			
	Progressivo al 30/09/2020	Progressivo al 30/09/2019	Delta Progressivo	Delta %
Quotidiani Italia	177,0	202,6	(25,6)	(12,6%)
Periodici Italia	23,5	25,3	(1,8)	(7,1%)
Unidad Editorial	56,4	79,9	(23,5)	(29,4%)
Diverse ed elisioni	(0,6)	(1,8)	1,2	n.s.
Totale Ricavi Editoriali (1)	256,3	306,0	(49,7)	(16,2%)

(1) I ricavi editoriali delle opere collaterali al 30 settembre 2020, sono pari a 47,2 milioni e si riferiscono per 42,9 milioni a Quotidiani Italia, 2,8 milioni a Periodici Italia e per 1,5 milioni a Unidad Editorial. Al 30 settembre 2019 erano pari a 46,3 milioni e si riferivano per 42 milioni a Quotidiani Italia, per 2,8 milioni a Periodici Italia e per 1,5 milioni a Unidad Editorial.

I ricavi editoriali sono pari a 256,3 milioni (306 milioni nei primi nove mesi 2019). La variazione pari a -49,7 milioni è sostanzialmente attribuibile ai seguenti fenomeni:

- la flessione dei ricavi editoriali di Quotidiani Italia pari a -25,6 milioni (-12,6% rispetto ai primi nove mesi 2019), che è dovuta essenzialmente al calo dei ricavi editoriali de *La Gazzetta dello Sport* (-26,4 milioni) in seguito alla sospensione degli eventi sportivi nel periodo di *lockdown*. I ricavi editoriali del *Corriere della Sera* sono invece complessivamente in crescita di 1,2 milioni per l'effetto trainante dei ricavi digitali (+3,8 milioni) e dei ricavi collaterali (+2,8 milioni). Il *Corriere della Sera* ha contenuto nei primi otto mesi dell'esercizio la riduzione delle diffusioni in edicola al -5,3% rispetto al pari periodo 2019 (Fonte: ADS gennaio-agosto 2020: canali previsti dalla legge), contro una flessione complessiva del mercato di riferimento pari a -9,7%, riuscendo a confermare le diffusioni previste in edicola e soprattutto ad accelerare la crescita dello sviluppo digitale per la sua riconosciuta autorevolezza ed il forte posizionamento editoriale. A fine settembre la *customer base* digitale totale attiva per il *Corriere della Sera* (*digital edition*, *membership* e *m-site*) è risultata pari a 285 mila abbonamenti in crescita del 78% rispetto al pari periodo del 2019.

Entrambi i quotidiani confermano ad agosto 2020 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato. Il *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* si attestano nei primi otto mesi del 2020 (incluso le copie digitali) rispettivamente a 271 mila copie medie diffuse e a 96 mila copie medie diffuse (Fonte: ADS gennaio-agosto 2020). 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 2020 rispettivamente a 29,1 milioni e a 13,9 milioni di utenti unici medi al mese e rispettivamente a 4,5 milioni e 2,2 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audiweb 2.0).

I prodotti collaterali del *Corriere della Sera* hanno confermato le attese anche per effetto di una serie di iniziative specifiche che hanno avuto buoni riscontri sui lettori come ad esempio le collezioni *I classici di una Vita*, *I capolavori dell'Arte di Daverio*, *il Master di Fotografia*, *Grandi donne della Storia*, e *"La vita degli antichi"* oltre ai libri venduti con il *Corriere della Sera*, tra cui spiccano *Coronavirus 50 domande*, *La grande sfida* di Burioni, *Nel contagio* di Paolo Giordano e i romanzi Sveva Casati Modignani. Alla variazione complessiva dei ricavi editoriali di Quotidiani Italia ha contribuito il decremento dei ricavi della casa editrice *Solferino*, penalizzati dall'ordinanza di chiusura delle librerie nel periodo di massima emergenza sanitaria;

- il decremento dei ricavi editoriali di Unidad Editorial rispetto ai primi nove mesi del 2020, pari a -23,5 milioni. La variazione è sostanzialmente riconducibile all'andamento delle diffusioni ed è solo in parte compensata dal buon andamento dei ricavi digitali. 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). Entrambi i 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* ed *expansión.com* che si attestano a fine settembre 2020 rispettivamente a 23 milioni, 17 milioni e 7 milioni di utenti unici medi mensili (Fonte: Comscore), in crescita rispettivamente del 13,1%, del 4% e del 12,6% rispetto al pari periodo 2019. 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 superato i 50 mila abbonamenti digitali segnando per il settore in Spagna una importante tappa nella evoluzione al modello *pay*. Il portale *Marca Claro*, attivo in America Latina, ha registrato un'importante crescita di utenti unici medi mensili (+35% verso lo stesso periodo 2019); in tutti e tre i siti si evidenzia un'importante crescita degli accessi attraverso dispositivi mobile (Fonte: Omniture);

- il calo dei ricavi editoriali di Periodici Italia (-1,8 milioni rispetto ai primi nove mesi 2019), dovuto al calo delle vendite in edicola e in abbonamento in particolare del *Sistema Oggi* le cui copie diffuse (comprese le copie digitali) hanno registrato a tutto il mese di agosto una flessione comunque più contenuta rispetto all'andamento del mercato di riferimento. Gli indicatori di performance digitale continuano ad essere particolarmente positivi per le testate dell'area Femminili: *IODonna.it* registra, ad agosto 2020, 2,6 milioni di utenti unici mensili, in crescita del 30% rispetto al pari periodo del 2019; *Amica.it* raggiunge l'1,5 milioni di utenti unici mensili evidenziando un incremento del traffico del 7% rispetto al pari data dell'anno precedente (Fonte: Audiweb 2.0).

Di seguito si riportano i **ricavi pubblicitari** suddivisi per aree di attività:

(in milioni di euro)	Ricavi Pubblicitari			
	Progressivo al 30/09/2020	Progressivo al 30/09/2019	Delta Progressivo	Delta %
Quotidiani Italia	78,2	97,9	(19,7)	(20,1%)
Periodici Italia	19,3	28,7	(9,4)	(32,8%)
Pubblicità e Sport	121,8	170,8	(49,0)	(28,7%)
Unidad Editorial	58,9	88,7	(29,8)	(33,6%)
Diverse ed elisioni	(93,3)	(118,2)	24,9	n.s.
Totale Ricavi Pubblicitari (1)	184,9	267,9	(83,0)	(31,0%)

(1) I ricavi pubblicitari delle opere collaterali nei periodi sopra a confronto sono sostanzialmente pari a zero.

L'ammontare totale dei ricavi pubblicitari, pari 184,9 milioni, si confronta con 267,9 milioni dei primi nove mesi del 2019 (-83 milioni). Tenuto anche conto dei ricavi pubblicitari realizzati tramite la concessionaria di Gruppo, la flessione è riconducibile principalmente a Unidad Editorial (-29,9 milioni), a Eventi Sportivi (-21,4 milioni), a Quotidiani Italia (-21,2 milioni) e a Periodici Italia (-10,9 milioni). Tale andamento è originato essenzialmente dagli effetti sul mercato pubblicitario determinati dall'emergenza sanitaria.

La raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi *on-line* si attesta, nei primi nove mesi 2020, a 78,1 milioni, raggiungendo una incidenza del 42% (33% nel pari periodo 2019) 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 (52% al 30 settembre 2019).

Di seguito si riportano i **ricavi diversi** suddivisi per aree di attività:

(in milioni di euro)	Ricavi Diversi			
	Progressivo al 30/09/2020	Progressivo al 30/09/2019	Delta Progressivo	Delta %
Quotidiani Italia	10,7	10,9	(0,2)	(1,8%)
Periodici Italia	6,8	9,7	(2,9)	(29,9%)
Pubblicità e Sport	8,1	38,0	(29,9)	(78,7%)
Unidad Editorial	27,0	41,9	(14,9)	(35,6%)
Altre attività Corporate	26,4	24,5	1,9	7,8%
Diverse ed elisioni	(26,5)	(25,0)	(1,5)	n.s.
Totale Ricavi Diversi (1)	52,5	100,0	(47,5)	(47,5%)

(1) I ricavi diversi delle opere collaterali al 30 settembre 2020 sono pari a 1,9 milioni e si riferiscono sostanzialmente a Quotidiani Italia. Al 30 settembre 2019 erano pari a 1,8 milioni e si riferivano sostanzialmente a Quotidiani Italia.

L'ammontare totale dei ricavi diversi è pari a 52,5 milioni e si confronta con i 100 milioni dei primi nove mesi 2019 (-47,5 milioni).

La variazione è riconducibile all'andamento dei ricavi del settore Pubblicità e Sport (-29,9 milioni) principalmente per effetto del descritto differimento temporale di alcuni eventi sportivi, e di Unidad Editorial (-14,9 milioni) anche per il deconsolidamento della società Last Lap (-9,3 milioni) e per la diminuzione dei ricavi delle scommesse sportive (*Marca Apuestas*), conseguenza della già commentata mancanza di eventi sportivi nel periodo. Il decremento dei ricavi diversi dell'area Periodici Italia (-2,9 milioni rispetto al pari periodo 2019) è sostanzialmente riferito al *Sistema Infanzia* per la sospensione delle *Fiere* e di alcune attività di *direct marketing*.

I ricavi diversi di Altre Attività Corporate sono pressoché completamente elisi in quanto realizzati a favore del Gruppo in relazione alla fornitura dei servizi centralizzati.

È proseguita anche nel 2020 l'attività di arricchimento e potenziamento dell'offerta dei prodotti editoriali del Gruppo RCS sia sul canale digitale sia su quello tradizionale.

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 gli 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, con 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 e 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 *lockdown* 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 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 nove numeri speciali pubblicati in mesi selezionati per mantenere comunque una presenza fisica nel mercato;
- il 18 marzo 2020 *Expansión*, 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 *lockdown*, *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 *Espansión*, 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 affrontare temi legati all'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.

Di seguito si riepilogano ricavi, EBITDA ed EBIT al 30 settembre 2020 e al 30 settembre 2019 per aree di attività:

(in milioni di euro)	Progressivo al 30/09/2020					Progressivo al 30/09/2019				
	Ricavi	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi	Ricavi	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi
Quotidiani Italia	265,9	16,7	6,3%	7,2	2,7%	311,4	43,9	14,1%	33,1	10,6%
Periodici Italia	49,6	(0,1)	(0,2)%	(0,8)	(1,6)%	63,7	5,1	8,0%	4,1	6,4%
Pubblicità e Sport	129,9	(3,6)	(2,8)%	(3,8)	(2,9)%	208,8	26,1	12,5%	25,9	12,4%
Unidad Editorial	142,3	11,8	8,3%	4,1	2,9%	210,5	28,7	13,6%	20,0	9,5%
Altre attività Corporate	26,4	2,9	11,0%	(14,7)	(55,7)%	24,5	(1,4)	(5,7)%	(18,6)	(75,9)%
Diverse ed elisioni	(120,4)	-	n.a.	0,0	n.a.	(145,0)	-	n.a.	-	n.a.
Consolidato	493,7	27,7	5,6%	(8,0)	(1,6)%	673,9	102,4	15,2%	64,5	9,6%

In particolare, ricavi, EBITDA ed EBIT del terzo trimestre 2020 e del terzo trimestre 2019 per aree di attività, possono essere analizzate come segue:

(in milioni di euro)	3° TRIMESTRE 2020					3° TRIMESTRE 2019				
	Ricavi	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi	Ricavi	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi
Quotidiani Italia	95,8	13,7	14,3%	10,9	11,4%	102,9	14,3	13,9%	11,0	10,7%
Periodici Italia	17,1	1,3	7,6%	1,1	6,4%	21,2	2,3	10,8%	2,0	9,4%
Pubblicità e Sport	48,4	(2,1)	(4,3)%	(2,1)	(4,3)%	45,2	(1,6)	(3,5)%	(1,6)	(3,5)%
Unidad Editorial	46,0	5,3	11,5%	2,7	5,9%	64,4	3,7	5,7%	0,9	1,4%
Altre attività Corporate	8,8	2,4	27,3%	(3,8)	(43,2)%	8,1	(0,5)	(6,2)%	(6,2)	(76,5)%
Diverse ed elisioni	(41,9)	-	n.a.	-	n.a.	(43,4)	-	n.a.	-	n.a.
Consolidato	174,2	20,6	11,8%	8,8	5,1%	198,4	18,2	9,2%	6,1	3,1%

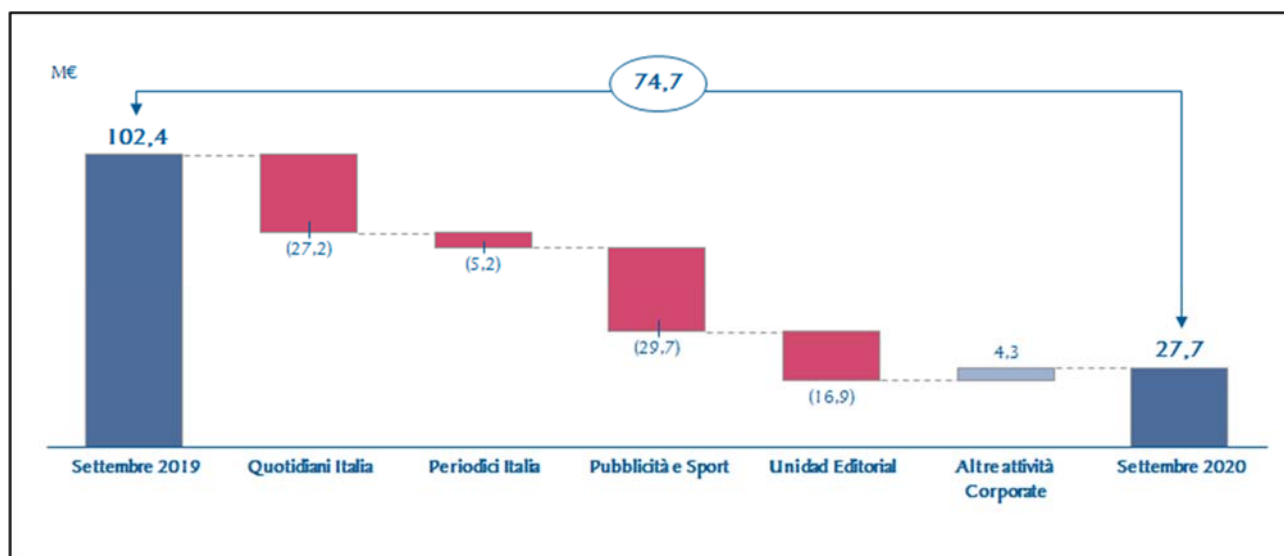
L'EBITDA dei primi nove mesi 2020 è pari a 27,7 milioni e si confronta con l'EBITDA del pari periodo 2019 pari a 102,4 milioni. Gli oneri e proventi non ricorrenti netti sono negativi per 4,6 milioni (-2,3 milioni l'effetto complessivo in quanto pari a -4,6 milioni nei primi nove mesi 2020 e -2,3 milioni nel pari periodo 2019). Il decremento dell'EBITDA riguarda il primo semestre dell'esercizio (-77 milioni) ed è sostanzialmente riconducibile ai già commentati effetti dello slittamento di alcuni eventi sportivi al quarto trimestre dell'anno, o al 2021, alla riduzione degli investimenti pubblicitari dei clienti ed al calo delle diffusioni dei quotidiani sportivi che hanno risentito della sospensione dello sport "giocato". Gli oneri non ricorrenti si riferiscono principalmente allo stanziamento di fondi relativi ad interventi sul personale attraverso i prepensionamenti.

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'EBITDA in crescita rispetto a quello realizzato 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 in Italia nel terzo trimestre 2019. Sempre in Italia, nel terzo trimestre la raccolta pubblicitaria *on-line* in crescita del 31% rispetto allo stesso periodo del 2019.

Si ricorda che il Gruppo presenta un andamento stagionale delle attività che penalizza normalmente i risultati del primo e terzo trimestre dell'anno.

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 2020 ammontano a circa 49,9 milioni, di cui 27,9 milioni in Italia e 22 milioni in Spagna.

Di seguito si riporta la variazione dell'EBITDA rispetto al 30 settembre 2019.



Il costo del lavoro, pari a 186 milioni, presenta una flessione di 12 milioni rispetto ai nove mesi dell'esercizio 2019, escludendo gli oneri non ricorrenti si decrementerebbe di 15,7 milioni. Gli oneri non ricorrenti si riferiscono prevalentemente allo stanziamento di fondi relativi ad interventi sul personale attraverso i prepensionamenti.

Come prima misura di reazione all'emergenza sanitaria, il Gruppo si è organizzato per poter proseguire in sicurezza le sue attività, e minimizzare gli impatti in termini di salute e sicurezza sul lavoro.

E' stato avviato un piano generale di *smart working*, che è proseguito con diverse modalità nel corso dei nove mesi ed è tutt'ora attivo, promuovendo il più possibile il lavoro agile a distanza per la popolazione dei dipendenti e utilizzando criteri di presidio a rotazione delle aree essenziali, quali le direzioni e redazioni dei quotidiani. Con gradualità si è gestita anche l'alternanza tra lavoratori in presenza e lavoratori a distanza. Tutta la popolazione è stata interessata con eccezione dei lavoratori dei poli di stampa, nei confronti dei quali sono stati posti in essere specifici protocolli per garantire la prosecuzione delle attività produttive in sicurezza: misurazione quotidiana della temperatura agli ingressi, dispositivi di protezione individuale e distanziamento sociale.

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 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 Eventi Sportivi. Più recentemente sono stati siglati accordi di solidarietà difensiva per i dipendenti de *La Gazzetta dello Sport* e di *Periodici Italia*. 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, su una popolazione di 840 persone. 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 e produttivi, 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 negoziati con i sindacati piani temporanei per adeguare e flessibilizzare la forza lavoro al mutato scenario di mercato caratterizzato da una importante riduzione della domanda (principalmente pubblicità e diffusione, nonché eventi e determinati contenuti editoriali). Lo strumento cui si è fatto ricorso, ha una durata limitata, prevista di quattro mesi a partire da maggio o giugno a seconda dell'area, e prevede l'accesso per i dipendenti agli ammortizzatori sociali.

Anche in Spagna, per il personale direttivo è stata effettuata una riduzione della retribuzione senza ricaduta sull'orario di lavoro e senza accesso agli ammortizzatori sociali.

Gli organici medi passano da 3.289 risorse al 30 settembre 2019 a 3.235 al 30 settembre 2020. Il decremento di 54 unità è principalmente riconducibile a Unidad Editorial (-34 unità). I dipendenti medi all'estero rappresentano a fine settembre circa il 39% dell'organico medio complessivo del Gruppo.

I **proventi (oneri) netti da partecipazioni** valutate con il metodo del patrimonio netto, nei primi nove mesi dell'esercizio 2020, sono negativi per 0,7 milioni (-0,5 milioni al 30 settembre 2019). Nella voce sono compresi i risultati pro-quota delle società partecipate del gruppo m-dis e del gruppo spagnolo Corporation Bermont.

Il **risultato operativo (EBIT)** è pari nei nove mesi a -8 milioni (+64,5 milioni al 30 settembre 2019). L'andamento riflette principalmente i fenomeni sopra riportati a commento dell'EBITDA. La flessione dell'EBITDA è in parte compensata da minori ammortamenti per 2,2 milioni. L'EBIT del terzo trimestre è positivo e pari a 8,8 milioni (+6,1 milioni nel terzo trimestre 2019). La variazione positiva riflette principalmente l'incremento dell'EBITDA del terzo trimestre.

I **proventi e gli oneri finanziari**, al 30 settembre 2020 risultano negativi per 8,8 milioni (-12,2 milioni al 30 settembre 2019), evidenziando un miglioramento di 3,4 milioni rispetto al pari periodo 2019. Tale variazione è dovuta principalmente a minori interessi bancari maturati a fronte di una minore esposizione finanziaria media e di una riduzione del tasso di interesse applicato, nonché a minori oneri di attualizzazione di alcune poste patrimoniali.

Gli **altri proventi (oneri) da attività / passività finanziarie** pari a 6 milioni si riferiscono essenzialmente alla plusvalenza realizzata mediante la cessione della partecipata spagnola Last Lap. Si confrontano con proventi netti al 30 settembre 2019 pari a zero milioni.

Le **imposte sul reddito** dei primi nove mesi del 2020 sono positive per 3,2 milioni e si confrontano con imposte al 30 settembre 2019 negative per 11,5 milioni. Si riferiscono principalmente allo stanziamento di 3,4 milioni di imposte anticipate pressoché integralmente riconducibili al consolidato fiscale di RCS Mediagroup ed in particolare allo stanziamento effettuato a fronte delle perdite fiscali maturate nei nove mesi.

Il **risultato netto** di Gruppo dei primi nove mesi 2020 è negativo per 7,6 milioni (positivo per 40,7 milioni al 30 settembre 2019) e riflette complessivamente gli andamenti sopra descritti. Il **risultato netto** di Gruppo del terzo trimestre del 2020 è positivo e pari a 4,4 milioni (positivo per 2,3 milioni nel terzo trimestre 2019).

Stato patrimoniale consolidato riclassificato

	30 settembre 2020	%	31 dicembre 2019	%
(in milioni di euro)				
Immobilizzazioni Immateriali	364,3	67,6	363,3	61,8
Immobilizzazioni Materiali	56,6	10,5	62,5	10,6
Diritti d'uso su beni in leasing	145,4	27,0	160,7	27,3
Investimenti Immobiliari	19,1	3,5	19,5	3,3
Immobilizzazioni Finanziarie e Altre attività	146,9	27,3	144,7	24,6
Attivo Immobilizzato Netto	732,3	135,9	750,7	127,7
Rimanenze	21,9	4,1	23,3	4,0
Crediti commerciali	151,5	28,1	206,3	35,1
Debiti commerciali	(179,6)	(33,3)	(198,7)	(33,8)
Altre attività/passività	(45,3)	(8,4)	(55,7)	(9,5)
Capitale d'Esercizio	(51,5)	(9,6)	(24,8)	(4,2)
Fondi per rischi e oneri	(50,1)	(9,3)	(46,1)	(7,8)
Passività per imposte differite	(53,1)	(9,9)	(52,5)	(8,9)
Benefici relativi al personale	(38,7)	(7,2)	(39,6)	(6,7)
Capitale investito netto	538,9	100,0	587,7	100,0
Patrimonio netto	272,9	50,6	280,6	47,7
Debiti finanziari a medio lungo termine	81,1	15,0	82,9	14,1
Debiti finanziari a breve termine	57,1	10,6	74,6	12,7
Passività finanziarie correnti per strumenti derivati	0,1	0,0	0,2	0,0
Passività finanziarie non correnti per strumenti derivati	1,1	0,2	1,0	0,2
Attività finanziarie per strumenti derivati	-	-	-	-
Disponibilità e crediti finanziari a breve termine	(33,4)	(6,2)	(26,9)	(4,6)
Indebitamento finanziario netto (1)	106,0	19,7	131,8	22,4
Debiti finanziari per leasing ex IFRS 16	160,0	29,7	175,3	29,8
Totale fonti finanziarie	538,9	100,0	587,7	100,0

(1) Per la definizione di Indebitamento finanziario netto si rinvia al paragrafo "Indicatori alternativi di performance" del presente Resoconto Intermedio di Gestione.

Il capitale investito netto è pari a 538,9 milioni in decremento di 48,8 milioni rispetto al 31 dicembre 2019, per effetto del decremento dell'attivo immobilizzato netto (-18,4 milioni), del capitale d'esercizio (-26,7 milioni), e dall'incremento complessivo dei fondi (-3,7 milioni). Si segnala che nel corso del periodo è stata ceduta la società controllata Last Lap il cui capitale investito netto al 31 dicembre 2019 era negativo per 0,4 milioni.

L'attivo immobilizzato pari a 732,3 milioni risulta in decremento di 18,4 milioni rispetto al 31 dicembre 2019. Le immobilizzazioni materiali e immateriali nonché gli investimenti immobiliari si decrementano complessivamente di 5,3 milioni per effetto degli ammortamenti (18,8 milioni), in parte compensati dagli investimenti effettuati nei nove mesi (14 milioni), principalmente ad incremento delle immobilizzazioni immateriali per lo sviluppo di software applicativi, per altri progetti digitali in corso di realizzazione in Spagna e per acquisti di diritti e licenze. I diritti d'uso su beni in leasing, pari a 145,4 milioni, si decrementano di 15,3 milioni principalmente per effetto degli ammortamenti per 16,9 milioni e di altre variazioni (1,5 milioni), parzialmente compensati da incrementi, pari a 3,1 milioni, prevalentemente dovuti a nuovi contratti per autovetture in locazione.

Il capitale d'esercizio è negativo e passa da -24,8 milioni al 31 dicembre 2019 a -51,5 milioni al 30 settembre 2020. Il capitale d'esercizio di Last Lap (ceduta nel primo trimestre 2020) al 31 dicembre 2019 era negativo per 1,5 milioni. In dettaglio la variazione è determinata dalla diminuzione dei crediti commerciali (-54,8 milioni) e del magazzino (-1,4 milioni) ed è in parte compensata dal decremento dei debiti commerciali (-19,1 milioni), e dalla riduzione delle altre passività nette (-10,4 milioni).

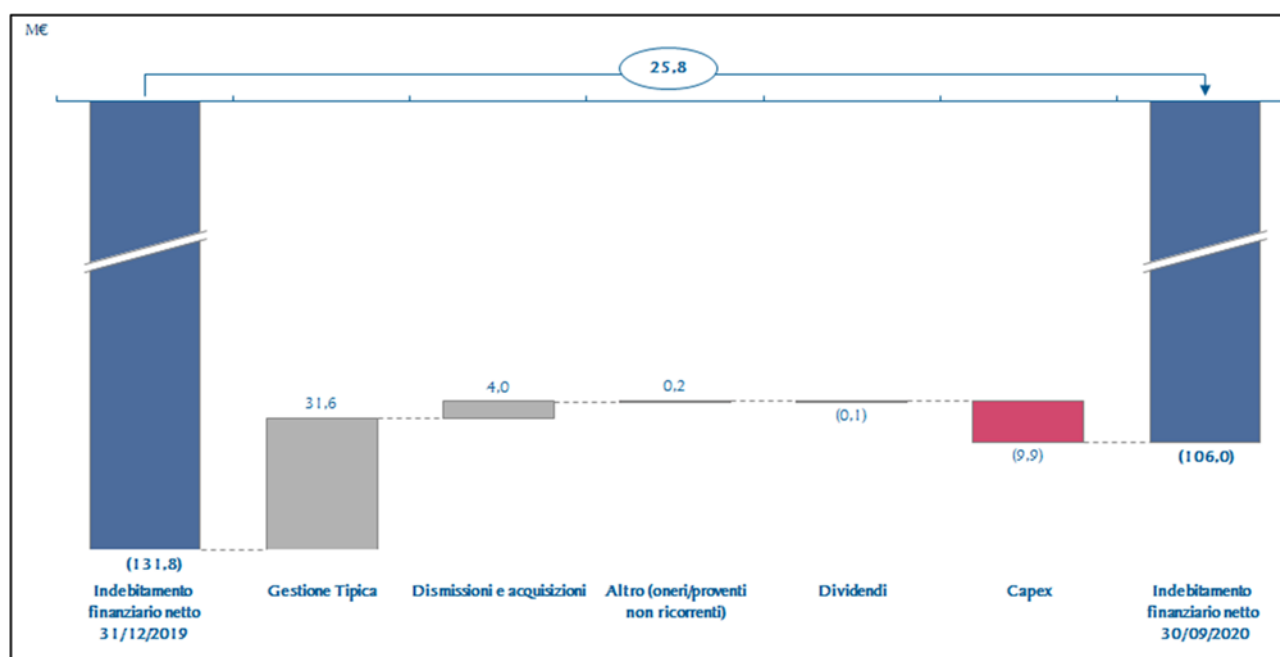
L'incremento dei fondi, complessivamente pari a 3,7 milioni, è riconducibile all'incremento per 4 milioni dei fondi per rischi e oneri e per 0,6 milioni del fondo passività per imposte differite, in parte compensato dalla

riduzione dei benefici relativi al personale (0,9 milioni). L'incremento dei fondi rischi (+4 milioni) è dovuto per 4,9 milioni ad oneri non ricorrenti legati alla riorganizzazione del personale, al netto di utilizzi vari per 0,9 milioni.

Il patrimonio netto si presenta in decremento di 7,7 milioni passando da 280,6 milioni al 31 dicembre 2019 a 272,9 milioni al 30 settembre 2020. La variazione riflette sostanzialmente il risultato del periodo negativo per 7,6 milioni.

L'indebitamento finanziario netto si attesta a 106 milioni (131,8 milioni al 31 dicembre 2019), in miglioramento di 25,8 milioni rispetto al 31 dicembre 2019. Il miglioramento realizzato nei primi nove mesi del 2020 è sostanzialmente riconducibile al significativo apporto della gestione tipica, positiva per 31,6 milioni nonché dall'effetto positivo originato dalla cessione di Last Lap (4 milioni). Di segno opposto l'esborso per gli investimenti sostenuti nel periodo (9,9 milioni) (Fonte: *Management Reporting*).

Di seguito si espongono in dettaglio le sopra-commentate variazioni dell'indebitamento finanziario netto:



Fonte: *Management Reporting*

L'indebitamento finanziario netto è definito nel paragrafo "Indicatori alternativi di performance" del presente Resoconto Intermedio di Gestione.

L'indebitamento finanziario netto complessivo, che comprende anche debiti finanziari per leasing (principalmente locazioni di immobili) è pari a 266 milioni (307,1 milioni al 31 dicembre 2019). Le passività finanziarie per i contratti di leasing ammontano a 160 milioni al 30 settembre 2020, in decremento di 15,3 milioni rispetto al pari dato del 31 dicembre 2019.

- Con riferimento al contenzioso 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 "Informazione sui contenzioni in essere" della Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2020.
- Con riferimento al contratto di compravendita di RCS Libri S.p.A., descritto nelle Relazioni Finanziarie Annuali 2016 – 2019, e all'*earn-out* ivi previsto, si segnala che sono state attivate e sono tutt'ora in corso le procedure necessarie ad accertare la sussistenza (o meno) dei presupposti all'erogazione di tale *earn-out* e, in tal caso, alla sua determinazione, così come stabilito nel contratto di cessione.

FATTI DI RILIEVO DEL TERZO TRIMESTRE

Non sono intervenuti fatti di rilievo nel terzo trimestre.

FATTI DI RILIEVO SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TERZO TRIMESTRE

Non sono intervenuti fatti di rilievo nel periodo intercorrente tra la chiusura del terzo trimestre e la data di approvazione del presente Resoconto Intermedio di Gestione da parte del Consiglio di Amministrazione, oltre a quanto indicato nel successivo paragrafo “Evoluzione prevedibile della gestione e prospettive per l’anno in corso”.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE E PROSPETTIVE PER L’ANNO IN CORSO

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.

Nel corso del 2020, il Gruppo ha 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 italiane. 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, cartacea e *on-line*, con traffico digitale in crescita significativa, in particolare per il *brand Corriere della Sera* che nel periodo gennaio-agosto 2020 ha registrato 29,1 milioni di utenti unici medi al mese, rispetto ai 21,3 milioni del pari periodo 2019 e 4,5 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese, rispetto ai 2,5 milioni del pari periodo 2019 (Fonte: Audiweb 2.0). Anche la *customer base* digitale totale attiva per il *Corriere della Sera*, che ha raggiunto circa 285 mila abbonamenti è in forte crescita (+78%), rispetto a settembre 2019. In Spagna, in settembre *elmundo.es* è risultato leader dell’informazione *online* con 24,6 milioni di utenti unici (Fonte: Comscore) e durante il mese di settembre *El Mundo* ha quasi raggiunto i 51 mila abbonamenti digitali.

In Italia, nel mese di maggio in Italia 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 in Italia anche il Campionato di calcio di Serie A. Parallelamente nello stesso periodo sono sostanzialmente ripartiti i principali campionati nazionali europei, tra i quali anche la Liga spagnola. In generale la ripresa dello sport giocato ha avuto e sta avendo un effetto positivo sulla diffusione de *La Gazzetta dello Sport* e di *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 RCS è riuscita 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 nel prosieguo dell'esercizio, non sono al momento ancora prevedibili in quanto dipendono, tra l'altro, dall'evoluzione dell'emergenza sanitaria così come dagli effetti delle misure pubbliche, anche economiche, nel frattempo implementate, e di prossima attuazione.

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 prospettive di medio-lungo periodo del Gruppo.

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, RCS 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, della situazione generale dell'economia e dei settori di riferimento potrebbe tuttavia condizionare il pieno raggiungimento di questi obiettivi.

Milano, 9 novembre 2020

Per il Consiglio di Amministrazione:

Il Presidente e Amministratore Delegato

Urbano Cairo

ATTESTAZIONE AI SENSI DELL'ART. 154 BIS COMMA 2 TUF

Il sottoscritto Roberto Bonalumi, Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari della società RCS MediaGroup S.p.A.,

DICHIARA

in conformità a quanto previsto dal comma 2 dell'art. 154-*bis*, del Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58, che l'informativa contabile contenuta nel presente Resoconto Intermedio di Gestione al 30 settembre 2020 corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Milano, 9 novembre 2020

**Dirigente Preposto alla redazione dei
documenti contabili societari**
Roberto Bonalumi