



## **Resoconto Intermedio di Gestione**

**al 30 settembre 2021**

## Indice

Principali dati economici, patrimoniali e finanziari del Gruppo RCS MediaGroup .....	3
Indicatori alternativi di performance .....	5
Andamento del Gruppo RCS al 30 settembre 2021 .....	6
Fatti di rilievo del terzo trimestre .....	18
Fatti di rilievo successivi alla chiusura del terzo trimestre .....	18
Evoluzione prevedibile della gestione e prospettive per l'anno in corso .....	18
Attestazione ai sensi dell'art. 154 bis comma 2 TUF .....	20

## PRINCIPALI DATI ECONOMICI, PATRIMONIALI E FINANZIARI DEL GRUPPO RCS MEDIAGROUP

(in milioni di euro)	30/09/2021	30/09/2020	31/12/2020
<b>DATI ECONOMICI</b>			
<b>Ricavi netti</b>	610,0	493,7	749,5
<b>EBITDA (1)</b>	92,1	27,7	83,1
<b>EBIT (1)</b>	56,0	(8,0)	32,5
<b>Risultato prima delle imposte e degli interessi di terzi</b>	58,6	(10,8)	29,0
<b>Imposte sul reddito</b>	(12,1)	3,2	2,9
<b>Risultato attività destinate a continuare</b>	46,5	(7,6)	31,9
<b>Risultato netto del periodo di Gruppo</b>	46,6	(7,6)	31,7
Risultato per azione base delle attività destinate a continuare (in euro)	0,09	(0,01)	0,06
Risultato per azione diluito delle attività destinate a continuare (in euro)	0,09	(0,01)	0,06
	<b>30/09/2021</b>	<b>30/09/2020</b>	<b>31/12/2020</b>
<b>DATI PATRIMONIALI</b>			
Capitale investito netto	497,6	538,9	526,1
<i>di cui relativo a diritti d'uso ex IFRS 16</i>	<i>125,3</i>	<i>145,4</i>	<i>140,6</i>
Indebitamento finanziario netto del Gruppo (1)	14,8	106,0	59,6
Debiti finanziari per leasing ex IFRS 16	139,3	160,0	154,9
Patrimonio netto	343,5	272,9	311,6
Dipendenti (numero medio)	3.049	3.235	3.217

(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 a quello del Resoconto Intermedio di Gestione al 30 settembre 2020. 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 2021 è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 10 novembre 2021.

\*\*\*

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 ha determinato il deconsolidamento dei valori contabili del ramo pubblicitario di RCS conferito; nella voce del conto economico “Proventi (oneri) da partecipazioni” è rilevato il risultato netto di competenza di CAIRORCS Media a seguito della valutazione a Patrimonio Netto della stessa. In considerazione del ruolo di *principal* (ai sensi del principio contabile internazionale IFRS 15) svolto nell’esecuzione dei contratti di concessione pubblicitaria, il Gruppo continua a riconoscere a conto economico i ricavi realizzati verso i clienti pubblicitari. Il deconsolidamento del ramo di azienda ha determinato quindi la riduzione dei soli ricavi relativi alla vendita di spazi pubblicitari di editori terzi. D’altro lato ha determinato la rilevazione dei ricavi realizzati per servizi *intercompany* prestati dal Gruppo RCS a favore di CAIRORCS Media.

A inizio 2021 si è perfezionato l'acquisto del 45% di m-dis Distribuzione Media S.p.A. e nei primi giorni del mese di giugno scorso è avvenuto l'acquisto dell'ulteriore 10%, portando al 100% 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) sono quindi consolidati integralmente a partire dal 2021 (partecipazione precedentemente valutata a Patrimonio Netto). I dati del gruppo m-dis sono riportati nel settore operativo "Corporate e Altre attività".

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

\*\*\*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

---

## 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 del Gruppo (o indebitamento finanziario netto del Gruppo):** 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:** corrisponde alla Posizione Finanziaria Netta del Gruppo come sopra definita e include inoltre le passività finanziarie relative a contratti di locazione a breve e/o a lungo termine e i debiti non remunerati, che presentano una significativa componente di finanziamento implicito o esplicito (ad esempio i debiti verso fornitori con una scadenza superiore a 12 mesi), ed eventuali altri prestiti infruttiferi (così come definito dagli "Orientamenti in materia di obblighi informativi ai sensi del regolamento sul prospetto" pubblicati da ESMA in data 4 marzo 2021 con il documento "ESMA32-382-1138" e ripreso da CONSOB nella comunicazione 5/21 del 29 aprile 2021).

## ANDAMENTO DEL GRUPPO RCS AL 30 SETTEMBRE 2021

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

Di seguito si riportano i principali dati economici progressivi al 30 settembre 2021 ed i relativi commenti:

(in milioni di euro)	30 settembre 2021		30 settembre 2020		Differenza	
	A	%	B	%	A-B	%
<b>Ricavi netti</b>	<b>610,0</b>	<b>100,0</b>	<b>493,7</b>	<b>100,0</b>	<b>116,3</b>	<b>23,6%</b>
<i>Ricavi editoriali e diffusionali</i>	280,3	46,0	256,3	51,9	24,0	9,4%
<i>Ricavi pubblicitari</i>	232,8	38,2	184,9	37,5	47,9	25,9%
<i>Ricavi diversi (1)</i>	96,9	15,9	52,5	10,6	44,4	84,6%
Costi operativi	(331,0)	(54,3)	(276,9)	(56,1)	(54,1)	19,5%
Costo del lavoro	(183,1)	(30,0)	(186,0)	(37,7)	2,9	(1,6%)
Accantonamenti per rischi	(2,6)	(0,4)	(1,1)	(0,2)	(1,5)	>(100)
(Svalutazione)/ripristino di crediti commerciali e diversi	(0,6)	(0,1)	(1,3)	(0,3)	0,7	(53,8%)
Proventi (oneri) da partecipazioni metodo del PN	(0,6)	(0,1)	(0,7)	(0,1)	0,1	(14,3%)
<b>EBITDA (2)</b>	<b>92,1</b>	<b>15,1</b>	<b>27,7</b>	<b>5,6</b>	<b>64,4</b>	<b>&gt;100</b>
Amm.immobilizzazioni immateriali	(12,3)	(2,0)	(11,5)	(2,3)	(0,8)	
Amm.immobilizzazioni materiali	(6,7)	(1,1)	(6,9)	(1,4)	0,2	
Amm. diritti d'uso su beni in leasing	(16,7)	(2,7)	(16,9)	(3,4)	0,2	
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	
<b>Risultato operativo (EBIT) (2)</b>	<b>56,0</b>	<b>9,2</b>	<b>(8,0)</b>	<b>(1,6)</b>	<b>64,0</b>	
Proventi (oneri) finanziari	(6,9)	(1,1)	(8,8)	(1,8)	1,9	
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	9,5	1,6	6,0	1,2	3,5	
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>58,6</b>	<b>9,6</b>	<b>(10,8)</b>	<b>(2,2)</b>	<b>69,4</b>	
Imposte sul reddito	(12,1)	(2,0)	3,2	0,6	(15,3)	
<b>Risultato attività destinate a continuare</b>	<b>46,5</b>	<b>7,6</b>	<b>(7,6)</b>	<b>(1,5)</b>	<b>54,1</b>	
Risultato delle attività destinate alla dismissione e dismesse	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
<b>Risultato netto prima degli interessi di terzi</b>	<b>46,5</b>	<b>7,6</b>	<b>(7,6)</b>	<b>(1,5)</b>	<b>54,1</b>	
(Utile) perdita netta di competenza di terzi	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	
<b>Risultato netto di periodo di Gruppo</b>	<b>46,6</b>	<b>7,6</b>	<b>(7,6)</b>	<b>(1,5)</b>	<b>54,2</b>	

(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, per le attività di scommesse in Spagna, nonché per le attività di distribuzione.

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

### Andamento dei mercati di riferimento

Il mercato pubblicitario a settembre 2021 presenta un incremento del 19,3% rispetto al pari periodo 2020. Per il mezzo stampa si registra un incremento complessivo del 5,4%, con i quotidiani che segnano un +6% ed i periodici un +4,2%. Risultano in aumento anche il settore televisivo (+23,9%), il settore radio (+12,5%) e il comparto *online* (+24% esclusi *search, social e over the top*), sempre rispetto al pari periodo 2020 (Fonte: Nielsen gennaio-settembre 2021).

Al 30 settembre 2021 il mercato spagnolo della raccolta pubblicitaria lorda segna un incremento del 15% rispetto allo stesso periodo del 2020 (Fonte: i2p, Arce Media). Il mercato dei quotidiani e delle riviste evidenziano un calo rispettivamente del 3,8% del 12,6%. In crescita la performance nel segmento internet (esclusi *social media, portali, search, etc*) che registra un +25,7%, dei supplementi con un +4,2% e del segmento radio (+14,5%) rispetto al pari periodo del 2020. (Fonte: i2p, Arce Media).

Sul fronte diffusionale (tradizionale e digitale), i quotidiani di informazione generale registrano una contrazione delle diffusioni del 5,2% rispetto al pari periodo 2020 e i quotidiani sportivi in Italia registrano una contrazione dell'1,7% rispetto al pari periodo 2020 (Fonte: dati ADS gennaio-settembre 2021).

Il mercato diffusionale dei periodici, riferito alle testate dichiarate in ADS, evidenzia per i mensili un calo pari all'1,7% riferito alla diffusione delle copie cartacee e digitali dei primi otto mesi rispetto al pari periodo del 2020. Per i settimanali, lo stesso dato, aggiornato a settembre 2021, fa registrare un calo pari al 2,8%. (Fonte interna su base dati ADS).

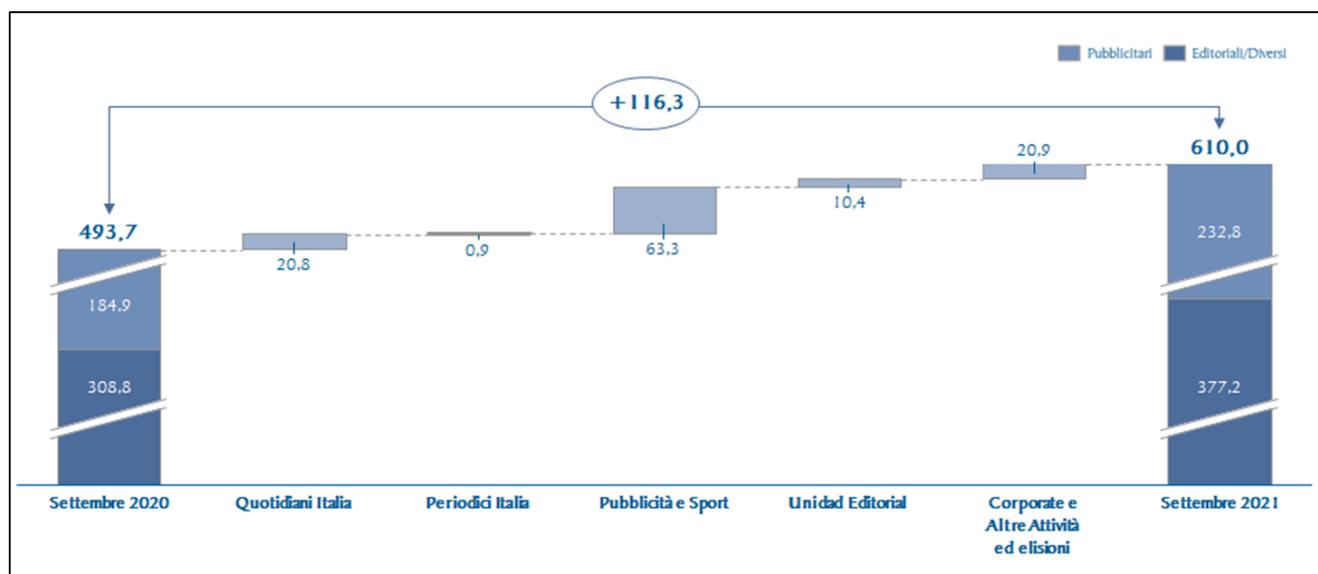
In Spagna la media delle diffusioni a settembre (valori progressivi fonte: OJD) dei quotidiani di informazione generalista presentano una contrazione complessiva del 17,6%. I quotidiani economici registrano una flessione pari al 24%. Lo stesso fenomeno si registra per il segmento dei quotidiani sportivi, in cui si rileva un decremento delle diffusioni del 24,8%. Si ricorda che a causa della pandemia non erano stati pubblicati i dati di diffusione ufficiale per il periodo compreso tra il 14 marzo 2020 e il 30 giugno 2020, pertanto il dato di raffronto del 2020 esprime una media senza considerare detto periodo.

## Andamento della gestione

Nel contesto sopra descritto, il Gruppo nei primi nove mesi del 2021 ha conseguito ricavi in forte crescita, un EBITDA pari a 92,1 milioni e un Risultato Netto di pertinenza del Gruppo positivo e pari a 46,6 milioni e ha continuato a generare flussi di cassa positivi, riducendo il proprio indebitamento finanziario netto di 44,8 milioni rispetto al 31 dicembre 2020 dopo aver distribuito dividendi per 15,6 milioni e assorbito gli effetti del consolidamento di m-dis che al 30 settembre 2021 presenta un indebitamento di 12,2 milioni anche per effetto dell'andamento stagionale del circolante.

EBITDA, EBIT e Risultato Netto di pertinenza del Gruppo dei primi nove mesi del 2021 hanno già superato i valori dell'intero anno 2020.

Di seguito si riporta la variazione dei ricavi rispetto al 30 settembre 2020:



I ricavi consolidati al 30 settembre 2021, pari a 610 milioni, evidenziano un incremento di 116,3 milioni rispetto ai primi nove mesi del 2020. Al miglioramento hanno contribuito in maniera significativa la crescita dei ricavi pubblicitari e la realizzazione nei primi nove mesi del 2021 degli eventi sportivi che nel pari periodo 2020 erano stati posticipati al quarto trimestre dell'anno o non si erano potuti disputare. La variazione dei ricavi include inoltre l'effetto positivo del consolidamento integrale del gruppo m-dis nei primi nove mesi del 2021 (valutato a patrimonio netto nel pari periodo 2020), pari a 33,2 milioni.

I ricavi digitali ammontano a 139,9 milioni e rappresentano circa il 23% dei ricavi complessivi.

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

(in milioni di euro)	Ricavi Editoriali e Diffusionali			
	Progressivo al 30/09/2021	Progressivo al 30/09/2020	Delta Progressivo	Delta %
Quotidiani Italia	179,8	177,0	2,8	1,6%
Periodici Italia	23,3	23,5	(0,2)	(0,9%)
Unidad Editorial	55,6	56,4	(0,8)	(1,4%)
Corporate e Altre attività (1)	25,5	0,0	25,5	n.a.
Diverse ed elisioni	(3,9)	(0,6)	(3,3)	n.s.
<b>Totale Ricavi Editoriali e Diffusionali (2)</b>	<b>280,3</b>	<b>256,3</b>	<b>24,0</b>	<b>9,4%</b>

- (1) Si segnala che a partire dall'esercizio 2021 il gruppo m-dis Distribuzione Media, precedentemente consolidato con il metodo del patrimonio netto nelle aree Quotidiani Italia e Periodici Italia, a seguito dell'acquisto di un ulteriore quota del 55% da parte di RCS MediaGroup S.p.A. viene consolidato integralmente nell'area Corporate e Altre attività.
- (2) I ricavi editoriali delle opere collaterali al 30 settembre 2021, sono pari a 49,1 milioni e si riferiscono per 43,5 milioni a Quotidiani Italia, 3,5 milioni a Periodici Italia e per 2,1 milioni a Unidad Editorial. Al 30 settembre 2020 erano pari a 47,2 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 e diffusionali** sono pari a 280,3 milioni (256,3 milioni nel pari periodo 2020) ed evidenziano un miglioramento di 24 milioni sostanzialmente attribuibile ai seguenti fenomeni:

- l'incremento dei ricavi editoriali di Quotidiani Italia, pari a 2,8 milioni, essenzialmente riconducibile alla crescita dei ricavi digitali del *Corriere della Sera*, al buon andamento dei ricavi da opere collaterali e alla crescita dei ricavi della casa editrice Solferino, che più che compensano la flessione dei ricavi diffusionali stampa del *Corriere della Sera*. I ricavi diffusionali de *La Gazzetta dello Sport* sono in linea con quelli realizzati nel pari periodo 2020.

Includendo le copie digitali, nei primi nove mesi del 2021 le copie medie diffuse di *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport* si attestano a rispettivamente 259 mila e 102 mila (Fonte: dati ADS gennaio-settembre 2021).

Considerando il totale vendite in Italia come rilevato da ADS a partire dal 2021, si segnala un andamento migliore del mercato di *Corriere della Sera* il cui calo dell'1,5% si confronta con il calo del 4,7% segnato dal mercato (Fonte: ADS gennaio-settembre 2021).

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

A fine settembre la *customer base* totale attiva per il *Corriere della Sera* (*digital edition, membership e m-site*) è risultata pari a 346 mila abbonamenti in crescita del 21% rispetto al pari periodo 2020.

La *customer base* dei prodotti pay *Gazzetta* (che include i prodotti *G ALL, G+, GPRO e Magic*) ha chiuso a fine settembre con 78 mila abbonamenti registrando un incremento del 62% rispetto al pari periodo 2020.

I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS, che si conferma primo editore *on-line* nel periodo gennaio-agosto 2021 con un dato aggregato di 32,9 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni), superando i 33 milioni nel mese di agosto (Fonte: Audiweb). I *brand Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* si attestano nel periodo gennaio-agosto 2021 rispettivamente a 29,7 milioni e a 19,4 milioni di utenti unici medi al mese e rispettivamente a 4 milioni e 3 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audiweb 2.0);

- la sostanziale stabilità dei ricavi editoriali di Unidad Editorial rispetto ai nove mesi del 2020, (-0,8 milioni). Tale dato è determinato dal calo registrato nel mercato dei quotidiani cartacei, compensato dal buon andamento degli abbonamenti digitali.

Incluse le copie digitali, nei nove mesi 2021 la diffusione media giornaliera di *El Mundo, Marca ed Expansión* si attesta a rispettivamente circa 61 mila copie, circa 65 mila copie e circa 24 mila copie (Fonte interna).

*Marca* e *Expansión* confermano nei primi nove mesi 2021 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: OJD).

Gli abbonamenti digitali sono cresciuti fortemente nel mese di settembre a circa 73 mila abbonamenti per *El Mundo* (+39% verso lo stesso periodo del 2020) e circa 36 mila abbonamenti per *Expansion* (+65% verso lo stesso periodo del 2020).

Nell'ambito dell'attività *on-line* i browser unici medi mensili di *elmundo.es*, nazionali ed esteri e comprese le app, nei primi nove mesi del 2021 hanno raggiunto i 52,6 milioni (Fonte: Google Analytics).

Il sito *marca.com* ha raggiunto 93,8 milioni di browser unici medi mensili.

La versione internazionale di *Marca* in lingua inglese ha raggiunto 12,1 milioni di browser unici medi mensili rispetto i 2 milioni nello stesso periodo del 2020 (Fonte: Google Analytics).

I browser unici medi mensili di *expansion.com* a settembre 2021 hanno raggiunto gli 11,4 milioni (Fonte: Google Analytics);

- la sostanziale stabilità dei ricavi editoriali di Periodici Italia (-0,2 milioni rispetto ai primi nove mesi del 2020). Le testate mensili *Amica* e *Dove* evidenziano nell'ultima rilevazione ADS di agosto, diffusioni in crescita rispettivamente dell'11,1% e del 29,7%, in confronto al pari data del 2020, in particolare *Dove* beneficia della ripresa del settore dei viaggi;
- la rilevazione dei ricavi diffusionali per 21,7 milioni riferiti alla distribuzione di prodotti di editori terzi, a seguito del consolidamento integrale del gruppo m-dis Distribuzione Media.

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

(in milioni di euro)	Ricavi Pubblicitari			
	Progressivo al 30/09/2021	Progressivo al 30/09/2020	Delta Progressivo	Delta %
Quotidiani Italia	93,1	78,2	14,9	19,1%
Periodici Italia	21,1	19,3	1,8	9,3%
Pubblicità e Sport	155,4	121,8	33,6	27,6%
Unidad Editorial	73,3	58,9	14,4	24,4%
Diverse ed elisioni	(110,1)	(93,3)	(16,8)	n.s.
<b>Totale Ricavi Pubblicitari (1)</b>	<b>232,8</b>	<b>184,9</b>	<b>47,9</b>	<b>25,9%</b>

(1) I ricavi pubblicitari delle opere collaterali al 30 settembre 2021 sono pari a 0,1 milioni (sostanzialmente pari a zero nel pari periodo 2020).

I **ricavi pubblicitari** dei primi nove mesi del 2021 ammontano a 232,8 milioni rispetto ai 184,9 milioni del pari periodo del 2020 (+47,9 milioni). Il miglioramento dei ricavi è riconducibile principalmente a Pubblicità e Sport (+33,6 milioni) e a Unidad Editorial (+14,4 milioni).

Con riferimento al settore Pubblicità e Sport, come già commentato nei paragrafi precedenti, in considerazione del ruolo di *principal* (ai sensi del principio contabile internazionale IFRS 15) il Gruppo RCS continua a riconoscere a conto economico i ricavi realizzati verso i clienti pubblicitari per i prodotti editoriali di RCS, mentre non sono più rappresentati i ricavi pubblicitari dei prodotti editoriali di terzi (che nei primi nove mesi del 2020 erano pari a 7 milioni).

La crescita complessiva dei ricavi dell'area è riconducibile al significativo miglioramento dei ricavi di Pubblicità e al positivo apporto di Eventi Sportivi per la realizzazione nei primi nove mesi del 2021 degli eventi sportivi che nel 2020 erano stati posticipati al quarto trimestre dell'anno o non si erano potuti disputare. In particolare, nel trimestre aprile – giugno, la raccolta pubblicitaria ha segnato una crescita significativa rispetto al 2020, quando gli effetti dell'emergenza sanitaria erano stati particolarmente rilevanti.

La raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi *on-line* si attesta, nei primi nove mesi del 2021, a 103,1 milioni, raggiungendo circa il 44,3% del totale dei ricavi pubblicitari. La pubblicità *on-line* sui mezzi di RCS al 30 settembre 2021 cresce del 31,5% in Italia e del 44,6% in Spagna rispetto al 30 settembre 2020.

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

(in milioni di euro)	Ricavi Diversi			
	Progressivo al 30/09/2021	Progressivo al 30/09/2020	Delta Progressivo	Delta %
Quotidiani Italia	13,8	10,7	3,1	29,0%
Periodici Italia	6,1	6,8	(0,7)	(10,3%)
Pubblicità e Sport	37,8	8,1	29,7	366,7%
Unidad Editorial	23,8	27,0	(3,2)	(11,9%)
Corporate e Altre attività (1)	43,8	26,4	17,4	65,9%
Diverse ed elisioni	(28,4)	(26,5)	(1,9)	n.s.
<b>Totale Ricavi Diversi (2)</b>	<b>96,9</b>	<b>52,5</b>	<b>44,4</b>	<b>84,6%</b>

- (1) Si segnala che a partire dall'esercizio 2021 il gruppo m-dis Distribuzione Media, precedentemente consolidato con il metodo del patrimonio netto nelle aree Quotidiani Italia e Periodici Italia, a seguito dell'acquisto di un ulteriore quota del 55% da parte di RCS MediaGroup S.p.A. viene consolidato integralmente nell'area Corporate e Altre attività.
- (2) I ricavi diversi delle opere collaterali al 30 settembre 2021 sono pari a 3 milioni e si riferiscono sostanzialmente a Quotidiani Italia. Al 30 settembre 2020 erano pari a 1,9 milioni e si riferivano sostanzialmente a Quotidiani Italia.

I **ricavi diversi** pari a 96,9 milioni si incrementano di 44,4 milioni rispetto al pari periodo 2020 (pari a 52,5 milioni), e includono anche i ricavi diversi del gruppo m-dis, rilevati per 11,5 milioni a seguito del consolidamento integrale da inizio 2021. All'incremento ha contribuito anche il ritorno alla normale calendarizzazione degli eventi sportivi.

I ricavi diversi di Unidad Editorial diminuiscono di 3,2 milioni rispetto al pari periodo 2020 essenzialmente per effetto del deconsolidamento della società Unidad Editorial Juegos S.A., ceduta nei primi giorni del mese di aprile.

Le elisioni si riferiscono principalmente ai ricavi diversi realizzati dalle Attività Corporate in quanto relativi alla fornitura dei servizi centralizzati realizzati a favore delle altre società del Gruppo.

\*\*\*

Nel 2021 è stata ulteriormente potenziata l'offerta dei sistemi editoriali del Gruppo RCS attraverso il consolidamento e la difesa delle posizioni di leadership nelle attività tradizionali, l'attrazione di nuove audience con lo sviluppo delle piattaforme digitali e dell'offerta di eventi *live* e in *streaming*, l'arricchimento dei sistemi editoriali verticali (food, motori, sostenibilità etc.).

Si riportano di seguito alcune delle principali iniziative realizzate in Italia nei primi nove mesi del 2021:

- *La Gazzetta dello Sport* ha offerto ai propri lettori cinque numeri di *G Magazine* dedicati a Luna Rossa in *America's Cup*, alla nuova stagione ciclistica, al tennis, al Campionato Europeo di calcio e alle olimpiadi di Tokyo;
- il *Corriere della Sera* ha pubblicato una serie di guide: *Le Guide del Corriere Economia*, *Le Guide di Corriere Salute*, *Le Guide all'escursionismo in collaborazione con il CAI* (Club Alpino Italiano);
- è stato ulteriormente potenziato il palinsesto delle *newsletter* con quelle di "Cook", "Buone Notizie", "La 27esima ora", "Corriere Torino", "Corriere Veneto" e "Corriere Bologna";
- l'offerta digitale è stata arricchita con contenuti in formato podcast: *Incontri*, *L'Ammazzacaffè*, "Radio italians", "Mama non Mama" (il 9 maggio);
- a partire dal mese di marzo *Corriere della Sera* ha avviato in collaborazione con Radio Italia il progetto "Artista day";
- in preparazione alla *Milano Marathon*, *Gazzetta Active* ha organizzato il progetto di training digitale *BeActive*;
- dal 27 al 29 maggio, si è svolto sulla piattaforma *Digilive*, in *live streaming* su *Gazzetta.it*, l'evento "Gazzetta Motori Days", dedicato al mondo dell'automotive. L'iniziativa ha avuto un grande successo, con oltre cinque milioni di *video views*;

- il 28 maggio il settimanale 7 del *Corriere della Sera* è uscito in edicola rinnovato nel formato e nel progetto grafico;
- il 27 giugno *Corriere della Sera* ha celebrato il numero 500 del proprio inserto *La Lettura* con un numero speciale da collezione;
- nel mese di luglio è uscita la nuova *digital edition* del *Corriere della Sera*;
- in occasione dell'Europeo, la *Gazzetta dello Sport* ha ideato una serie di iniziative: *l'Album dell'Europeo*, un numero da collezione de *La Gazzetta dello Sport* su carta azzurra, il progetto "*Gazzetta Social Club*". Per celebrare il trionfo dell'Italia, *La Gazzetta dello Sport* ha pubblicato cinque dvd e un libro e il *Corriere della Sera* ha festeggiato con uno speciale di 24 pagine;
- il 14 luglio si è tenuta la quarta edizione del "*Gran Galà della Neve e del Ghiaccio*", organizzato da *La Gazzetta dello Sport*, in collaborazione con Fisi, Fisg e Fondazione Cortina;
- per seguire le Olimpiadi di Tokyo, la *Gazzetta dello Sport* ha organizzato molteplici iniziative, tra le quali una *Grande Gazzetta* dalla copertina rovesciata, una copertura sul sito *gazzetta.it* in diretta 24 ore su 24 da Tokyo. Il *Corriere della Sera* l'8 agosto ha pubblicato un inserto omaggio sulla grande avventura olimpica e a partire dal 12 agosto la *Gazzetta dello Sport* ha venduto il libro "*Due ragazzi d'oro*";
- il *Corriere della Sera* ha realizzato e pubblicato il 24 agosto il libro "*Ribelli*", per celebrare le storie dei più famosi atleti paraolimpici italiani;
- il 10 settembre il *Corriere della Sera* e 7 hanno pubblicato un supplemento in formato quotidiano in occasione dei 20 anni dalla tragedia delle torri gemelle dell'11 settembre 2001;
- sul fronte delle collane e delle opere collaterali *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* hanno arricchito il programma delle uscite con numerose iniziative tra le quali la collana "*Anastatika di Diabolik*", la serie completa del manga *Naruto*, la riproduzione anastatica delle "*Strisce di TEX*", le collane "*I miti dello Sport 2*", "*Yoga – Teoria e Pratica*", "*I signori della guerra*", "*Storia dei Grandi Segreti d'Italia*", "*Dante*", la collana dedicata al Medioevo, la serie di otto romanzi gialli scritta da Alessia Gazzola, la collana "*Le frontiere della medicina*", il "*Master di Fotografia*", la collana "*Grandi Miti Greci*", nonché la collana di fumetti "*Le leggende DC*", la biografia di Steve Jobs a 10 anni dalla scomparsa;
- durante il 2021 numerose iniziative sono state dedicate al consolidamento della *customer base* degli abbonati digitali del *Corriere della Sera*, tra cui i *webinar* dedicati alla salute (vaccini anti COVID-19) e all'economia;
- durante il terzo trimestre 2021 è stato avviato il potenziamento dell'offerta digitale delle edizioni locali del *Corriere della Sera* con particolare riferimento alle aree di Milano, Torino, Roma, Firenze e Bologna attraverso interventi grafici, proposizione di nuovi servizi editoriali (newsletter, meteo, calcio giovanile), sviluppo delle *fun base* sui profili social di ciascuna testata;
- nei nove mesi è proseguita la forte crescita del digitale de *La Gazzetta dello Sport*, primo sito d'informazione nel mese di agosto con oltre 4,6 milioni di utenti unici giorno (fonte Audiweb). Risultati ottenuti grazie alla grande copertura editoriale, al lavoro tecnico ed editoriale sulla fonte SEO, alla crescita dell'area video e dell'offerta Podcast. Si segnala anche l'attività svolta sui social, in particolare su Instagram, per incrementare le audience e l'*engagement* degli utenti;
- l'offerta pay di *Gazzetta* si è arricchita di contenuti forti ed indipendenti dal quotidiano con nuove rubriche e newsletter giornaliera;
- il network *Gazzanet* è stato oggetto di un restyling grafico completo, sia desktop che mobile, dei 24 siti che ne fanno parte, con l'obiettivo di migliorare la *user experience* e velocizzare il caricamento delle pagine e la fruizione;
- nel corso del 2021 il palinsesto degli eventi del *Corriere* si è confermato e arricchito anche grazie alle piattaforme digitali e delle attività di *live streaming*:
  - il sistema editoriale *Economia* con la rassegna *Italia Genera Futuro* ha premiato e celebrato le 1.000 PMI "*champion*" italiane, il percorso "*Economie d'Italia*" ha raccontato le eccellenze regionali espressione del tessuto imprenditoriale locale;
  - il 16 maggio si è tenuta - in concomitanza con la 12° edizione di "*Cibo a regola d'arte*" - la cerimonia di consegna dei *Cook Awards 2020*, i riconoscimenti istituiti dal mensile *Cook* e dal *Corriere della Sera*;
  - il 4 e 5 giugno, in occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente, si è tenuta la due giorni di maratona *on-line* con *Pianeta 2021*; nella stessa occasione, *Corriere della Sera* si è colorato di verde sia nella versione cartacea sia in quella digitale;

- dal 13 al 24 settembre si è tenuta - come per lo scorso anno, nella doppia versione *on-line* e in presenza - l'ottava edizione de "Il tempo delle donne", evento ideato da *La27esimaOra* e intitolato "Un altro genere di forza – Lavoro, relazioni, diritti, sport e scienza";
- dal 20 settembre a fine ottobre si è svolto la seconda edizione di *Campbus*, l'autobus-laboratorio dell'innovativo progetto educational di *Corriere della Sera*;
- il 22 e 23 settembre si è tenuto l'evento *Women in food*, organizzato da *Cook*.

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

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

RCS Academy, la *business school* del Gruppo avviata nel 2019, ha proseguito nel corso del 2021 il proprio piano di sviluppo, continuando l'attività nel rispetto delle restrizioni imposte dalla pandemia COVID-19.

Nei primi mesi dell'anno, è stata completata l'erogazione in modalità *on-line* dei master iniziati a fine 2020. A partire dal mese di maggio sono stati avviati i master del piano accademico 2021-2022, con il rientro in aula e con la possibilità nel contempo di frequenza anche da remoto.

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

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

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

Si riportano di seguito alcune delle principali iniziative realizzate in Spagna nel 2021:

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

- il 6 maggio 2021 con *El Mundo* ha avuto luogo l'incontro "Europa Verde e Digitale, tecnologia e sostenibilità, una strada verso il futuro" con la partecipazione di Frans Timmermans, vicepresidente della Commissione Europea e di importanti esponenti delle istituzioni e dell'economia;
- in giugno 2021 è avvenuto il lancio del nuovo Podcast quotidiano: *El Mundo al dia*;
- da maggio 2021 in *marca.com* è attiva la sezione "Territorio Apuestas";
- con l'inizio del Campionato Europeo di calcio, *Marca* ha dato vita a una serie di iniziative: uno speciale in formato extra large dedicato alla competizione, l'iniziativa "Porra Marca de la Eurocopa" e il programma in formato televisivo di analisi sportiva "Con la 10";
- in occasione del suo 35° Anniversario *Expansion* ha dato vita ad eventi e "speciali" su: la digitalizzazione, la sostenibilità e l'economia post COVID-19;
- l'8 e 9 di giugno si è tenuta la seconda edizione de "El Foro Económico Intenacional Expansión" con argomento il superamento della crisi economica e sociale causata dalla pandemia e il titolo "Construyendo un mundo sostenible per le future generazioni". La globalizzazione, la digitalizzazione dell'economia, e la sostenibilità sono stati oggetto degli interventi dei prestigiosi invitati. L'evento è stato organizzato in collaborazione con *The European House Ambrosetti*;
- il 15 luglio *marca.com* ha lanciato il "signwall" per lo sviluppo dei contenuti premium con l'obiettivo di favorire la registrazione qualificata e la navigazione "loggata" in *marca.com* (web e app);
- il 19 luglio *marca.com* ha lanciato lo Speciale Giochi Olimpici di Tokyo raggiungendo 20,4 milioni di utenti che hanno generato 124,8 milioni di pagine viste e nel mese di agosto è stata lanciata la *Guida alla Liga 21/22*;
- il 27 settembre ha preso il via una nuova iniziativa editoriale di *El Mundo* denominata "Gran Madrid" dedicato a ciò che accade nella capitale spagnola e nella sua Comunità Autonoma;
- il 10 settembre *Expansion* ha lanciato la newsletter per l'industria dello sport *Deporte y Negocio*;
- *Marca Gaming*, sezione di *marca.com* dedicata al mondo dei videogiochi anche in *livestreaming* nell'agosto 2021 ha raggiunto il suo record di traffico con un totale di 2,3 milioni di utenti unici e 4,3 milioni di pagine viste (Fonte: Google Analytics);
- il 29 settembre *Telva* ha tenuto il "1° Congresso su Energia e Felicità".

\*\*\*

Di seguito si riepilogano ricavi, EBITDA ed EBIT al 30 settembre 2021 e al 30 settembre 2020 per aree di attività:

(in milioni di euro)	Progressivo al 30/09/2021					Progressivo al 30/09/2020				
	Ricavi	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi	Ricavi	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi
Quotidiani Italia (1)	286,7	43,2	15,1%	34,9	12,2%	265,9	17,3	6,5%	7,8	2,9%
Periodici Italia (1)	50,5	2,4	4,8%	1,9	3,8%	49,6	(0,1)	(0,2)%	(0,8)	(1,6)%
Pubblicità e Sport	193,2	29,4	15,2%	29,4	15,2%	129,9	(3,6)	(2,8)%	(3,8)	(2,9)%
Unidad Editorial	152,7	16,4	10,7%	8,2	5,4%	142,3	11,8	8,3%	4,1	2,9%
Corporate e Altre attività (1)	69,3	0,7	1,0%	(18,4)	(26,6)%	26,4	2,3	8,7%	(15,3)	(58,0)%
Diverse ed elisioni	(142,4)	-	n.a.	-	n.a.	(120,4)	-	n.a.	0,0	n.a.
<b>Consolidato</b>	<b>610,0</b>	<b>92,1</b>	<b>15,1%</b>	<b>56,0</b>	<b>9,2%</b>	<b>493,7</b>	<b>27,7</b>	<b>5,6%</b>	<b>(8,0)</b>	<b>(1,6)%</b>

(1) Si segnala che a partire dall'esercizio 2021 il gruppo m-dis Distribuzione Media, precedentemente consolidato con il metodo del patrimonio netto nelle aree Quotidiani Italia e Periodici Italia, a seguito dell'acquisto di un ulteriore quota del 55% da parte di RCS MediaGroup S.p.A. viene consolidato integralmente nell'area Corporate e Altre attività, conseguentemente anche i valori dell'EBITDA e dell'EBIT al 30 settembre 2020 sono stati riclassificati nell'area Corporate e Altre attività per un confronto omogeneo.

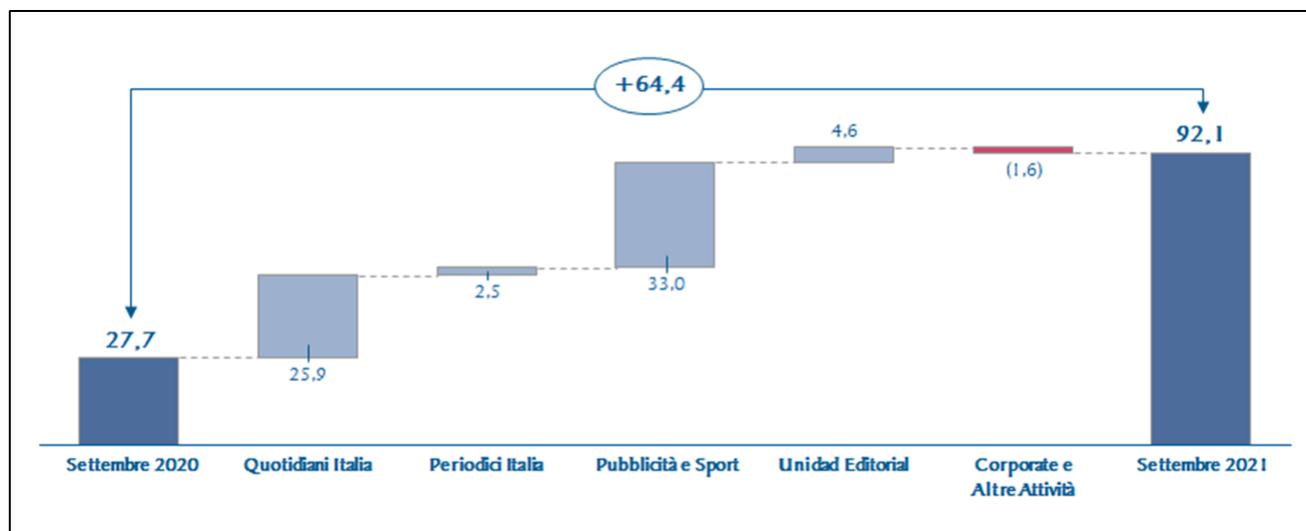
L'EBITDA dei **primi nove mesi** 2021 è positivo per 92,1 milioni in incremento di 64,4 milioni rispetto al pari periodo 2020 (+27,7 milioni). Gli oneri e proventi non ricorrenti netti sono negativi per 1,1 milioni (-4,6 milioni nei primi nove mesi del 2020).

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

Sono proseguite le attività di sviluppo ed arricchimento dell'offerta editoriale, affiancate da interventi straordinari sui costi effettuati per adeguare tempestivamente l'organizzazione aziendale al mutato contesto. I benefici di tali

azioni di contenimento dei costi nei primi nove mesi del 2021 ammontano a circa 7,2 milioni, di cui 3,2 milioni in Italia e 4 milioni in Spagna.

Di seguito si riporta la variazione dell'EBITDA rispetto al 30 settembre 2020.



Il costo del lavoro, pari a 183,1 milioni, è in flessione di 2,9 milioni rispetto ai 186 milioni registrati al 30 settembre 2020. Gli oneri non ricorrenti compresi nel costo del lavoro sono pari a 0,6 milioni nei primi nove mesi del 2021 (5,7 milioni nel pari periodo 2020).

Nei primi nove del 2021, il Gruppo RCS ha proseguito con l'applicazione dei protocolli già adottati lo scorso anno al fine di proseguire in sicurezza le attività.

Il piano generale di *smart working* è proseguito parallelamente alle varie proroghe dello stato di emergenza nazionale e con diverse modalità in funzione delle attività lavorative e delle differenti organizzazioni dei reparti e/o divisioni. Analoghe regole sono state applicate anche in Unidad Editorial, con un rapporto percentuale fra "presenze" e "lavoro agile" periodicamente adattato in funzione degli indicatori ufficiali della pandemia rilevati in particolare nella regione di Madrid.

Nei primi nove mesi dell'anno, in Italia, è proseguita l'attività di riorganizzazione nell'ambito del piano di prepensionamento di impiegati e quadri con Contratto Grafico Editoriale e Poligrafico, che si è concluso dopo 18 mesi con oltre 100 uscite.

In Unidad Editorial, durante il 2021, è stato implementato un piano di ristrutturazione in alcune aree redazionali, di business e di supporto, volte a garantire la sostenibilità e la continuità delle attività, sempre preservando la professionalità delle risorse e lo sviluppo delle competenze.

Nel mese di settembre 2021 in Italia è iniziata l'attività di predisposizione per il controllo del *green pass* nelle sedi aziendali, in ottemperanza alle disposizioni di cui al D.L. 21 settembre 2021, n. 127.

L'organico medio nel periodo gennaio-settembre 2021 del Gruppo RCS risulta essere pari a 3.049 unità, inferiore di 186 unità rispetto al dato del pari periodo 2020 (3.235 unità medie).

La variazione dell'organico medio rispecchia gli effetti derivanti dal conferimento in CAIRORCS Media S.p.A. del ramo pubblicità, dall'acquisizione del personale del gruppo m-dis, nonché dagli effetti delle riorganizzazioni in atto.

**I proventi (oneri) netti da partecipazioni** valutate con il metodo del patrimonio netto sono negativi per 0,6 milioni (-0,7 milioni nel pari periodo 2020). Nella voce sono compresi i risultati pro-quota di CAIRORCS Media, di alcune società ad equity del gruppo m-dis (nel 2020 il gruppo m-dis era interamente consolidato ad equity) e del gruppo spagnolo Corporation Bermont.

Il **risultato operativo (EBIT)** è positivo per 56 milioni e si confronta con il risultato operativo negativo di 8 milioni relativo al pari periodo del 2020 (+64 milioni), l'incremento è essenzialmente riconducibile al miglioramento dell'EBITDA.

Gli **oneri finanziari netti pari** a 6,9 milioni, si decrementano complessivamente di 1,9 milioni rispetto al pari periodo 2020. Tale riduzione è riconducibile sia alla minore esposizione finanziaria media del periodo sia a minori spese bancarie e oneri finanziari diversi.

**Gli altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie**, pari a +9,5 milioni, si riferiscono essenzialmente alla plusvalenza realizzata con la cessione della partecipata Unidad Editorial Juegos S.A. (nel pari periodo 2020 era stata registrata la plusvalenza di 5,8 milioni per la cessione della partecipata spagnola Last Lap).

Le **imposte sul reddito** al 30 settembre 2021 ammontano a -12,1 milioni (imposte di segno contrario, positive, pari a 3,2 milioni, al 30 settembre 2020) e si riferiscono principalmente allo stanziamento delle imposte correnti di periodo (-10,6 milioni) e alla variazione netta delle imposte anticipate e differite (-1,5 milioni). La variazione riflette il miglioramento dei risultati conseguiti nei primi nove mesi del 2021 rispetto al pari periodo del 2020.

Il **risultato netto** al 30 settembre 2021, positivo per 46,6 milioni, in forte crescita di 54,2 milioni rispetto al risultato negativo di 7,6 milioni dei primi nove mesi del 2020.

\*\*\*

## Stato patrimoniale consolidato riclassificato

	30 settembre 2021	%	31 dicembre 2020	%
(in milioni di euro)				
Immobilizzazioni Immateriali	368,6	74,1	366,9	69,7
Immobilizzazioni Materiali	50,5	10,1	55,3	10,5
Diritti d'uso su beni in leasing	125,3	25,2	140,6	26,7
Investimenti Immobiliari	15,4	3,1	16,2	3,1
Immobilizzazioni Finanziarie e Altre attività	126,2	25,4	123,7	23,5
<b>Attivo Immobilizzato Netto</b>	<b>686,0</b>	<b>137,9</b>	<b>702,7</b>	<b>133,6</b>
Rimanenze	17,9	3,6	17,8	3,4
Crediti commerciali	194,0	39,0	189,5	36,0
Debiti commerciali	(215,6)	(43,3)	(179,4)	(34,1)
Altre attività/passività	(46,5)	(9,3)	(64,1)	(12,2)
<b>Capitale d'Esercizio</b>	<b>(50,2)</b>	<b>(10,1)</b>	<b>(36,2)</b>	<b>(6,9)</b>
Fondi per rischi e oneri	(49,1)	(9,9)	(50,5)	(9,6)
Passività per imposte differite	(52,5)	(10,6)	(52,5)	(10,0)
Benefici relativi al personale	(36,6)	(7,4)	(37,4)	(7,1)
<b>Capitale investito netto</b>	<b>497,6</b>	<b>100,0</b>	<b>526,1</b>	<b>100,0</b>
<b>Patrimonio netto</b>	<b>343,5</b>	<b>69,0</b>	<b>311,6</b>	<b>59,2</b>
Debiti finanziari a medio lungo termine	36,9	7,4	58,9	11,2
Debiti finanziari a breve termine	36,5	7,3	57,4	10,9
Passività finanziarie correnti per strumenti derivati	0,5	0,1	-	-
Passività finanziarie non correnti per strumenti derivati	0,1	0,0	1,0	0,2
Attività finanziarie per strumenti derivati	-	-	-	-
Disponibilità e crediti finanziari a breve termine	(59,2)	(11,9)	(57,7)	(11,0)
<b>Indebitamento finanziario netto (1)</b>	<b>14,8</b>	<b>3,0</b>	<b>59,6</b>	<b>11,3</b>
<b>Debiti finanziari per leasing ex IFRS 16</b>	<b>139,3</b>	<b>28,0</b>	<b>154,9</b>	<b>29,4</b>
<b>Totale fonti finanziarie</b>	<b>497,6</b>	<b>100,0</b>	<b>526,1</b>	<b>100,0</b>

(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 497,6 milioni e presenta un decremento netto di 28,5 milioni rispetto al 31 dicembre 2020, riconducibile principalmente alla riduzione dell'attivo immobilizzato netto (-16,7 milioni) e alla riduzione del capitale d'esercizio (-14 milioni).

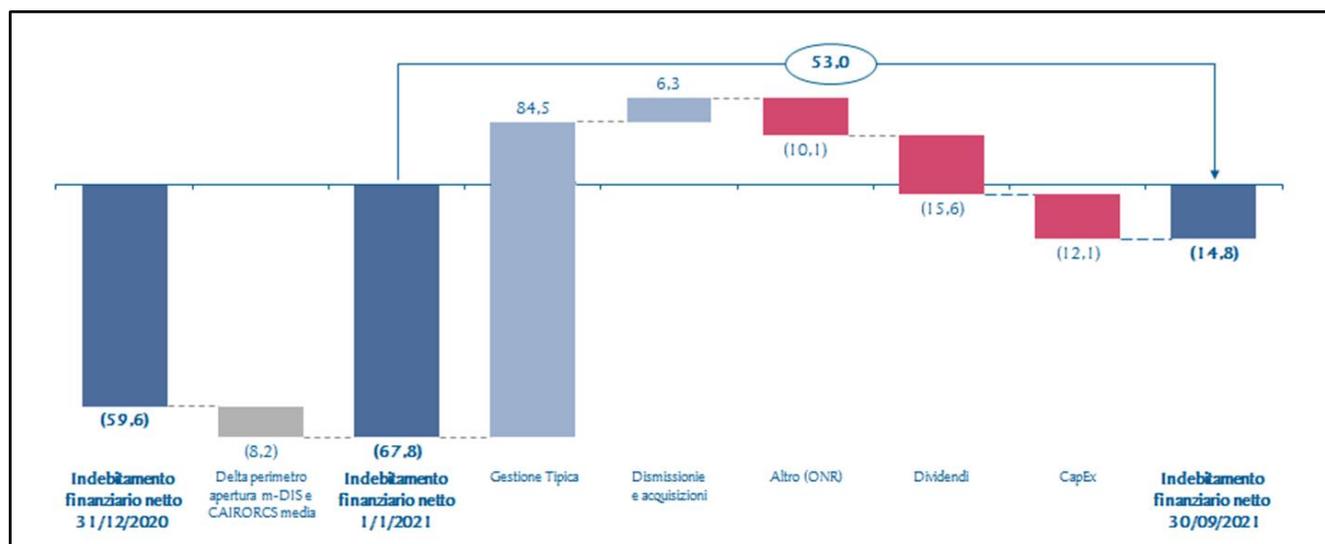
L'attivo immobilizzato netto passa da 702,7 milioni al 31 dicembre 2020 a 686 milioni al 30 settembre 2021. La variazione è in via prevalente riconducibile ai minori diritti d'uso su beni in leasing, in particolare per l'effetto degli ammortamenti di periodo.

Il capitale d'esercizio passa da -36,2 milioni al 31 dicembre 2020 a -50,2 milioni al 30 settembre 2021. La variazione dei saldi patrimoniali tiene conto del consolidamento integrale del gruppo m-dis, del deconsolidamento del ramo pubblicità conferito in CAIRORCS Media e di Unidad Editorial Juegos S.A.. Il consolidamento integrale del gruppo m-dis ha impattato, incrementandoli, i crediti commerciali (+49 milioni), i debiti commerciali (-34,4 milioni) ed infine anche le altre attività (+7,5 milioni). Rispetto ai dati del dicembre 2020, si registra la riduzione dei crediti commerciali di natura pubblicitaria in relazione alla dinamica stagionale della stessa.

Il patrimonio netto evidenzia un incremento di 31,9 milioni rispetto al 31 dicembre 2020 principalmente come conseguenza dell'utile netto realizzato nei primi nove mesi (+46,6 milioni) al netto degli effetti conseguenti alla distribuzione di dividendi per 15,6 milioni.

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

Di seguito si espongono 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 ex IFRS 16 (principalmente locazioni di immobili), per complessivi 139,3 milioni al 30 settembre 2021, ammonta a 154,1 milioni, in miglioramento di oltre 60 milioni rispetto al dato del 31 dicembre 2020 (214,5 milioni).

\*\*\*

- Con riferimento al contenzioso relativo al complesso immobiliare di via Solferino si rimanda a quanto indicato al paragrafo "Informazione sui contenzioni in essere" della Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2021, pubblicata il 4 agosto 2021 e integrata in data 12 agosto 2021. Successivamente al 30 giugno 2021, relativamente al contenzioso pendente presso la *Supreme Court of the State of New York*, il 31 agosto 2021 la Società ha depositato la *motion to dismiss* avverso il *second amended complaint* presentato dalle controparti a fine giugno 2021, cui è seguito uno scambio di memorie difensive. Relativamente al contenzioso di impugnativa dei lodi arbitrali promosso da RCS e pendente presso la Corte d'Appello di Milano, il 4 ottobre 2021 controparte ha depositato la propria comparsa di costituzione con impugnazione incidentale del capo relativo alla pronuncia sulle spese ed ex art. 96, c.p.c..
- Con riferimento al contratto di compravendita di RCS Libri S.p.A., descritto nelle Relazioni Finanziarie Annuali 2016 – 2020, 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.

---

## EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE E PROSPETTIVE PER L'ANNO IN CORSO

---

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

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

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

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

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

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

In ogni caso, il Gruppo ritiene di disporre di leve gestionali adeguate per contrastare gli effetti dell'emergenza sanitaria anche nel 2021 e confermare quindi le proprie prospettive di medio-lungo periodo.

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

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.

Milano, 10 novembre 2021

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 2021 corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Milano, 10 novembre 2021

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