



CAIROCOMMUNICATION

Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 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

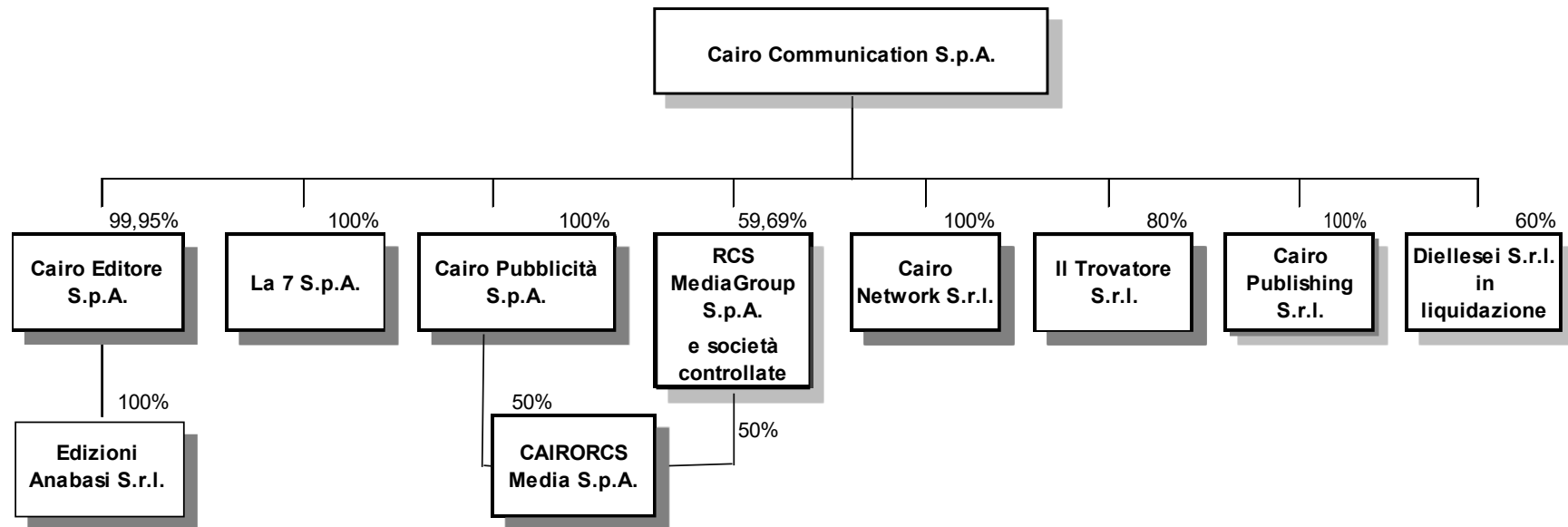
(**) Poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, con firma singola, con limiti stabiliti dal Consiglio di Amministrazione

(***) 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



Il Gruppo al 31 marzo 2021



1. Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 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 31 marzo 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 al primo trimestre 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 31 marzo 2021, uniformemente a quanto effettuato al 31 marzo 2020, sono stati predisposti al netto delle imposte e degli effetti fiscali.

Nel primo trimestre 2021 non sono intervenute variazioni nell’area di consolidamento rispetto al bilancio consolidato chiuso al 31 dicembre 2020, fatta eccezione per:

- l’acquisizione del controllo di m-dis. A inizio 2021 si è infatti perfezionato l’acquisto del 45% di m-dis Distribuzione Media S.p.A., portando al 90% la quota di partecipazione di RCS. I valori economici e patrimoniali di m-dis Distribuzione Media S.p.A. (e delle società da questa controllate (MDM Milano Distribuzione, Pieroni Distribuzione, To-dis) sono quindi consolidati integralmente a partire dal 2021 (la partecipazione era precedentemente consolidata con il metodo del patrimonio netto). I dati del gruppo m-dis sono riportati nel settore operativo “RCS”,
- la cessione (nel mese di febbraio 2021) della società spagnola Información Estadio Deportivo S.A.,
- la chiusura della liquidazione della società Diellesei S.r.l in liquidazione.

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 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.

¹ Incluso a seguito del consolidamento di RCS.



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

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

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

3. Andamento del Gruppo

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);
- 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 per 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;
- 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;
- operatore di rete (Cairo Network).

A inizio 2021 si è perfezionato anche l'acquisto del 45% di m-Dis Distribuzione Media S.p.A., portando al 90% la quota di partecipazione di RCS. I valori economici e patrimoniali di m-Dis verranno quindi consolidati integralmente a partire dal 2021.



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

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

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

In particolare, in Italia le misure hanno portato a limitare le attività ricreative e di ristorazione 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, differenziate per zone di rischio (rossa, arancione rafforzato, arancione, gialla, bianca), 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.

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

In Spagna, dopo le vacanze natalizie, si è verificato un incremento dei contagi che ha dato inizio alla cd "terza ondata". Sono state quindi introdotte misure di contenimento principalmente a livello regionale e "a macchia di leopardo", in genere meno stringenti (ad esempio in relazione alle scuole, che sono rimaste sempre aperte, a ristoranti, bar e alle attività commerciali) rispetto all'Italia. A partire dalla seconda metà di febbraio si è verificato un continuo miglioramento della situazione.

In Italia, il numero dei contagi ha conosciuto una progressione a partire da febbraio, toccando un picco nella terza decade di marzo, determinando così l'introduzione di ulteriori misure di contenimento, tra le quali la sospensione dell'attività scolastica in zona rossa e maggiori restrizioni durante le festività pasquali e la proroga di quelle in essere. A partire da metà aprile la situazione è in miglioramento, consentendo l'avvio di una fase di progressiva riduzione delle misure di restrittive, con la riapertura dei ristoranti, bar, ed altre attività commerciali anche se ancora con definite regole di orario e svolgimento.



In entrambi i paesi è stata avviata e sta procedendo la campagna vaccinale, che ha conosciuto un'accelerazione e che potrà portare ad un miglioramento della situazione, come è avvenuto e sta avvenendo in altri paesi che sono stati ad oggi più veloci nella vaccinazione della popolazione.

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

Secondo i dati forniti dall'ISTAT nel primo trimestre 2021 il prodotto interno lordo in Italia si è decrementato dello 0,4% rispetto al quarto trimestre 2020 e dell'1,4% rispetto lo stesso trimestre dell'anno precedente (Fonte: ISTAT).

In Spagna secondo la stima dell'Istituto di statistica nazionale (INE) il PIL nel primo trimestre 2021 è diminuito dello 0,5% rispetto al quarto trimestre 2020; su base annua il decremento è stato del 4,3% (Fonte: dati preliminari dell'Istituto di statistica nazionale - INE).

In Italia, nel primo trimestre 2021 il mercato pubblicitario (Dati Nielsen) è in flessione del -1,4% rispetto al 2020 con i mercati pubblicitari dei periodici e dei quotidiani rispettivamente in flessione del -32,2% e del -6,7%. In crescita del 5,9% e del 6,4% rispetto al 2020 i mercati televisivo e *online* (esclusi *search*, *social media* e *over the top*).

In Spagna, nel primo trimestre 2021 il mercato della raccolta pubblicitaria segna un decremento del -9,9% rispetto al 2020 (Fonte: i2p, Arce Media). In particolare, il mercato dei quotidiani e dei periodici evidenziano rispettivamente una flessione del -24,2% e del -41,6%. La raccolta su internet (esclusi *social media*) è stata invece in crescita dell'1,3%.

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

Sul fronte diffusionale in Italia continua anche nel primo trimestre 2021 la tendenza non favorevole del mercato dei prodotti cartacei. In particolare, i principali quotidiani nazionali di informazione generale registrano una flessione delle diffusioni del -4,4% (inclusendo anche le copie digitali) ed i principali quotidiani sportivi del -26% (inclusendo anche le copie digitali) rispetto al 2020 (Dati ADS gennaio - marzo 2021).

In Spagna, nel primo trimestre 2021 i dati delle diffusioni evidenziano una contrazione sia per i quotidiani di informazione generale (-24%), sia per i quotidiani economici (-33,4%), sia per il segmento dei quotidiani sportivi (-37,8%) (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.



Nel primo trimestre 2021, in un contesto caratterizzato dall'incertezza conseguente l'emergenza sanitaria, con i principali mercati di riferimento in calo, in particolare quello pubblicitario in Italia e Spagna:

- il **Gruppo** ha conseguito, grazie alle azioni implementate per il sostegno e lo sviluppo dei ricavi, così come per il contenimento dei costi, un margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato netto di pertinenza del Gruppo in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo del 2020;
- **RCS** ha continuato a generare flussi di cassa positivi con l'indebitamento finanziario che si riduce di Euro 10,7 milioni rispetto a fine 2020, e di Euro 59,2 milioni rispetto al 31 marzo 2020, ed ha conseguito un margine operativo lordo positivo di Euro 11,6 milioni². Nell'attuale contesto di emergenza sanitaria, il Corriere della Sera grazie alla sua autorevolezza ha confermato le previsioni di vendita in edicola e soprattutto ha proseguito nella crescita del digitale: a fine marzo la sua *customer base* digitale totale attiva (digital edition, membership e m-site) risulta pari a 328 mila abbonamenti;
- il **settore editoriale televisivo La7** ha confermato gli elevati livelli di ascolto del canale La7 (3,73% sul totale giorno e 5,04% in *prime time*). Nel primo trimestre 2021, la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi circa Euro 36 milioni (Euro 34,3 milioni nel 2020), con una variazione rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente del +5%. L'andamento positivo ha registrato una progressione in aprile (con una crescita di circa il 24% rispetto allo stesso mese del 2020);
- 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.

Nel primo trimestre 2021, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 246,8 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 237,7 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 9,1 milioni) rispetto ad Euro 241,1 milioni nel 2020 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 236,7 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 4,4 milioni). I ricavi del periodo, che ancora scontano gli effetti dell'emergenza sanitaria, in particolare per il calo delle diffusioni dei quotidiani sportivi,

² Si ricorda che RCS utilizza una definizione di EBITDA differente rispetto al Gruppo Cairo Communication, come indicato nel precedente paragrafo "Indicatori alternativi di performance". 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 nel primo trimestre 2021 a complessivi Euro 1,9 milioni, e al risultato pro quota di CAIRORCS Media pari a negativi Euro 0,2 milioni- l'EBITDA riportato nel resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2021 di RCS, approvato in data 11 maggio 2021, è pari a Euro 9,5 milioni.



che hanno risentito della chiusura dei bar e delle limitazioni alla consultazione dei quotidiani negli stessi e l'andamento del mercato pubblicitario, sono impattati positivamente (Euro 12,5 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 13,7 milioni e negativi Euro 5,5 milioni (rispettivamente Euro 2,1 milioni e negativi Euro 16,6 milioni nel 2020). Nel 2020 gli oneri non ricorrenti, pari a Euro -4,7 milioni, si riferivano principalmente allo stanziamento di fondi relativi ad interventi sul personale.

Nel trimestre, sono proseguiti gli interventi sui costi effettuati per adeguare tempestivamente l'organizzazione aziendale al mutato contesto per effetto dell'emergenza sanitaria. I benefici di tali azioni di contenimento dei costi nei primi tre mesi del 2021 ammontano a circa 5,9 milioni, di cui 3,6 milioni in Italia e 2,3 milioni in Spagna.

Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa negativi Euro 3,9 milioni (negativi Euro 7 milioni nel primo trimestre 2020 quando era stato impattato positivamente dalla plusvalenza di circa 5,8 milioni riveniente dalla cessione di asset partecipativi di RCS. Al netto di tale beneficio, il miglioramento del risultato netto di pertinenza del Gruppo è di circa 6,6 milioni).

Con riferimento ai settori di attività, nel primo trimestre 2021:

- per il **settore editoriale periodici (Cairo Editore)**, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 1,5 milioni ed Euro 1 milione (rispettivamente Euro 0,9 milioni ed Euro 0,4 milioni nel 2020). Con riferimento ai settimanali, Cairo Editore con circa 1,2 milioni di copie medie vendute nel periodo gennaio- marzo 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 1,3 milioni;
- per il **settore editoriale televisivo (La7)**, il Gruppo ha conseguito un marginale operativo lordo (EBITDA) di circa negativi Euro 0,7 milioni in miglioramento di Euro 1 milione rispetto al pari periodo 2020 (negativi Euro 1,7 milioni). In considerazione delle caratteristiche del palinsesto di La7 e della distribuzione nell'anno dei ricavi pubblicitari, il primo trimestre presenta normalmente, rispetto alla rimanente parte dell'anno, una maggiore incidenza dei costi delle produzioni interne sui ricavi. Il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa negativi Euro 4 milioni (negativi Euro 4,7 milioni nel 2020);



-
- per il settore **operatore di rete**, il margine operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 1,4 milioni ed Euro 0,7 milioni (rispettivamente positivi Euro 0,7 milioni e negativi Euro 0,1 milioni nel 2020);
 - per il **settore concessionarie**, il margine operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a negativi Euro 0,2 milioni e negativi Euro 0,5 milioni (Euro 0,2 milioni e in pareggio 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. 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. In particolare, sulla base delle stime più recenti, la pubblicità sui canali La7 e La7d e sui mezzi di RCS in Italia nel bimestre aprile-maggio 2021 è prevista in crescita rispettivamente di circa Euro 8 milioni (+35%) ed Euro 14 milioni (+55%) rispetto ai ricavi realizzati nel corrispondente periodo del 2020, con l’online che segna una crescita attesa del 30% rispetto al pari periodo del 2019 (pre emergenza sanitaria). Anche i ricavi pubblicitari di La7 e La7d nel bimestre hanno recuperato i valori del 2019;
 - per il settore **RCS**, nel bilancio consolidato di Cairo Communication, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 11,6 milioni³ e negativi Euro 2,7 milioni (Euro 2 milioni ed negativi Euro 12,2 milioni nel 2020). Nel 2020 gli oneri non ricorrenti, pari a Euro -4,7 milioni, si riferivano principalmente allo stanziamento di fondi relativi ad interventi sul personale.

Peraltro 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 174,4 milioni, con i ricavi digitali complessivi (Italia e Spagna) che ammontano a circa Euro 41 milioni ed hanno raggiunto un’incidenza del 23,5% sui ricavi complessivi. Entrambi i quotidiani italiani confermano nel primo trimestre 2021 la loro posizione di leadership diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: ADS). In Spagna, *Marca* e *Expansión* confermano nel primo trimestre 2021 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi

³ 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 nel primo trimestre 2021 a complessivi Euro 1,9 milioni, e al risultato pro quota di CAIRORCS Media pari a negativi Euro 0,2 milioni- l’EBITDA riportato nel resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2021 di RCS, approvato in data 11 maggio 2021, è pari a Euro 9,5 milioni..



segmenti di mercato (Fonte: OJD). Per effetto all'attuale processo in corso di revisione della rilevazione dei dati di audience digitale finalizzato alla stima di una total audience dei brand editoriali (cartacea e digitale), Audiweb al momento non ha pubblicato le rilevazioni del 2021 e per tale ragione nel presente resoconto non sono quindi riportate le performance digitali dei brand *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*. In Spagna, nell'ambito delle attività online *elmundo.es*, *marca.com* e *expansión.com* si attestano nel mese di marzo rispettivamente a 24 milioni, 20 milioni e 7 milioni di utenti unici medi mese (Fonte: Comscore IP Spagna che considera il solo traffico proveniente dalla Spagna). Gli abbonamenti digitali sono cresciuti significativamente raggiungendo nel mese di marzo i 64 mila abbonamenti per *El Mundo* e i 28 mila abbonamenti per *Expansion*.

Nel primo trimestre 2021 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 3,73% nel totale giorno e al 5,04% 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 0,41% nel totale giorno e 0,29% 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 l'8% di *share* medio da lunedì a venerdì, il *TgLa7* edizione delle 20 con il 6,1% da lunedì a venerdì, *diMartedì* con il 5,8%, *Piazzapulita* con il 5,6%, *Propaganda Live* con il 5,8%, *Non è l'Arena* con il 5,7%, *Omnibus La7* con il 4%, *Coffee Break* con il 4,8%, *L'Aria che tira* con il 6,5%, *Tagadà* con il 3,8%, *Atlantide* con il 2,9%, *Eden un pianeta da salvare* con il 2,9%. Nel primo trimestre 2021 La7 è stata la sesta rete nazionale sul totale giorno davanti a Rete 4 e la quinta in *prime time* davanti anche a Italia 1. In *prime time* nel trimestre lo *share* della rete ha conseguito il secondo migliore risultato di sempre (e il migliore degli ultimi 8 anni). Nelle fasce mattutine (7:00-12:00) La7 ha realizzato il 4,27% di *share*, confermandosi la quarta rete più vista.

I principali **dati economici consolidati** del primo trimestre 2021 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2020:



(Valori in milioni di Euro)	31/03/2021	31/03/2020
Ricavi operativi lordi	237,7	236,7
Sconti di agenzia	(12,3)	(13,0)
Ricavi operativi netti	225,4	223,6
Variazione delle rimanenze	1,1	0,5
Altri ricavi e proventi	9,1	4,4
Totale ricavi	235,6	228,5
Costi della produzione	(140,0)	(139,4)
Costo del personale	(81,9)	(81,8)
Proventi (oneri) da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	(0,1)	(0,5)
Proventi e oneri non ricorrenti	-	(4,7)
Margine operativo lordo	13,7	2,1
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(19,1)	(18,7)
Risultato operativo	(5,5)	(16,6)
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	(0,5)	6,2
Gestione finanziaria	(2,4)	(3,3)
Risultato prima delle imposte	(8,4)	(13,7)
Imposte sul reddito	2,8	4,3
Quota di terzi	1,6	2,5
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	(3,9)	(7,0)
Risultato netto della attività cessate	-	-
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	(3,9)	(7,0)

Nel primo trimestre 2021, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 246,8 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 237,7 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 9,1 milioni) rispetto ad Euro 241,1 milioni nel 2020 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 236,7 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 4,4 milioni). I ricavi del periodo, che ancora scontano gli effetti dell'emergenza sanitaria, in particolare per il calo delle diffusioni dei quotidiani sportivi, che hanno risentito della chiusura dei bar e delle limitazioni alla consultazione dei quotidiani negli stessi e l'andamento del mercato pubblicitario, sono impattati positivamente (Euro 12,5 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 13,7 milioni e negativi Euro 5,5 milioni rispetto a rispettivamente Euro 2,1 milioni e negativi Euro 16,6 milioni nel 2020. Nel 2020, gli oneri non ricorrenti si riferivano principalmente allo stanziamento di fondi relativi ad interventi sul personale.

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.



Nel primo trimestre 2021 il risultato operativo (EBIT) del settore RCS è stato impattato negativamente, nel bilancio consolidato, da maggiori ammortamenti delle “attività immateriali” per Euro 0,5 milioni (Euro 0,5 milioni nel 2020) per effetto delle valutazioni effettuate nell’ambito della allocazione del prezzo di acquisto della partecipazione in RCS, in particolare per l’allocazione di valori ad attività immateriali (non precedentemente iscritte), principalmente riconducibile a marchi e testate periodiche italiane a vita utile definita.

Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa negativi Euro 3,9 milioni (negativi Euro 7 milioni nel primo trimestre 2020 quando era stato impattato positivamente dalla plusvalenza di circa 5,8 milioni riveniente dalla cessione di asset partecipativi di RCS, al netto di tale beneficio, il miglioramento è di circa 6,6 milioni).

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

Milioni di Euro	31 marzo 2021	31 marzo 2020
Risultato netto dell'esercizio	(5,5)	(9,5)
<i>Componenti del conto economico complessivo riclassificabili</i>		
Utili (perdite) su coperture flussi di cassa	-	(0,1)
Riclassificazione di utili (perdite) su coperture flussi di cassa	0,1	0,1
Effetto fiscale	-	-
<i>Componenti del conto economico complessivo non riclassificabili</i>		
Utili (perd.) der. dalla val. a fair value di strum. rapp. di capitale	-	(0,1)
Totale conto economico complessivo del periodo	(5,4)	(9,6)
- Di pertinenza del Gruppo	(3,9)	(7,0)
- Di pertinenza di terzi	(1,6)	(2,6)

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



2021	Editoria periodici Cairo Editore	Concessionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete (Cairo Network)	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)								
Ricavi operativi lordi	19,8	79,4	25,6	3,0	0,2	176,6	(66,9)	237,7
Sconti di agenzia	-	(10,2)	-	-	-	(2,2)	-	(12,3)
Ricavi operativi netti	19,8	69,2	25,6	3,0	0,2	174,4	(66,9)	225,4
Variazione delle rimanenze	0,0	-	-	-	-	1,1	-	1,1
Altri ricavi e proventi	1,3	0,2	0,6	0,8	0,0	6,8	(0,6)	9,1
Totale ricavi	21,2	69,5	26,2	3,8	0,2	182,3	(67,5)	235,6
Costi della produzione	(15,3)	(64,1)	(17,3)	(2,3)	(0,2)	(108,3)	67,5	(140,0)
Costo del personale	(4,4)	(5,5)	(9,6)	(0,0)	(0,0)	(62,3)	-	(81,9)
Prov. (oneri) da partecipaz. valutate con il metodo del patrimonio netto	-	-	-	-	-	(0,1)	-	(0,1)
Proventi (oneri) non ricorrenti	-	-	-	-	-	-	-	-
Margine operativo lordo	1,5	(0,2)	(0,7)	1,4	0,0	11,6	0,0	13,7
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(0,4)	(0,4)	(3,3)	(0,8)	(0,0)	(14,3)	-	(19,1)
Risultato operativo	1,0	(0,5)	(4,0)	0,7	0,0	(2,7)	0,0	(5,5)
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	-	-	(0,5)	-	(0,5)
Gestione finanziaria	(0,0)	(0,1)	0,1	(0,1)	0,0	(2,3)	-	(2,4)
Risultato prima delle imposte	1,0	(0,6)	(3,9)	0,6	0,0	(5,5)	0,0	(8,4)
Imposte sul reddito	(0,1)	0,1	1,0	(0,2)	(0,0)	2,0	-	2,8
Quota di terzi	-	-	-	-	(0,0)	1,6	-	1,6
Risultato netto delle attività in continuità	0,9	(0,5)	(2,9)	0,4	0,0	(1,9)	0,0	(3,9)
Risultato netto delle attività cessate	-	-	-	-	-	-	-	-
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	0,9	(0,5)	(2,9)	0,4	0,0	(1,9)	0,0	(3,9)

2020	Editoria periodici Cairo Editore	Concessionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete Cairo Network	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)								
Ricavi operativi lordi	22,1	38,9	24,7	3,0	0,2	178,9	(31,0)	236,7
Sconti di agenzia	-	(5,7)	-	-	-	(7,6)	0,2	(13,0)
Ricavi operativi netti	22,1	33,2	24,7	3,0	0,2	171,3	(30,8)	223,6
Variazione delle rimanenze	(0,0)	-	-	-	-	0,5	-	0,5
Altri ricavi e proventi	0,6	0,2	1,2	0,0	-	2,8	(0,4)	4,4
Totale ricavi	22,6	33,4	25,9	3,0	0,2	174,6	(31,1)	228,5
Costi della produzione	(17,5)	(30,9)	(18,2)	(2,3)	(0,2)	(101,5)	31,1	(139,4)
Costo del personale	(4,3)	(2,3)	(9,3)	(0,0)	(0,0)	(65,8)	-	(81,8)
Prov. (oneri) da partecipaz. valutate con il metodo del patrimonio netto	-	-	-	-	-	(0,5)	-	(0,5)
Proventi (oneri) non ricorrenti	-	-	-	-	-	(4,7)	-	(4,7)
Margine operativo lordo	0,9	0,2	(1,7)	0,7	(0,0)	2,0	0,0	2,1
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(0,5)	(0,2)	(3,1)	(0,8)	(0,0)	(14,2)	-	(18,7)
Risultato operativo	0,4	0,0	(4,7)	(0,1)	(0,0)	(12,2)	0,0	(16,6)
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	-	-	6,2	-	6,2
Gestione finanziaria	(0,0)	(0,1)	0,1	(0,1)	(0,0)	(3,2)	-	(3,3)
Risultato prima delle imposte	0,4	(0,1)	(4,6)	(0,2)	(0,0)	(9,2)	0,0	(13,7)
Imposte sul reddito	(0,0)	(0,0)	1,1	0,0	(0,0)	3,1	-	4,3
Quota di terzi	-	-	-	-	0,0	2,5	-	2,5
Risultato netto delle attività in continuità	0,4	(0,1)	(3,5)	(0,1)	(0,0)	(3,6)	0,0	(7,0)
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	-	-	(0,0)	(0,0)
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	0,4	(0,1)	(3,5)	(0,1)	(0,0)	(3,6)	(0,0)	(7,0)



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

(Valori in milioni di Euro)	31/03/2021	31/12/2020
Attività materiali	69,6	70,9
Diritti d'uso su beni in leasing	159,8	164,9
Attività immateriali	984,8	982,3
Attività finanziarie	37,9	39,5
Imposte anticipate	103,4	96,3
Circolante netto	(82,4)	(58,6)
Totale mezzi impiegati	1.273,1	1.295,4
Passività a lungo termine e fondi	117,2	109,3
Fondo imposte differite	164,3	164,2
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	42,0	63,2
Passività per contratti di locazione (ex IFRS 16)	175,9	180,9
Patrimonio netto del gruppo	464,2	468,4
Patrimonio netto di terzi	309,5	309,4
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	1.273,1	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 31 marzo 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 sarà di circa Euro 11,6 milioni a livello di Gruppo.



L' **indebitamento finanziario netto** consolidato al 31 marzo 2021, confrontato con i valori di bilancio consolidato al 31 dicembre 2020, è riepilogato nella seguente tabella di sintesi:

Indebitamento finanziario netto (milioni di Euro)	31/03/2021	31/12/2020	Variazioni
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	89,9	87,4	2,5
Altre attività finanziarie e crediti finanziari a breve termine	0,7	6,9	(6,2)
Attività e (Passività) finanziarie correnti per strumenti derivati	-	(0,1)	0,1
Debiti finanziari a breve termine	(83,1)	(97,4)	14,3
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) a breve termine	7,5	(3,3)	10,9
Debiti finanziari a medio lungo termine	(49,1)	(58,9)	9,8
Attività e (Passività) finanziarie non correnti per strumenti derivati	(0,4)	(1,0)	0,6
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) a medio lungo termine	(49,5)	(59,9)	10,4
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto)	(42,0)	(63,2)	21,3
Passività per contratti di locazione (ex IFRS 16)	(175,9)	(180,9)	5,0
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) complessivo	(217,8)	(244,1)	26,3

L' **indebitamento finanziario netto** consolidato al 31 marzo 2021 risulta pari a circa Euro 42 milioni (Euro 63,2 milioni al 31 dicembre 2020) ed è riferibile a RCS per Euro 48,9 milioni (Euro 59,6 milioni al 31 dicembre 2020), con un miglioramento di Euro 21,3 milioni rispetto a fine 2020 e di Euro 66,9 milioni rispetto a marzo 2020. Si segnala che l'indebitamento finanziario netto è stato impattato negativamente dal consolidamento di m-dis (che presenta un indebitamento di Euro 13,6 milioni al 31 marzo 2021, per effetto dell'andamento stagionale del circolante).

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 175,9 milioni, ammonta a Euro 217,8 milioni (Euro 244,1 milioni al 31 dicembre 2020).

4. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi operativi lordi** del primo trimestre 2021, suddivisa fra i principali settori di attività può essere analizzata come segue, confrontata con i valori del primo trimestre 2020:



2021	Editoria periodici Cairo Ed.	Concessionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete Cairo Network	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)								
Pubblicità su reti televisive	-	36,3	24,7	-	-	0,0	(25,0)	36,0
Pubblicità su stampa, internet ed eventi sportivi	1,6	42,8	0,5	-	-	59,6	(36,2)	68,3
Altri ricavi per attività televisive	-	-	0,3	-	-	0,7	(0,1)	0,9
Vendita pubblicazioni e abbonamenti	18,5	-	-	-	-	89,9	(0,6)	107,8
IVA assolta dall'editore	(0,3)	-	-	-	-	(0,8)	-	(1,1)
Ricavi diversi	-	0,4	0,1	3,0	0,2	27,2	(5,1)	25,7
Totale ricavi operativi lordi	19,8	79,4	25,6	3,0	0,2	176,6	(66,9)	237,7
Altri ricavi	1,3	0,2	0,6	0,8	0,0	6,8	(0,6)	9,1
Totale ricavi lordi	21,0	79,6	26,2	3,8	0,2	183,4	(67,5)	246,8

2020	Editoria periodici Cairo Ed.	Concessionarie	Editoria televisiva La7	Operatore di rete Cairo Network	Trovatore	RCS	Infra e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)								
Pubblicità su reti televisive	-	34,4	23,6	-	-	0,2	(23,9)	34,3
Pubblicità su stampa, internet ed eventi sportivi	2,5	4,3	0,6	-	-	70,3	(3,5)	74,2
Altri ricavi per attività televisive	-	-	0,4	-	-	1,7	(0,2)	1,9
Vendita pubblicazioni e abbonamenti	19,9	-	-	-	-	89,3	(0,1)	109,1
IVA assolta dall'editore	(0,3)	-	-	-	-	(0,9)	-	(1,2)
Ricavi diversi	-	0,2	0,1	3,0	0,2	18,3	(3,4)	18,3
Totale ricavi operativi lordi	22,1	38,9	24,7	3,0	0,2	178,9	(31,0)	236,7
Altri ricavi	0,6	0,2	1,2	0,0	-	2,8	(0,4)	4,4
Totale ricavi lordi	22,5	39,0	25,9	3,0	0,2	181,7	(31,4)	241,1

Per effetto del consolidamento di m-dis (i) la voce “vendita pubblicazioni e abbonamenti” include, per Euro 7,8 milioni, i ricavi diffusionali riferiti alla distribuzione di prodotti di editori terzi e (ii) la voce “ricavi diversi” per Euro 4,7 milioni i ricavi riferiti ad altri servizi, per complessivi Euro 12,5 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*”.

Nel primo trimestre 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 margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente circa Euro 1,5 milioni e circa Euro 1 milione (rispettivamente Euro 0,9 milioni ed Euro 0,4 milioni nel 2020).

I settimanali del Gruppo hanno conseguito elevati risultati diffusionali, con diffusioni medie settimanali ADS nel periodo gennaio - marzo 2021 di 346.931 copie per “*Settimanale DIPIU*”, 176.231 copie per “*DIPIU’ TV*”, 62.468 copie per “*Settimanale DIPIU’ e DIPIU’TV Cucina*”, 113.363 copie per “*Diva e Donna*”, 160.690 copie per “*Settimanale Nuovo*”, 93.844 copie per “*F*”, 74.251 copie per “*TVMia*”, 58.755 copie per “*Settimanale Giallo*”, 70.327 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 1,3 milioni.

Nel seguito del 2021, la strategia di Cairo Editore continuerà ad essere incentrata sui seguenti elementi: (i) la centralità della qualità dei prodotti, (ii) il supporto dei livelli diffusionali delle proprie testate, e (iii) l’attenzione ai costi in generale ed a quelli di produzione in particolare, in una logica di miglioramento continuo delle condizioni e dei processi industriali, editoriali e di approvvigionamento.

CONCESSIONARIE DI PUBBLICITA’

Con riferimento al settore concessionarie, 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, CAIORCS 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 CAIORCS permetterà 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 consentirà 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 consentirà 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.

Nel primo trimestre 2021, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari rispettivamente a circa negativi Euro 0,2 milioni e negativi Euro 0,5 milioni (Euro 0,2 milioni ed in pareggio nel 2020).

Nel primo trimestre 2021:

- la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi circa Euro 36 milioni (Euro 34,3 milioni nel 2020), con una variazione rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente del +5%,
- la raccolta pubblicitaria sulle testate della Cairo Editore è stata pari a Euro 2 milioni (Euro 3,2 milioni nel 2020)
- i ricavi pubblicitari lordi delle testate RCS, pari a Euro 37,9 milioni evidenziano nel complesso una flessione del 5% rispetto al pari periodo 2020, con il mezzo online in forte controtendenza (+18%).

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. In particolare, sulla base delle stime più recenti, la pubblicità sui canali La7 e La7d e sui mezzi di RCS nel bimestre aprile-maggio 2021 è prevista in crescita rispettivamente di circa Euro 8 milioni (+35%) ed Euro 14 milioni (+55%) rispetto ai ricavi realizzati nel corrispondente periodo del 2020



con l'online che segna una crescita attesa del 30% rispetto al pari periodo del 2019 (pre emergenza sanitaria). Anche i ricavi pubblicitari di La7 e La7d nel bimestre hanno recuperato i valori del 2019.

EDITORIA TELEVISIVA (La7)

Il Gruppo è entrato nel settore dell'editoria televisiva nel 2013, con l'acquisto da Telecom Italia Media S.p.A. dell'intero capitale di La7 S.r.l. (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.

Nel primo trimestre 2021 il settore editoriale televisivo (La7) ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) di circa negativi Euro 0,7 milioni in miglioramento di Euro 1 milione rispetto al pari periodo 2020 (negativi Euro 1,7 milioni) ed un risultato operativo (EBIT) pari a negativi circa Euro 4 milioni (negativi Euro 4,7 milioni nel 2020).

Nel primo trimestre 2021 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 3,73% nel totale giorno e al 5,04% 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 0,41% nel totale giorno e 0,29% 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 l'8% di *share* medio da lunedì a venerdì, il *TgLa7* edizione delle 20 con il 6,1% da lunedì a venerdì, *diMartedì* con il 5,8%, *Piazzapulita* con il 5,6%, *Propaganda Live* con il 5,8%, *Non è l'Arena* con il 5,7%, *Omnibus La7* con il 4%, *Coffee Break* con il 4,8%, *L'Aria che tira* con il 6,5%, *Tagadà* con il 3,8%, *Atlantide* con il 2,9%, *Eden un pianeta da salvare* con il 2,9%. Nel primo trimestre 2021 La7 è stata la sesta rete nazionale sul totale giorno davanti a Rete 4 e la quinta in *prime time* davanti anche a Italia 1. In *prime time* nel trimestre lo *share* della rete ha conseguito il secondo migliore risultato di sempre (e il migliore degli ultimi 8 anni). Nelle fasce mattutine (7:00-12:00) La7 ha realizzato il 4,27% di *share*, confermandosi la quarta rete più vista.



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* e *YoDona*.

RCS è inoltre marginalmente attiva, in Italia, nel mercato della *pay tv*, attraverso il canale televisivo satellitare *Caccia e Pesca* ed edita anche le web tv del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*.

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

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

Con *Solferino* - i libri del *Corriere della Sera* è attiva nell'editoria libraria e a partire da marzo 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 milioni⁴ che ha segnato il ritorno per il Gruppo RCS a un risultato netto positivo (il primo dal 2010) e nel 2017⁴, 2018⁴ 2019⁴ e 2020⁴ un risultato netto di rispettivamente Euro 71,1 milioni, Euro 85,2 milioni, Euro 68,5 milioni ed Euro 31,7 milioni.

Nel primo trimestre 2021, in un contesto caratterizzato dall'incertezza conseguente l'emergenza sanitaria, con i principali mercati di riferimento in calo, RCS ha conseguito - nel bilancio consolidato di Cairo Communication - un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 11,6 milioni⁵ ed un

⁴ Relazione finanziaria annuale 2017 2018, 2019 e 2020 di RCS

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 CAIRORCS Media, consolidata integralmente da Cairo Communication. Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nel primo trimestre 2021 a



margine operativo (EBIT) di negativi Euro 2,7 milioni (rispettivamente Euro 2 milioni e negativi Euro 12,2 milioni nel 2020). Nel 2020 gli oneri non ricorrenti, pari a Euro -4,7 milioni, si riferivano principalmente allo stanziamento di fondi relativi ad interventi sul personale

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 tre mesi del 2021 ammontano a circa 4,3 milioni, di cui 2 milioni in Italia e 2,3 milioni in Spagna.

Nel primo trimestre 2021 i ricavi operativi netti consolidati di RCS si attestano a circa Euro 174,4 milioni e presentano nel loro complesso un incremento di Euro 3,1 milioni rispetto al 2020. I ricavi del trimestre ancora scontano gli effetti dell'emergenza sanitaria, in particolare per il calo delle diffusioni dei quotidiani sportivi, che hanno risentito della chiusura dei bar e delle limitazioni alla consultazione dei quotidiani negli stessi e l'andamento del mercato pubblicitario sia in Italia che in Spagna. Per effetto del cambio di perimetro, i ricavi del trimestre comprendono 12,5 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 41 milioni, hanno raggiunto un'incidenza del 23,5% sui ricavi complessivi. La raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi on-line di RCS si attesta nel primo trimestre 2021 ad Euro 28,2 milioni, con un'incidenza del 49% sul totale ricavi pubblicitari e per i mezzi on-line RCS in Italia nel primo trimestre 2021 è stata in crescita di circa il 18%. In Spagna la raccolta pubblicitaria lorda complessiva sui mezzi *on-line* nel primo trimestre 2021 è stata in crescita di circa il 15,9% rispetto al pari periodo 2020. Entrambi i quotidiani italiani confermano a marzo 2021 la loro posizione di leadership diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: ADS).

In Italia, nel primo trimestre 2021 le copie medie giornaliere diffuse di *Corriere della Sera* si attestano a 261 mila, includendo le copie digitali, e quelle de *La Gazzetta dello Sport* a 84 mila copie, incluse le copie digitali (Fonte: ADS gennaio-marzo 2021). La diffusione edicola di *La Gazzetta dello Sport* ha risentito, a partire da marzo, del contesto indotto dalla chiusura dei bar e locali pubblici, che rappresentano una parte importante della diffusione. Il *Corriere della Sera* nel primo trimestre 2021 ha per contro contenuto la riduzione delle diffusioni in edicola al -1,6% rispetto al 2020 che si confronta con una flessione complessiva del mercato di riferimento pari al -4% (Fonte: ADS gennaio-marzo 2021 – *diffusione pagata Italia*).

complessivi Euro 1,9 milioni, e al risultato pro quota di CAIRORCS Media pari a negativi Euro 0,2 milioni- 'EBITDA riportato nel resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2021 di RCS, approvato in data 11 maggio 2021, è pari a Euro 9,5 milioni.



In questo periodo di emergenza il *Corriere della Sera*, per la sua riconosciuta autorevolezza ed il forte posizionamento editoriale, è riuscito infatti a confermare le diffusioni in edicola previste e soprattutto a proseguire la crescita dello sviluppo digitale. A fine marzo la *customer base* digitale totale attiva per il *Corriere della Sera* (*digital edition, membership e m-site*) è risultata di 328 mila abbonamenti.

Per effetto all'attuale processo in corso di revisione della rilevazione dei dati di audience digitale finalizzato alla stima di una *total audience* dei brand editoriali (cartacea e digitale), conseguente alla "fusione" tra Audipress (audience del prodotto cartaceo) e Audiweb (audience del digitale), Audiweb, al momento, non ha pubblicato le rilevazioni del 2021, per tale ragione nel presente resoconto non sono quindi riportate le performance digitali dei *brand Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*.

La diffusione media giornaliera di *El Mundo* nel primo trimestre 2021 si attesta complessivamente a 60 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 61 mila (Fonte Interna), mentre nel primo trimestre 2021 *Expansión* registra una diffusione media giornaliera di circa 25 mila copie, comprese le copie digitali (Fonte Interna). Quest'ultimi due quotidiani confermano nel primo trimestre 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 si attestano nel mese di marzo 2021 rispettivamente a 24 milioni, 20 milioni e 7 milioni di utenti unici medi mese (Fonte: Comscore IP Spagna che considera il solo traffico proveniente dalla Spagna).

In Spagna, *elmundo.es* anche nel mese di marzo è risultato leader dell'informazione *online* ed ha superato i 64 mila abbonamenti digitali.

Al 31 marzo 2021 l'indebitamento finanziario netto di RCS è pari a Euro 48,9 milioni, in miglioramento di circa Euro 10,7 milioni rispetto al 31 dicembre 2020 e di Euro 59,2 milioni rispetto al 31 marzo 2020. L'indebitamento finanziario netto di RCS è stato impattato negativamente (i) dal consolidamento di m-dis (che presenta un indebitamento di 13,6 milioni al 31 marzo 2021, per effetto dell'andamento stagionale del circolante) e (ii) dall'effetto finanziario del conferimento in CAIRORCS Media pari a 3,9 milioni. (Fonte interna).

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 150 milioni (principalmente locazioni di immobili), è pari a Euro 198,9 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:

- nel corso del primo trimestre *La Gazzetta dello Sport* ha offerto ai propri lettori due numeri di *G Magazine*, uno dedicato all'avventura di Luna Rossa in America's Cup, e l'altro alla nuova stagione ciclistica inaugurata dalla *Milano-Sanremo*;
- in preparazione alla *Milano Marathon*, in programma il 16 maggio, *Gazzetta Active*, la sezione verticale dello sport attivo de *La Gazzetta dello Sport*, ha organizzato il progetto di training digitale *BeActive*;
- sono stati introdotti nuovi *podcast*:
 - il 12 febbraio ha avuto inizio *Incontri*, a cadenza settimanale: si tratta di venti minuti di confronto tra un intellettuale e un giudice, su vari temi riguardanti la cultura;
 - dal 20 febbraio è disponibile *L'Amazzacaffè* di Gramellini; si tiene il sabato e si aggiunge al podcast quotidiano della mattina, dal lunedì al venerdì;
 - il 7 marzo ha esordito "*Radio italians*", un nuovo podcast che si svolge la domenica, legato al blog/forum "*Italians*", nato su *Corriere.it* nel 1998;
- nei primi mesi del 2021, per creare un rapporto più stretto con i lettori, sono state introdotte nuove *Newsletter*:
 - il 19 febbraio per la testata "*Cook*", un appuntamento settimanale, che ha l'ambizione di essere un piccolo giornale di approfondimento che raccoglie idee, dibattiti, temi, consigli e personaggi;
 - il 23 febbraio per la testata "*Buone Notizie*", per trattare temi sempre più attuali;
 - il 5 marzo per "*La 27esima ora*", per festeggiare i 10 anni dal suo debutto;
 - il 15 marzo per la testata "*Corriere Torino*", per avere ogni mattina alle sette il resoconto delle notizie più importanti relative alla zona di Torino e Piemonte;
- sono stati molteplici gli eventi che, causa emergenza sanitaria, si sono svolti sulla piattaforma *Digilive*, tra i quali, dal 15 febbraio al 5 marzo lo *Yoga Academy*, organizzato dal settimanale del *Corriere della Sera* *iO Donna* e il 25 e 26 febbraio gli incontri di Pianeta 2021 sulla sostenibilità;
- dal 17 al 21 marzo si è tenuta la quarta edizione di *Milano Digital Week*, manifestazione che ha raccolto oltre 650 appuntamenti, legati al tema "*Città equa e sostenibile*";



- *Corriere della Sera* e la *Gazzetta dello Sport* hanno realizzato numerose iniziative editoriali a sostegno della diffusione tra le quali la collana “*Anastatika di Diabolik*”, la serie completa del manga *Naruto*, le collane “*I miti dello Sport 2*”, “*Yoga – Teoria e Pratica*”, “*I signori della guerra*”, “*Dante*” in occasione dei settecento anni dalla morte di Dante Alighieri e delle celebrazioni del primo Dantedi, la collana dedicata al Medioevo, la “*Guida allo Smart Working*” (la prima di tre guide realizzate da *L’Economia del Corriere della Sera*, per orientarsi in questo tempo ibrido), le *Guide a Pensioni e Condominio*, la serie di otto romanzi gialli scritta da Alessia Gazzola, con protagonista Alice Allevi, nonché il libro “*Febbre*”.

Le testate dell’area periodici, anche nel 2021 hanno continuato a sviluppare molteplici iniziative editoriali sul mezzo stampa, sul digitale, nonché sui social. A tal proposito si segnala tra tutte il compleanno dei 25 anni di *iO Donna*: a partire da sabato 27 marzo fino al numero celebrativo che sarà in edicola il 15 maggio, *iO Donna* ripercorrerà i 25 anni della testata attraverso iniziative sul giornale, sul web e sugli account social con il coinvolgimento diretto delle lettrici.

RCS Academy, la *business school* del Gruppo, ha proseguito durante il primo trimestre 2021 il proprio piano di sviluppo, adattandosi al contesto di riferimento ed alle restrizioni imposte dalla pandemia COVID-19. Durante il trimestre è proseguita l’erogazione in modalità *on-line* dei master avviati a fine 2020 e (per i master full time) è stato avviato il *placement* degli studenti presso grandi aziende e partner.

Per quanto riguarda il comparto dei Libri il primo trimestre dell’anno ha confermato il buon andamento registrato negli ultimi mesi dell’anno scorso, con un incremento (pur amplificata dal fatto che nel marzo 2020 le librerie erano chiuse per il *lockdown*) del distribuito rispetto al pari periodo dell’anno scorso e maggiore della variazione del mercato. La crescita è stata trainata dal buon andamento dei titoli lanciati nell’ultimo trimestre dell’anno scorso e dal promettente avvio delle novità pubblicate del trimestre.

In Spagna, limitandosi alle principali iniziative:

- nel primo trimestre 2021 grazie all’accordo raggiunto con Triton e ad una maggior presenza dei contenuti audio di *Radio Marca* su *marca.com* e su altre piattaforme digitali come iTunes, Spotify o Ivoox, *Radio Marca* ha aumentato la propria audience digitale. Nell’ambito digitale, *Radio Marca* ha registrato un aumento di ascolti giornalieri medi da 55 mila a 85 mila da dicembre 2020 a marzo 2021. In marzo 2021, 1,6 milioni di ascoltatori hanno ascoltato *Radio Marca* per almeno un minuto. Nel mese di marzo sono stati scaricati 423 mila podcast di *Radio Marca* rispetto ai 200 mila download medi/mese ottenuti nel 2020;



-
- da gennaio 2021 il sito in lingua inglese per il mercato nord americano “*Marca Inglés*” ha incrementato la varietà dei suoi contenuti ampliando l’informazione relativa alle competizioni europee, estendendo la copertura ad altri sport oltre al calcio e fornendo contenuti non solo di carattere sportivo. Nel trimestre si è raggiunto un aumento del traffico medio del 130 % rispetto all’anno precedente con quasi il triplo dei ricavi sempre rispetto all’anno precedente;
 - nel mese di febbraio ha preso il via la nuova sezione “*Sostenibles*” di *elmundo.es* focalizzata sulla transizione ecologica. Ad oggi la sezione conta su 500 mila utenti unici e 600 mila pagine viste.
 - 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, con l’obiettivo di informare circa i piani strategici in materia di sostenibilità di imprese e vertici dei principali settori dell’economia tra cui energia, infrastrutture, auto, turismo, trasporto aereo, banche, tecnologia, alimentare, tessile, distribuzione e ricerca;
 - nel mese di marzo 2021 è stata lanciata *Expansión Alimentación y Distribución*, newsletter settimanale sull’industria del food con notizie e approfondimenti su industrie del settore, catene di distribuzione, fusioni e acquisizioni, tendenze dei consumi, ricerca in campo alimentare, evoluzione delle materie prime e cambi legislativi in Spagna e nel resto dell’Europa;
 - nell’ambito della produzione di contenuti audiovisivi, nel primo trimestre 2021 si segnala la sigla di 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*”.

Con riferimento al contenzioso di RCS relativo al complesso immobiliare di via Solferino, non essendo intervenuti fatti nuovi nel periodo di riferimento del presente resoconto intermedio di gestione, si rimanda a quanto indicato al paragrafo “*Altre informazioni*” della relazione finanziaria annuale al 31 dicembre 2020.

**

OPERATORE DI RETE (CAIRO NETWORK)

La società del Gruppo Cairo Network nel 2014 ha partecipato alla procedura indetta dal Ministero dello Sviluppo Economico per l’assegnazione dei diritti d’uso di frequenze in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre, aggiudicandosi i diritti d’uso, per la durata di 20 anni, di un lotto di frequenze (“mux”) ed ha quindi sottoscritto nel gennaio 2015 con EI Towers S.p.A. un accordo per la realizzazione e la successiva gestione tecnica pluriennale in modalità full service



(ospitalità, assistenza e manutenzione, utilizzo dell'infrastruttura di trasmissione, ecc.) della rete di comunicazione elettronica per la diffusione broadcast di servizi media audiovisivi sulle risorse frequenziali assegnate. Il mux ha una copertura almeno pari al 94% della popolazione nazionale, con standard di livelli di servizio di alta qualità.

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

La sezione *“Principali rischi e incertezze cui Cairo Communication S.p.A. e il Gruppo sono esposti”* della relazione finanziaria annuale 2020 contiene una descrizione dettagliata dell'attuale fase di evoluzione del quadro normativo e regolamentare inerente i diritti d'uso delle frequenze televisive, conseguente le previsioni delle Leggi di Bilancio 2018 e 2020, e della specifica e peculiare posizione di Cairo Network in relazione a tale contesto.

In data 28 aprile 2021 è stata nel frattempo indetta la procedura onerosa da parte del Mise volta all'assegnazione dei diritti d'uso non derivanti dalla conversione dei diritti d'uso attuali, alla quale Cairo Network parteciperà, riservandosi contestualmente di proporre ricorso al Tar avverso gli atti della procedura.

**

IL TROVATORE

Nel primo trimestre 2021 è continuata l'attività de Il Trovatore che eroga principalmente servizi tecnologici per lo sviluppo e manutenzione delle piattaforme internet delle società del Gruppo.

5. Rapporti con società controllanti e controllate

Sono state identificate come parti correlate:

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

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



Crediti e attività finanziarie (valori in milioni di Euro)	Crediti commerciali	Crediti consolidato fiscale	Altre attività finanziarie correnti
Società controllanti	-	0,4	-
Società collegate	0,2	-	-
Altre consociate	0,6	-	-
Altre parti correlate	0,3	-	-
Totale	1,1	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	7,7	-	-
Altre consociate	1,0	-	-
Altre parti correlate	-	-	-
Totale	8,7	-	-

Ricavi e costi (valori in milioni di Euro)	Ricavi operativi	Costi operativi	Proventi finanziari
Società controllanti	-	-	-
Società collegate	-	(4,6)	-
Altre consociate	0,0	-	-
Altre parti correlate	0,1	(0,1)	-
Totale	0,1	(4,7)	-

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) nel primo trimestre 2021 hanno sostenuto costi per Euro 4,4 milioni e detengono debiti commerciali per Euro 7,4 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 nel primo trimestre sono state riconosciute al concedente quote editore per Euro 553 mila a fronte di ricavi per Euro



715 mila al netto degli sconti di agenzia. CAIRORCS Media ha maturato anche ulteriori provvigioni attive per Euro 33 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 0,1 milioni. I crediti commerciali ammontano a Euro 0,3 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

Nel primo trimestre 2021 i risultati del Gruppo sono stati ancora impattati dalla diffusione del Coronavirus. In un contesto ancora caratterizzato da forte incertezza, con i principali mercati di riferimento in calo, in particolare quello pubblicitario in Italia e Spagna:

- il **Gruppo** ha conseguito, grazie alle azioni implementate per il sostegno e lo sviluppo dei ricavi, così come per il contenimento dei costi, un margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato netto di pertinenza del Gruppo in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo del 2020;
- **RCS** ha continuato a generare flussi di cassa positivi con l'indebitamento finanziario che si riduce di Euro 10,7 milioni rispetto a fine 2020, e di Euro 59,2 milioni rispetto al 31 marzo 2020, ed ha conseguito un margine operativo lordo positivo di Euro 11,6 milioni⁶.

⁶ 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 nel primo trimestre 2021 a complessivi Euro 1,9 milioni, e al risultato pro quota di CAIRORCS Media pari a negativi Euro 0,2 milioni- l'EBITDA riportato nel resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2021 di RCS, approvato in data 11 maggio 2021, è pari a Euro 9,5 milioni



Nell'attuale contesto di emergenza sanitaria, il Corriere della Sera grazie alla sua autorevolezza ha confermato le previsioni di vendita in edicola e soprattutto ha proseguito nella crescita del digitale: a fine marzo la sua *customer base* digitale totale attiva (digital edition, membership e m-site) risulta pari a 328 mila abbonamenti;

- il **settore editoriale televisivo La7** ha confermato gli elevati livelli di ascolto del canale La7 (3,73% sul totale giorno e 5,04% in *prime time*). Nel primo trimestre 2021, la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi circa Euro 36 milioni (Euro 34,3 milioni nel 2020), con una variazione rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente del +5%. L'andamento positivo ha registrato una progressione in aprile (con una crescita di circa il 24% rispetto allo stesso mese del 2020);
- 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 delle misure restrittive implementate dalle autorità, sia in Italia sia in Spagna, per il contenimento dell'emergenza sanitaria che, 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.

In Spagna, dopo le vacanze natalizie, si è verificato un incremento dei contagi che ha dato inizio alla cd "terza ondata". Sono state quindi introdotte misure di contenimento principalmente a livello regionale e "a macchia di leopardo", in genere meno stringenti (ad esempio in relazione alle scuole, che sono rimaste sempre aperte, a ristoranti e bar e alle attività commerciali) rispetto all'Italia. A partire dalla seconda metà di febbraio, la situazione ha iniziato a migliorare.

In Italia il numero dei contagi ha conosciuto una progressione a partire da febbraio, toccando un picco nella terza decade di marzo, determinando l'introduzione di ulteriori misure di contenimento, tra le quali la sospensione dell'attività scolastica in zona rossa e maggiori restrizioni durante le festività pasquali e la proroga di quelle in essere. A partire da metà aprile la situazione è in miglioramento consentendo l'avvio di una fase di progressiva riduzione delle misure di contenimento, con la riapertura dei ristoranti, bar, ed altre attività commerciali anche se ancora con definite regole di orario e svolgimento.



In entrambi i paesi è stata avviata e sta procedendo la campagna vaccinale, che ha conosciuto un'accelerazione, che potrà portare ad un miglioramento della situazione, come è avvenuto e sta avvenendo in altri paesi che sono stati ad oggi più veloci nella implementazione di tale campagna. 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 e a tutte le edicole. I programmi di *La7*, le edizioni quotidiane del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*, in Italia e di *El Mundo*, *Marca* ed *Expansion* in Spagna, i periodici e le piattaforme web e social del Gruppo, stanno svolgendo un ruolo centrale nell'informazione e nel racconto di questo difficile momento, mettendo al centro la propria vocazione di servizio pubblico, imparziale e puntuale e affermandosi come attori autorevoli dell'informazione quotidiana televisiva, cartacea e *on-line*, con importanti numeri di ascolti televisivi e traffico digitale.

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.

In considerazione delle azioni già messe in atto e di quelle previste, in assenza di un inasprimento delle misure per il contenimento del contagio, prolungamento della loro durata, o significativo ampliamento delle regioni classificate nelle più alte fasce di rischio, il Gruppo ritiene che sia possibile confermare l'obiettivo di conseguire nel 2021 margini (EBITDA) in crescita rispetto a quelli realizzati nel 2020 ed una conseguente ulteriore significativa riduzione dell'indebitamento finanziario.

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