



Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2022

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.

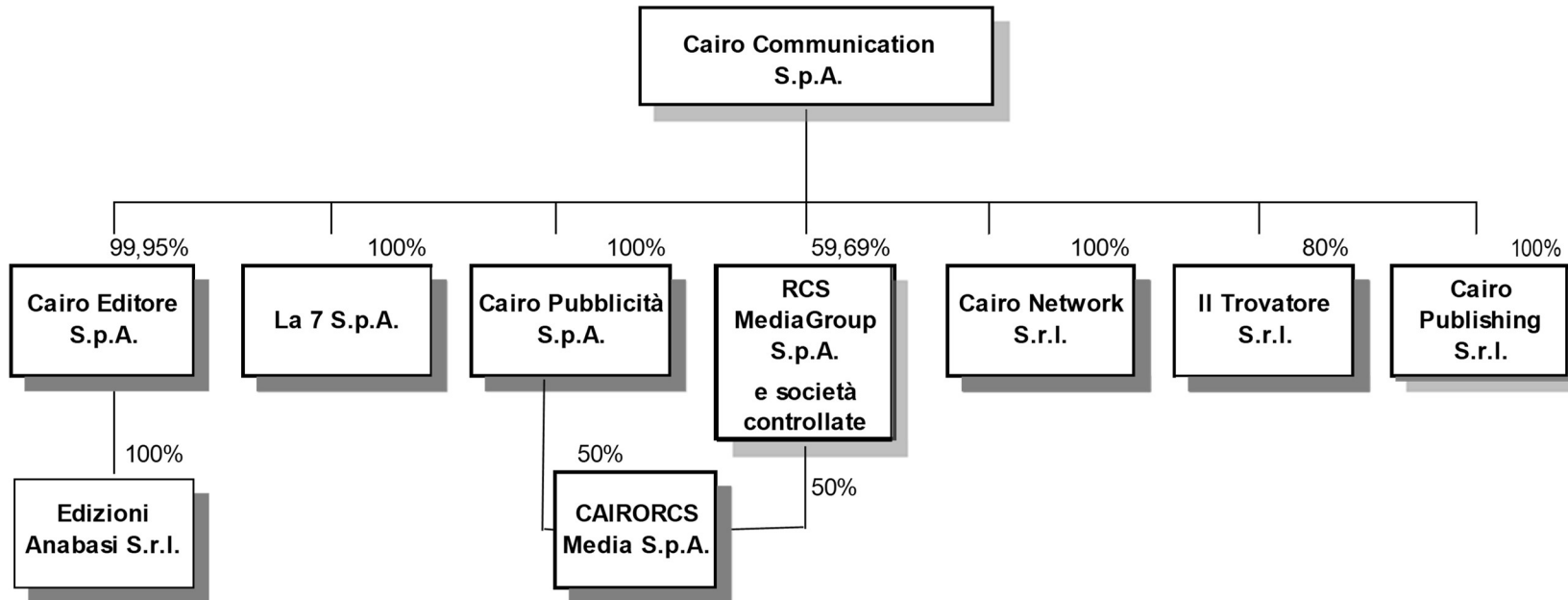
(**) Poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, con firma singola, con limiti stabiliti dal Consiglio di Amministrazione

(***) 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 2022



1. Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2022

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 2022 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 2022 e sono confrontati con il corrispondente periodo del precedente esercizio 2021. I dati patrimoniali e finanziari riportati nei prospetti contabili sono confrontati con i valori risultanti dal bilancio consolidato al 31 dicembre 2021.

I prospetti contabili trimestrali al 31 marzo 2022, uniformemente a quanto effettuato al 31 marzo 2021, sono stati predisposti al netto delle imposte e degli effetti fiscali.

Nel primo trimestre 2022 non sono intervenute variazioni nell’area di consolidamento rispetto al bilancio consolidato chiuso al 31 dicembre 2021.

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

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.

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

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

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

La **posizione finanziaria netta (indebitamento finanziario netto) complessiva/o** comprende anche le passività finanziarie relative ai leasing iscritti in bilancio ai sensi del principio contabile IFRS 16 precedentemente classificati come leasing operativi e i debiti non remunerati che presentano una significativa componente di finanziamento implicito o esplicito (ad esempio i debiti verso fornitori con una scadenza superiore a 12 mesi), ed eventuali altri prestiti infruttiferi (così come definito dagli "Orientamenti in materia di obblighi informativi ai sensi del regolamento sul prospetto" pubblicati da ESMA in data 4 marzo 2021 con il documento "ESMA32-382-1138" e ripreso da CONSOB nella comunicazione 5/21 del 29 aprile 2021).

3. Andamento del Gruppo

Nel primo trimestre 2022 il Gruppo ha operato in qualità di:

- editore di periodici e libri (Cairo Editore/Editoriale Giorgio Mondadori e Cairo Publishing);
- editore televisivo (La7, La7d) e internet (La7.it, TG.La7.it) e operatore di rete (Cairo Network);
- concessionaria multimediale per la vendita di spazi pubblicitari (CAIRORCS Media);
- 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 e nella distribuzione alle edicole con la società controllata m-dis.

L'inizio del 2022 si è ancora caratterizzato per la prosecuzione dell'emergenza sanitaria, con la diffusione della variante Omicron. A partire dall'inizio del mese di febbraio la situazione ha iniziato a migliorare sia in Italia che in Spagna consentendo l'accelerazione di una fase di progressiva significativa riduzione delle limitazioni.

Dopo la fase di contrazione del 2020, la ripresa economica iniziata nel 2021 si è caratterizzata per un aumento dei prezzi dei trasporti e di diverse materie prime, tra le quali la carta da stampa e l'energia, ed in alcuni casi anche per difficoltà di approvvigionamento. Questa situazione sta determinando un generale incremento dei costi di produzione e difficoltà nei processi produttivi per diversi settori, la cui produzione, allo stato, fatica a tenere il passo con l'andamento della domanda. In generale, dopo diversi anni di sostanziale stabilità dei prezzi, nel 2021 l'indice nazionale dei prezzi al consumo ha registrato su base annua sia in Italia che in Spagna una crescita più significativa rispetto al più recente passato e i primi mesi del 2022 si stanno caratterizzando in entrambi i paesi per elevati tassi di inflazione.

Con riferimento al Gruppo, tale contesto economico ha riflessi sui costi di produzione e può influire anche sull'andamento del mercato pubblicitario, potendo incidere sulla propensione alla spesa degli inserzionisti.

A partire da fine febbraio 2022 il conflitto scoppiato in Ucraina e le sue conseguenze, anche in termini di sanzioni economiche applicate alla Russia e di impatti sull'economia e gli scambi, in particolare sulle filiere energetiche, produttive e logistiche, stanno determinando una situazione di generale significativa incertezza. Il Gruppo non presenta una esposizione diretta e/o attività commerciali nei confronti dei mercati colpiti dal conflitto e/o di soggetti sanzionati.

L'attuale situazione sta accentuando la descritta dinamica dei costi peraltro già in corso dal 2021.

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.

Nel primo trimestre 2022 il Prodotto Interno Lordo (PIL) in Italia si è decrementato dello 0,2% rispetto al quarto trimestre 2021 ed è cresciuto del 5,8% rispetto lo stesso trimestre dell'anno precedente. Dopo diversi anni di sostanziale stabilità a partire dal 2021 i prezzi al consumo sono tornati a crescere e a marzo 2022 si è registrato un aumento su base annua del 6,4% (Fonte ISTAT)

In Spagna, il PIL nel primo trimestre 2022 si è incrementato dello 0,3% rispetto al quarto trimestre 2021 e del 6,4% su base annua. L'inflazione su base annua a marzo 2022 è cresciuta del 9,8%, percentuale più alta dal 1985 (Fonte INE).

In Italia, nel primo trimestre 2022 il mercato pubblicitario (Dati Nielsen gennaio-marzo 2022) è stato in crescita dello 0,4% rispetto al pari periodo 2021 con l'*on-line* (esclusi *search*, *social media* e *over the top*) in crescita del 3,5%. La TV, i quotidiani e i periodici segnano invece rispettivamente un decremento del 2,6%, dello 0,5% e del 2%.

In Spagna, nel primo trimestre 2022 il mercato della raccolta pubblicitaria segna una crescita del 5,2% rispetto al pari periodo 2021 (Fonte: i2p, Arce Media). In particolare, il mercato dei quotidiani segna una crescita del 7% mentre quello dei periodici evidenzia un calo dell'1,6%. La raccolta su internet (esclusi *social media*, *search*, *etc.*) è stata in crescita del 5,1%.

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 nel primo trimestre 2022 le diffusioni cartacee e digitali dei quotidiani di informazione generale registrano una contrazione rispetto al pari periodo 2021 del 6,3%, mentre quelle dei quotidiani sportivi registrano un incremento del 7,4% (Fonte: dati ADS gennaio-marzo 2022).

In Spagna, nel primo trimestre 2022 i dati delle diffusioni evidenziano una contrazione sia per i quotidiani di informazione generale (-5,9%), sia per i quotidiani economici (-6,6%), sia per il segmento dei quotidiani sportivi (-6%) (Fonte: OJD).

Nel primo trimestre 2022, in un contesto ancora caratterizzato dall'incertezza conseguente il conflitto in Ucraina e il perdurare dell'emergenza sanitaria:

- il **Gruppo** ha conseguito ricavi e margini in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo del 2021 e continuato a generare flussi di cassa positivi, con un miglioramento della posizione finanziaria netta di Euro 33,7 milioni rispetto a fine 2021;
- **RCS** ha conseguito ricavi e margine operativo lordo (EBITDA) in crescita rispetto al primo trimestre 2021 e a fine trimestre la posizione finanziaria netta è pari a Euro 40,7 milioni, con un miglioramento di Euro 24 milioni rispetto fine 2021. Il *Corriere della Sera* ha conseguito eccellenti risultati diffusionali in edicola e 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 427 mila abbonamenti. La customer base dei prodotti pay di *Gazzetta (G ALL, G+, GPRO e Magic)* a fine marzo è pari a 83 mila abbonamenti. Anche in Spagna gli abbonamenti digitali sono cresciuti raggiungendo a fine marzo 2022 i 91 mila abbonamenti per *El Mundo* e i 44 mila abbonamenti per *Expansion*;
- il **settore editoriale televisivo La7 e operatore di rete**¹ ha confermato gli elevati livelli di ascolto del canale La7 (3,61% sul totale giorno e 4,68% in *prime time*). In particolare, nel mese di marzo La7 è stata la quarta rete nazionale per ascolti sul totale giornata (con uno share del 4,4%) e la quinta in *prime time* (con uno share del 5,3%). Nel primo trimestre 2022, la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi circa Euro 33,8 milioni (Euro 35,9 milioni nel 2021);
- il **settore editoriale periodici Cairo Editore** ha realizzato risultati sostanzialmente in linea rispetto a quelli del 2021 e confermato elevati livelli diffusionali delle testate pubblicate.

Nel primo trimestre 2022, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 253,6 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 245,3 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 8,3 milioni) rispetto ad Euro 246,8 milioni nel pari periodo 2021 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 237,7 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 9,1 milioni), in crescita di Euro 6,8 milioni.

Il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 14,6 milioni e negativi Euro 3,8 milioni (rispettivamente Euro 13,8 milioni

¹ In considerazione dell'evoluzione della struttura organizzativa del Gruppo, in termini anche di livelli decisionali, allocazione delle risorse, monitoraggio delle performance e reportistica, a partire dal terzo trimestre 2021 è stata rivista l'individuazione dei settori operativi, con l'aggregazione in un unico settore "Editoria televisiva La7 e operatore di rete" dei precedenti settori "Editoriale televisivo La7" e "Operatore di rete", tra loro sinergici e funzionali e per quali è efficace ed efficiente una gestione unitaria all'interno del Gruppo.

e negativi Euro 5,4 milioni nel primo trimestre 2021). Gli oneri e proventi non ricorrenti netti sono negativi per Euro 0,4 milioni riconducibili a interventi sul personale.

Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa negativi Euro 2,9 milioni (negativi Euro 3,9 milioni nel pari periodo 2021).

Con riferimento ai settori di attività, nel primo trimestre 2022:

- per il **settore editoriale periodici (Cairo Editore)**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 1,3 milioni ed Euro 0,8 milioni (rispettivamente Euro 1,5 milioni ed Euro 1 milione nel primo trimestre 2021). Con riferimento ai settimanali, Cairo Editore con circa 1 milione di copie medie vendute nel periodo gennaio- marzo 2022 (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 1,2 milioni;
- per il **settore editoriale televisivo (La7) e operatore di rete**, il Gruppo ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 0,2 milioni (Euro 0,8 milioni nel pari periodo 2021). 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 3,4 milioni (negativi Euro 3,3 milioni nel 2021);
- per il **settore concessionarie**, il margine operativo lordo (EBITDA) è stato pari a negativi Euro 0,3 milioni (sostanzialmente in linea con il primo trimestre 2021) ed il risultato operativo (EBIT) è pari a negativi Euro 0,7 milioni (negativi Euro 0,5 milioni nel 2021);
- 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 13,5 milioni² e negativi Euro 0,4 milioni (Euro 11,6 milioni e negativi per Euro 2,7 milioni nel pari periodo 2021). Peraltro RCS presenta un andamento stagionale delle attività che

² Si ricorda che RCS utilizza una definizione di EBITDA differente rispetto al Gruppo Cairo Communication, come indicato nel precedente paragrafo “Indicatori alternativi di performance”. Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nel primo trimestre 2022 a complessivi Euro 1,1 milioni - l’EBITDA riportato nel resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2022 di RCS, approvato in data 11 maggio 2022, è pari a Euro 12,3 milioni. A partire dalla relazione finanziaria annuale al 31 dicembre 2021 la voce proventi (oneri) netti da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto, prima inclusa nell’EBITDA, è stata classificata dopo il Risultato Operativo o EBIT, tra le componenti finanziarie. In coerenza, tale voce è stata riclassificata anche per il 31 marzo 2021.

penalizza normalmente i risultati del primo e terzo trimestre dell'anno. I ricavi operativi netti si attestano a Euro 183,6 milioni, con i ricavi digitali complessivi (Italia e Spagna) che ammontano a circa Euro 44 milioni ed hanno raggiunto un'incidenza di circa il 24% sui ricavi complessivi. La raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi on-line di RCS si attesta nel primo trimestre 2022 ad Euro 29,7 milioni, con un'incidenza del 47,3% sul totale ricavi pubblicitari. Entrambi i quotidiani italiani, *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport*, e in Spagna *Marca* e *Expansión*, confermano nel primo trimestre 2022 la loro posizione di leadership diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: ADS per l'Italia e OJD per la Spagna). I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS, con i brand *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* che si attestano nel primo trimestre 2022 rispettivamente a 28,1 milioni e a 19 milioni di utenti unici medi al mese e rispettivamente a 3,9 milioni e 3,2 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audiweb). Con un dato aggregato di circa 32 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni) nel primo trimestre 2022, RCS si conferma il primo editore online in Italia. In Spagna, nell'ambito delle attività online *elmundo.es*, *marca.com* e *expansión.com* si attestano nel primo trimestre 2022 rispettivamente a 55,2 milioni, 108,1 milioni e 12,6 milioni di browser unici medi mensili tra nazionali ed esteri e comprese le app (Fonte: Google Analytics). Secondo la nuova rilevazione di GFK, avviata a partire da gennaio 2022, Unidad Editorial risulta essere il primo editore *on line* in Spagna per utenti unici medi mensili per il periodo gennaio-marzo 2022.

Nel primo trimestre 2022 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 3,61% nel totale giorno e al 4,68% in *prime time* (ovvero la fascia oraria 20,30-22,30), confermando il target di ascolti altamente qualitativo. In particolare, nel mese di marzo La7 è stata la quarta rete nazionale per ascolti sul totale giornata (con uno *share* del 4,4%) e la quinta in *prime time* (con uno *share* del 5,3%). Lo *share* di La7d nel trimestre è stato pari allo 0,41% nel totale giorno e 0,33% in *prime time*. I risultati di ascolto dei programmi informativi e di approfondimento della rete nel trimestre hanno continuato ad essere tutti eccellenti: *Otto e Mezzo* con il 7,1% di *share* medio da lunedì a venerdì, il *TgLa7* edizione delle 20 con il 5,3% da lunedì a venerdì, *diMartedì* con il 6,1%, *Piazzapulita* con il 5,4%, *Propaganda Live* con il 5,3%, *Non è l'Arena* con il 4,9%, *Omnibus La7* con il 3,6%, *Coffee Break* con il 3,5%, *L'Aria che tira* con il 5,3%, *Tagadà* con il 3,4%.

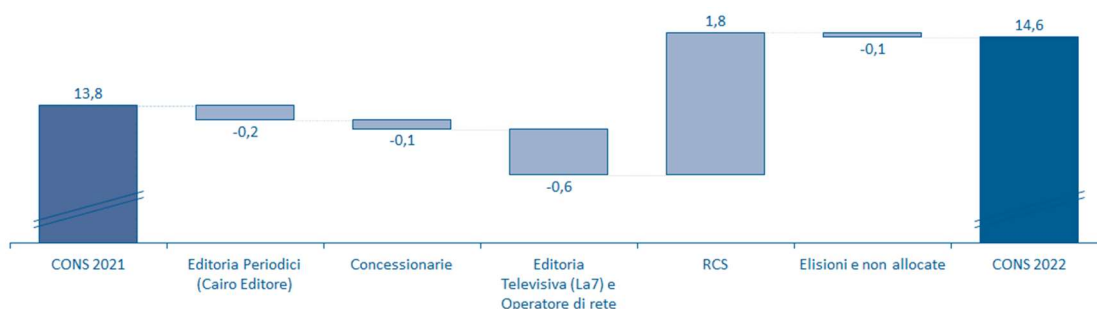
I principali **dati economici consolidati** del primo trimestre 2022 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2021:

(Valori in milioni di Euro)	31/03/2022	31/03/2021
Ricavi operativi lordi	245,3	237,7
Sconti di agenzia	(12,7)	(12,3)
Ricavi operativi netti	232,6	225,4
Variazione delle rimanenze	2,1	1,1
Altri ricavi e proventi	8,2	9,1
Totale ricavi	243,0	235,6
Costi della produzione	(148,2)	(140,0)
Costo del personale	(79,8)	(81,9)
Proventi e oneri non ricorrenti	(0,4)	-
Margine operativo lordo	14,6	13,8
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(18,4)	(19,1)
Risultato operativo	(3,8)	(5,4)
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	(0,4)	(0,6)
Gestione finanziaria	(2,1)	(2,4)
Risultato prima delle imposte	(6,3)	(8,4)
Imposte sul reddito	3,0	2,8
Quota di terzi	0,4	1,6
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	(2,9)	(3,9)
Risultato netto della attività cessate	-	-
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	(2,9)	(3,9)

Nel primo trimestre 2022, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 253,6 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 245,3 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 8,3 milioni) rispetto ad Euro 246,8 milioni nel pari periodo 2021 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 237,7 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 9,1 milioni), in crescita di Euro 6,8 milioni.

Il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 14,6 milioni e negativi Euro 3,8 milioni rispetto a rispettivamente Euro 13,8 milioni e negativi Euro 5,4 milioni nel primo trimestre 2021. Gli oneri e proventi non ricorrenti netti sono negativi per Euro 0,4 milioni riconducibili a interventi sul personale.

Di seguito si espone l'evoluzione dell'**EBITDA** tra il primo trimestre 2021 ed il primo trimestre 2022:



Si segnala che la voce “proventi (oneri)” netti da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto, precedentemente classificata quale componente dell’EBITDA, a partire dall’esercizio 2021, è stata riclassificata dopo l’EBIT tra le componenti finanziarie; in coerenza la voce è stata riclassificata anche per il 2021 posto a confronto, quando gli oneri netti erano pari a Euro - 0,1 milioni.

Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa negativi Euro 2,9 milioni (negativi Euro 3,9 milioni nel 2021).

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

Milioni di Euro	31/03/2022	31/03/2021
Risultato netto dell'esercizio	(3,3)	(5,5)
<i>Componenti del conto economico complessivo riclassificabili</i>		
Utili (perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci in valute estere	0,0	-
Utili (perdite) su coperture flussi di cassa	0,5	0,1
Riclassificazione di utili (perdite) su coperture flussi di cassa	0,1	-
Effetto fiscale	(0,1)	-
<i>Componenti del conto economico complessivo non riclassificabili</i>		
Utili (perd.) der. dalla val. a fair value di strum. rapp. di capitale	-	-
Totale conto economico complessivo del periodo	(2,7)	(5,4)
- Di pertinenza del Gruppo	(2,5)	(3,9)
- Di pertinenza di terzi	(0,2)	(1,5)
	(2,7)	(5,4)

Per una migliore comprensione dell'andamento economico del Gruppo è possibile concentrare l'analisi sui risultati conseguiti nel primo trimestre 2022 a livello dei singoli **principali settori** (editoria periodici Cairo Editore, concessionarie, editoria televisiva La7 e operatore di rete e RCS), comparandoli con i risultati del primo trimestre 2021.

2022	Editoria periodici Cairo Editore	Concessionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)						
Ricavi operativi lordi	17,9	79,2	26,1	190,8	(68,8)	245,3
Sconti di agenzia	-	(10,2)	-	(7,2)	4,7	(12,7)
Ricavi operativi netti	17,9	69,0	26,1	183,6	(64,1)	232,6
Variazione delle rimanenze	0,1	-	-	2,0	-	2,1
Altri ricavi e proventi	1,7	0,8	0,9	5,5	(0,8)	8,2
Totale ricavi	19,7	69,8	27,1	191,2	(64,8)	243,0
Costi della produzione	(14,2)	(64,6)	(17,3)	(116,9)	64,8	(148,2)
Costo del personale	(4,2)	(5,4)	(9,6)	(60,5)	(0,0)	(79,8)
Proventi (oneri) non ricorrenti	-	-	-	(0,4)	-	(0,4)
Margine operativo lordo	1,3	(0,3)	0,2	13,5	(0,0)	14,6
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(0,5)	(0,5)	(3,6)	(13,9)	(0,0)	(18,4)
Risultato operativo	0,8	(0,7)	(3,4)	(0,4)	(0,0)	(3,8)
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	(0,4)	-	(0,4)
Gestione finanziaria	(0,0)	(0,1)	0,0	(2,1)	(0,0)	(2,1)
Risultato prima delle imposte	0,8	(0,8)	(3,4)	(2,9)	(0,0)	(6,3)
Imposte sul reddito	(0,0)	0,2	1,0	1,9	-	3,0
Quota di terzi	-	-	-	0,4	0,0	0,4
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	0,8	(0,6)	(2,4)	(0,6)	(0,0)	(2,9)

2021	Editoria periodici Cairo Editore	Concessionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)						
Ricavi operativi lordi	19,8	79,4	25,6	176,6	(63,8)	237,7
Sconti di agenzia	-	(10,2)	-	(2,2)	-	(12,3)
Ricavi operativi netti	19,8	69,2	25,6	174,4	(63,8)	225,4
Variazione delle rimanenze	0,0	-	-	1,1	-	1,1
Altri ricavi e proventi	1,3	0,2	1,4	6,8	(0,6)	9,1
Totale ricavi	21,2	69,5	27,0	182,3	(64,3)	235,6
Costi della produzione	(15,3)	(64,1)	(16,6)	(108,3)	64,4	(140,0)
Costo del personale	(4,4)	(5,5)	(9,6)	(62,3)	(0,0)	(81,9)
Proventi (oneri) non ricorrenti	-	-	-	-	-	-
Margine operativo lordo	1,5	(0,2)	0,8	11,7	0,0	13,8
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(0,4)	(0,4)	(4,1)	(14,3)	(0,0)	(19,1)
Risultato operativo	1,0	(0,5)	(3,3)	(2,6)	0,0	(5,4)
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	(0,6)	-	(0,6)
Gestione finanziaria	(0,0)	(0,1)	0,1	(2,3)	0,0	(2,4)
Risultato prima delle imposte	1,0	(0,6)	(3,3)	(5,5)	0,0	(8,4)
Imposte sul reddito	(0,1)	0,1	0,8	2,0	(0,0)	2,8
Quota di terzi	-	-	-	1,6	(0,0)	1,6
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	0,9	(0,5)	(2,4)	(1,9)	0,0	(3,9)

I principali dati patrimoniali consolidati al 31 marzo 2022 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 31 dicembre 2021:

(Valori in milioni di Euro)	31/03/2022	31/12/2021
Attività materiali	54,7	57,0
Diritti d'uso su beni in leasing	163,4	168,5
Attività immateriali	984,2	985,1
Attività finanziarie	38,7	37,2
Imposte anticipate	90,4	86,8
Circolante netto	(104,8)	(64,1)
Totale mezzi impiegati	1.226,6	1.270,5
Passività a lungo termine e fondi	110,4	112,9
Fondo imposte differite	162,5	162,1
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(70,7)	(37,0)
Passività per contratti di locazione (ex IFRS 16)	179,5	184,8
Patrimonio netto del gruppo	511,9	514,4
Patrimonio netto di terzi	333,0	333,3
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	1.226,6	1.270,5

Nel corso del primo trimestre 2022, nell'ambito dei programmi di acquisto di azioni proprie, non sono state vendute né acquistate azioni proprie. Alla data del 31 marzo 2022, 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 3 maggio 2022 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,06 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola il 18 maggio 2022, per complessivi circa Euro 31 milioni (Euro 18,7 milioni la quota di competenza di Cairo Communication),
- l'Assemblea degli Azionisti di Cairo Communication del 3 maggio 2022 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,18 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola il 23 maggio 2021, per complessivi Euro 24,2 milioni.

La variazione dell'indebitamento finanziario netto a livello di Gruppo per effetto della distribuzione dei dividendi sarà di circa Euro 36,6 milioni.

La posizione finanziaria netta consolidata al 31 marzo 2022, confrontata con i valori di bilancio consolidato al 31 dicembre 2021, è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

Posizione finanziaria netta (milioni di Euro)	31/03/2022	31/12/2021	Variazioni
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	136,9	113,0	23,9
Altre attività finanziarie e crediti finanziari a breve termine	1,2	0,2	1,0
Attività e (Passività) finanziarie correnti per strumenti derivati	0,5	(0,3)	0,8
Debiti finanziari a breve termine	(33,1)	(36,4)	3,3
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) a breve termine	105,5	76,5	29,0
Debiti finanziari a medio lungo termine	(34,7)	(39,6)	4,9
Attività e (Passività) finanziarie non correnti per strumenti derivati	(0,1)	0,1	(0,2)
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) a medio lungo termine	(34,8)	(39,5)	4,7
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto)	70,7	37,0	33,7
Passività per contratti di locazione (ex IFRS 16)	(179,5)	(184,8)	5,2
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) complessivo	(108,8)	(147,8)	39,0

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 31 marzo 2022 risulta pari a circa Euro 70,7 milioni con un miglioramento di Euro 33,7 milioni rispetto a fine 2021 (quando era pari a Euro 37 milioni) per il significativo apporto della gestione tipica. Al 31 marzo 2022 la posizione finanziaria netta di RCS è pari ad Euro 40,7 milioni (Euro 16,7 al 31 dicembre 2021).

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 179,5 milioni, ammonta a Euro 108,8 milioni (Euro 147,8 milioni al 31 dicembre 2021).

4. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi operativi lordi** del primo trimestre 2022, suddivisa fra i principali settori di attività può essere analizzata come segue, confrontata con i valori del pari periodo 2021:

2022	Editoria periodici Cairo Editore	Concessionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)						
Pubblicità su reti televisive	-	34,0	23,4	0,0	(23,5)	33,9
Pubblicità su stampa, internet ed eventi sportivi	1,4	44,9	0,5	70,0	(42,6)	74,1
Altri ricavi per attività televisive	-	-	0,3	0,7	(0,1)	0,9
Vendita pubblicazioni e abbonamenti	16,7	-	-	90,7	(0,6)	106,8
IVA assolta dall'editore	(0,2)	-	-	0,1	-	(0,2)
Ricavi diversi	-	0,3	2,0	29,4	(2,0)	29,7
Totale ricavi operativi lordi	17,9	79,2	26,1	190,8	(68,8)	245,3
Altri ricavi	1,7	0,8	0,9	5,5	(0,8)	8,2
Totale ricavi lordi	19,7	80,0	27,1	196,3	(69,5)	253,6

2021	Editoria periodici Cairo Editore	Concessionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni 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 abbonamen	18,5	-	-	89,9	(0,6)	107,8
IVA assolta dall'editore	(0,3)	-	-	(0,8)	-	(1,1)
Ricavi diversi	-	0,4	0,1	27,2	(1,9)	25,7
Totale ricavi operativi lordi	19,8	79,4	25,6	176,6	(63,8)	237,7
Altri ricavi	1,3	0,2	1,4	6,8	(0,6)	9,1
Totale ricavi lordi	21,0	79,6	27,0	183,4	(64,3)	246,8

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 2022, in un contesto ancora caratterizzato dall’incertezza conseguente alla guerra in Ucraina e al permanere dell’emergenza sanitaria, Cairo Editore ha conseguito risultati sostanzialmente in linea con il pari periodo 2021.

Il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente circa Euro 1,3 milioni e circa Euro 0,8 milioni (rispettivamente Euro 1,5 milioni ed Euro 1 milione nel primo trimestre 2021).

I settimanali del Gruppo hanno conseguito elevati risultati diffusionali, con diffusioni medie settimanali ADS nel periodo gennaio – marzo 2022 di 315.895 copie per “*Settimanale DIPIU*”, 155.944 copie per “*DIPIU’ TV*”, 50.833 copie per “*Settimanale DIPIU’ e DIPIU’TV Cucina*”, 108.944 copie per “*Diva e Donna*”, 145.465 copie per “*Settimanale Nuovo*”, 78.948 copie per “*F*”, 66.110 copie per “*TVMia*”, 55.718 copie per “*Settimanale Giallo*”, 63.224 copie per “*NuovoTV*” per complessivi circa 1 milione 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 1,2 milioni.

CONCESSIONARIE DI PUBBLICITA’

Con riferimento al settore concessionarie, a fine 2020, Cairo Communication e RCS hanno sottoscritto un accordo per disciplinare i termini e le condizioni di un’operazione di collaborazione societaria e commerciale per il conferimento in una società di nuova costituzione partecipata in misura paritetica, CAIRORCS Media S.p.A., dei 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 alcuni mezzi di terzi. I conferimenti sono efficaci dal 1° gennaio 2021.

Nel primo trimestre 2022, il marginale operativo lordo (EBITDA) è pari a negativi Euro 0,3 milioni e il risultato operativo (EBIT) è pari a negativi Euro 0,7 milioni (negativi Euro 0,2 e negativi Euro 0,5 milioni nel primo trimestre 2021).

Nel primo trimestre 2022:

- la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi circa Euro 33,8 milioni (Euro 35,9 milioni nel 2021),
- la raccolta pubblicitaria sulle testate della Cairo Editore è stata pari a Euro 1,8 milioni (Euro 2,0 milioni nel 2021),
- i ricavi pubblicitari lordi delle testate RCS, pari a Euro 40,2 milioni evidenziano nel complesso un incremento del +5,8% rispetto al 2021, con il mezzo online in crescita del +5,9%.

EDITORIA TELEVISIVA (La7) E OPERATORE DI RETE

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 2022 il settore editoriale televisivo (La7) e operatore di rete ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 0,2 milioni (Euro 0,8 milioni nel primo trimestre 2021) ed un risultato operativo (EBIT) pari a negativi circa Euro 3,4 milioni (negativi Euro 3,3 milioni nel pari periodo 2021). 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.

Nel primo trimestre 2022 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 3,61% nel totale giorno e al 4,68% in *prime time* (ovvero la fascia oraria 20,30-22,30), confermando il target di ascolti altamente qualitativo. In particolare, nel mese di marzo La7 è stata la quarta rete nazionale per ascolti sul totale giornata (con uno share del 4,4%) e la quinta in *prime time* (con uno share del 5,3%). Lo share di La7d nel trimestre è stato pari allo 0,41% nel totale giorno e 0,33% in *prime time*. I risultati di ascolto dei programmi informativi e di approfondimento della rete nel trimestre hanno continuato ad essere tutti eccellenti: *Otto e Mezzo* con il 7,1% di share medio da lunedì a venerdì, il *TgLa7* edizione delle 20 con il 5,3% da lunedì a venerdì, *diMartedì* con il 6,1%, *Piazzapulita* con il 5,4%, *Propaganda Live* con il 5,3%, *Non è l'Arena* con il 4,9%, *Omnibus La7* con il 3,6%, *Coffee Break* con il 3,5%, *L'Aria che tira* con il 5,3%, *Tagadà* con il 3,4%.

Con riferimento alla attività di operatore di rete, la società del Gruppo Cairo Network nel 2014 ha partecipato alla procedura indetta dal Ministero dello Sviluppo Economico per l'assegnazione dei diritti d'uso di frequenze in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre, aggiudicandosi i diritti d'uso, per la durata di 20 anni, di un lotto di frequenze

(“mux”) ed ha quindi sottoscritto nel gennaio 2015 con EI Towers S.p.A. un accordo per la realizzazione e la successiva gestione tecnica pluriennale in modalità full service (ospitalità, assistenza e manutenzione, utilizzo dell'infrastruttura di trasmissione, ecc.) della rete di comunicazione elettronica per la diffusione broadcast di servizi media audiovisivi sulle risorse frequenziali assegnate. Il mux ha una copertura almeno pari al 94% della popolazione nazionale, con standard di livelli di servizio di alta qualità.

A partire da gennaio 2017 il mux è utilizzato per la trasmissione dei canali di La7.

Nel mese di agosto 2021 è stato sottoscritto un contratto con Dazn per l'affitto di banda digitale terrestre per la trasmissione del nuovo canale *Dazn Channel*, che funge da backup del servizio OTT. A dicembre 2021 è stato poi sottoscritto anche un contratto con Elda Srl per l'affitto di banda digitale terrestre per la trasmissione di alcuni dei suoi canali “Italia” e “Arte” a partire da gennaio 2022.

La nota esplicativa 39 al bilancio consolidato nella relazione finanziaria annuale al 31 dicembre 2021 contiene una descrizione dettagliata dell'attuale fase di evoluzione del quadro normativo e regolamentare inerente i diritti d'uso delle frequenze televisive, conseguente le previsioni delle Leggi di Bilancio 2018 e 2020, e della specifica e peculiare posizione di Cairo Network in relazione a tale contesto.

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 diversi periodici, tra cui *Telva*.

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

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

RCS organizza, inoltre, attraverso RCS Sport ed RCS Sports & Events eventi sportivi di significativa rilevanza a livello mondiale (*inter alia*: il *Giro d'Italia*, l'*UAE Tour* e la *Milano City Marathon*).

Con *Solferino* - i libri del *Corriere della Sera* è attiva nell'editoria libraria e a partire da marzo 2020 è operativa *RCS Academy* la nuova Business School del gruppo.

RCS ha conseguito negli esercizi precedenti al 2016 risultati negativi ed ha intrapreso un processo di ristrutturazione operativa mirante a ripristinare la redditività. Nel 2016 ha conseguito un risultato netto di Euro 3,5 milioni³ che ha segnato il ritorno per il Gruppo RCS a un risultato netto positivo (il primo dal 2010) e nel 2017³, 2018³ 2019³ 2020³ e 2021³ un risultato netto di rispettivamente Euro 71,1 milioni, Euro 85,2 milioni, Euro 68,5 milioni, Euro 31,7 milioni ed Euro 72,4 milioni.

Nel primo trimestre 2022, in un contesto caratterizzato dall'incertezza conseguente al conflitto in Ucraina e al permanere dell'emergenza sanitaria, RCS ha conseguito - nel bilancio consolidato di Cairo Communication - un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 13,5 milioni⁴ ed un margine operativo (EBIT) di negativi Euro 0,4 milioni (rispettivamente Euro 11,6 milioni e negativi Euro 2,7 milioni nel primo trimestre 2021), in crescita rispetto all'anno precedente. Peraltro RCS presenta un andamento stagionale delle attività che penalizza normalmente i risultati del primo e terzo trimestre dell'anno. Nel primo trimestre 2022 gli oneri non ricorrenti, pari a Euro 0,4 milioni, si riferiscono a interventi sul personale.

Si segnala che proventi (oneri) netti da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto precedentemente classificati quali componenti dell'EBITDA, a partire dall'esercizio 2021, sono stati riclassificati dopo l'EBIT; in coerenza la voce è stata riclassificata anche per il primo trimestre 2021 posto a confronto, quando gli oneri netti erano pari a Euro 0,1 milioni.

Nel primo trimestre del 2022 i ricavi operativi netti consolidati di RCS si attestano a circa Euro 183,6 milioni e presentano nel loro complesso un incremento di Euro 9,2 milioni rispetto al pari periodo 2021. I ricavi digitali di RCS (Italia e Spagna), che ammontano a circa Euro 44

³ Relazione finanziaria annuale 2017 2018, 2019, 2020 e 2021 di RCS

⁴ Si ricorda che RCS utilizza una definizione di EBITDA differente rispetto al Gruppo Cairo Communication, come indicato nel precedente paragrafo "Indicatori alternativi di performance". Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nel primo trimestre 2022 a complessivi Euro 1,1 milioni - l'EBITDA riportato nel resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2022 di RCS, approvato in data 11 maggio 2022, è pari a Euro 12,3 milioni.

milioni, hanno raggiunto un'incidenza di circa il 24% sui ricavi complessivi. La raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi on-line di RCS si attesta nel primo trimestre 2022 ad Euro 29,7 milioni, con un'incidenza del 47,3% sul totale ricavi pubblicitari.

Entrambi i quotidiani italiani confermano a marzo 2022 la loro posizione di leadership diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: ADS).

In Italia, nel primo trimestre del 2022 le copie medie giornaliere diffuse inclusive delle copie digitali di *Corriere della Sera* si attestano a 268 mila e quelle de *La Gazzetta dello Sport* a 100 mila copie, (Fonte: ADS gennaio-marzo 2022). Il *Corriere della Sera*, per la sua riconosciuta autorevolezza ed il forte posizionamento editoriale, è riuscito a conseguire eccellenti risultati diffusionali in edicola e soprattutto a proseguire la crescita dello sviluppo digitale. A fine marzo 2022 la *customer base* digitale totale attiva per il *Corriere della Sera* (*digital edition, membership e m-site*) è risultata di 427 mila abbonamenti. Considerando la “diffusione pagata Italia” per il trimestre si segnala un andamento migliore del mercato sia per il *Corriere della Sera*, che presenta un incremento del 3,8% si confronta con il calo del 6,3% segnato dal mercato, sia per *La Gazzetta dello Sport*, che presenta un incremento del 18,4% rispetto all'incremento del 6,6 % segnato dal mercato (Fonte: ADS gennaio-marzo 2022).

I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS, che si conferma primo editore *on-line* nel periodo gennaio-marzo 2022 con un dato aggregato di circa 32 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni) (Fonte: Audiweb). I *brand Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* si attestano nel periodo gennaio-marzo 2022 rispettivamente a 28,1 milioni e a 19 milioni di utenti unici medi al mese e rispettivamente a 3,9 milioni e 3,2 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audiweb).

La *customer base* dei prodotti pay di *Gazzetta* (che include i prodotti G ALL, G+, GPRO e Magic) a fine marzo 2022 è pari a 83 mila abbonamenti.

Incluse le copie digitali, nei tre mesi 2022 la diffusione media giornaliera di *El Mundo*, *Marca ed Expansión* si attesta a rispettivamente circa 60 mila copie, circa 63 mila copie e circa 24 mila copie (Fonte interna). Quest'ultimi due quotidiani confermano anche nel 2022 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 nel primo trimestre del 2022 si attestano rispettivamente a 55,2 milioni, 108,1 milioni e 12,6 milioni di browser unici medi mensili tra nazionali ed esteri e comprese le app (Fonte: Google Analytics). Secondo la nuova rilevazione di GFK, avviata a partire da gennaio 2022, Unidad

Editorial risulta essere il primo editore *on line* in Spagna per utenti unici medi mensili per il periodo gennaio-marzo 2022.

In Spagna gli abbonamenti digitali sono cresciuti a circa 91 mila abbonamenti per *elmundo.es* e circa 44 mila abbonamenti per *expansion.com* a fine marzo 2022.

Al 31 marzo 2022 la posizione finanziaria netta è pari a 40,7 milioni, in miglioramento di 24 milioni rispetto al 31 dicembre 2021 (Euro 16,7 milioni).

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 156,7 milioni (principalmente locazioni di immobili), è pari a Euro 116 milioni (Euro 144,9 milioni al 31 dicembre 2021).

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.

Si riportano di seguito alcune delle principali iniziative realizzate in Italia nei primi tre mesi del 2022:

- il 28 febbraio *Corriere della Sera* ha presentato *Login*, il sistema editoriale dedicato a innovazione, tecnologia e rivoluzione digitale, che si sviluppa su carta e in *digital edition* con il mensile; *online* con il sito, le newsletter e i profili social dedicati, *live* con gli eventi e in audio con i progetti podcast;
- il 9 e il 24 marzo *Corriere della Sera* ha pubblicato due numeri speciali dal titolo “*Dentro la guerra*”, un’occasione di approfondimento per capire ragioni, conseguenze ed effetti geopolitici della guerra in Ucraina;
- dal 5 all’8 marzo *Corriere della Sera*, *IO Donna*, *La27esima ora*, *Le Contemporanee* e Sapienza Università di Roma hanno organizzato l’evento “*Obiettivo 5 – parità di genere*” (inchieste, workshop e dibattiti sul tema della parità di genere);
- per quanto riguarda le iniziative ed i progetti digitali il primo trimestre si è caratterizzato in particolare per:
 - le coperture editoriali dei principali eventi attraverso podcast e newsletter dedicati al conflitto Russia-Ucraina con le grandi firme e gli inviati del *Corriere della Sera*;
 - la prosecuzione della produzione dei nuovi podcast di *Corriere*, come per esempio “*Nebbia - Le verità nascoste nella storia della Repubblica*”, “*Le Figlie della Repubblica*” e “*Vive*”.
 - il nuovo format “*I talk de l’Economia*” con video-appuntamenti che affrontano tematiche economiche legate all'attualità;

- *La Gazzetta dello Sport* ha realizzato una *Grande Gazzetta* in occasione della sfida di campionato tra Inter e Milan e un numero di *G Magazine* dedicato al ciclismo;
- *Sportweek*, il settimanale della *Gazzetta*, ha realizzato tre numeri speciali oltre a dedicare un proprio fascicolo, in edicola con quattro diverse copertine, allo sport femminile e ad alcune delle sue maggiori protagoniste;
- sul fronte delle collane e delle opere collaterali *Corriere della Sera* il 18 gennaio ha pubblicato il primo volume della collana *Vite quotidiane*, una collana con i più celebri romanzi di Pier Paolo Pasolini una collana di saggi autorevoli firmati dai maggiori analisti internazionali, per decifrare le strategie degli Stati e le linee di frattura tra popoli, culture e civiltà, con la curatela dell'opera è stata affidata a Federico Rampini. *La Gazzetta dello Sport* ha arricchito il programma delle uscite con numerose iniziative tra le quali: la collana “*Urania – 70 anni di futuro*”, la serie completa del manga “*Haikyu*”, la collana inedita di saggi storici “*Giorni che hanno fatto la storia*”.

Le testate dell'area periodici, anche nei primi mesi del 2022, hanno sviluppato numerose iniziative editoriali, tra le quali si segnala:

- *OGGI*, diretto a partire dal 1° febbraio 2022 da Carlo Verdelli, dal numero di giovedì 10 febbraio ha rinnovato il proprio claim in: “*OGGI – il settimanale degli italiani*” e sono stati inoltre inseriti tanti nuovi contributi esclusivi;
- il 31 marzo è stato realizzato il restyling di *Amica*. Rinnovati anche il sito *Amica.it* e la pagina Instagram *@amicamagazine*.

RCS Academy, la *business school* del Gruppo ha proseguito nel corso del 1° trimestre 2022 l'erogazione dei master avviati nell'ultimo trimestre 2021, tra cui il primo MBA sulla Sostenibilità d'Impresa, la 3° edizione del *Master Full Time Management della Moda*, la 4° edizione del *Master Full Time Digital Marketing*, oltre a numerosi altri master *full time, part time e online*.

Nel trimestre, sono stati altresì realizzati due *business online talks*, rivolti ad aziende e professionisti, in collaborazione con *corriere.it* ed in partnership con un network di aziende leader di mercato, sui temi dell'Economia della Sostenibilità e Idrogeno e Fonti Rinnovabili.

Il settore dei Libri segna un andamento del primo trimestre complessivamente in riduzione rispetto al pari data 2021 (-1.6% a valore, -0.6% a volume) concentrato soprattutto nei mesi di gennaio e febbraio mentre il mese di marzo ha segnato una ripresa (+1.7% a valore, +1.8% a volume) (dati GFK).

L'avvio dell'anno per i titoli RCS è stato coerente con la dinamica di mercato, tra le novità si segnalano le buone partenze dei titoli di Lidia Maksymowicz (*'La bambina che non sapeva odiare'*), Iginio Massari (*'La mia scuola di pasticceria'*), Peppe Di Stefano (*'Milanello, la casa del diavolo'*) e Marilù Oliva (*'L'Eneide di Didone'*) e per il catalogo si segnala *"Adrenalina"* di Zlatan Ibrahimovic, *"La mia ultima testimonianza pubblica sulla Shoah"* di Liliana Segre e *"Invisibile meraviglia. Piccole lezioni sulla natura"* di Susanna Tamaro.

Si riportano di seguito alcune delle principali iniziative realizzate in Spagna nei primi tre mesi del 2022:

- il 14 gennaio *El Mundo* ha lanciato *La Lectura*, una rivista culturale – ispirata alla omologa italiana del *Corriere della Sera*. - sulle principali tendenze nel mondo della letteratura, dell'arte, dei palcoscenici e del cinema, e anche i dibattiti più rilevanti nel campo della storia, della scienza, geopolitica o cambiamenti sociali;
- il 20 gennaio *Marca.es* ha lanciato, con la collaborazione del partner *Socios.com*, una nuova sezione di contenuti editoriali sulle novità del mondo *blockchain* e il suo rapporto con lo sport, con particolare attenzione ai *Fan Token*;
- in occasione della guerra in Ucraina sono state attuate diverse iniziative *ElMundo.es* ha realizzato una nuova newsletter giornaliera e il supplemento speciale *"Un mes de la invasión de Ucrania por Rusia"*, cui si è aggiunta la nuova newsletter di *Expansión.es Mercados en Guerra*;
- nel mese di marzo ha avuto luogo il primo incontro del ciclo di eventi dedicati al 30 anniversario della rivista *Diario Medico*;
- sempre nel mese di marzo sono state lanciate da *Expansión.es* la newsletter *Vivienda*, dedicata a tutte le notizie del mercato immobiliare e la newsletter *Criptomonedas* con le informazioni più utili per investire in criptovalute e conoscere le notizie più rilevanti su *bitcoin*, *ethereum* e altre valute virtuali;
- dal 21 al 25 marzo si è tenuta la settimana della bellezza *Telva 2022*; cinque giorni di eventi, workshop, attivazioni sui social network e sul web tramite video tutorial, interviste e podcast, conclusi con la consegna dei *Telva Beauty Awards*;
- il 26 marzo ha visto il ritorno in edicola della rivista femminile *YoDona* con una nuova veste grafica e un nuovo approccio contenutistico, accompagnata dalla revisione della versione digitale.

Con riferimento al contenzioso di RCS relativo al complesso immobiliare di via Solferino, si rimanda a quanto indicato nella nota esplicativa 39 al bilancio consolidato nella relazione finanziaria annuale al 31 dicembre 2021.

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	2,7	-	-
Altre consociate	0,6	-	-
Altre parti correlate	0,3	-	-
Totale	3,6	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	5,9	-	-
Altre consociate	1,0	-	-
Altre parti correlate	-	-	-
Totale	6,9	-	-

Ricavi e costi (valori in milioni di Euro)	Ricavi operativi	Costi operativi	Proventi finanziari	Oneri finanziari
Società controllanti	-	-	-	-
Società collegate	0,4	(4,4)	-	-
Altre consociate	0,0	(0,7)	-	-
Altre parti correlate	0,1	(0,1)	-	-
Totale	0,5	(5,2)	-	-

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 2022 hanno sostenuto costi per Euro 4,1 milioni e detengono debiti commerciali per Euro 5,4 milioni.
- Si segnalano inoltre rapporti con le società valutate a patrimonio netto del Gruppo m-Dis Distribuzione Media verso le quali le società del Gruppo hanno realizzato nel 2022 ricavi per Euro 0,4 milioni e sostenuto costi per Euro 0,2 milioni, detengono crediti commerciali per Euro 2,5 milioni e debiti commerciali per Euro 0,4 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 2022 sono state riconosciute al concedente quote editore per Euro 0,6 mila a fronte di ricavi per Euro 0,7 mila al netto degli sconti di agenzia. CAIRORCS Media ha maturato anche ulteriori provvigioni attive per Euro 25 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 100 mila.

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 2021".

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

L'inizio del 2022 si è ancora caratterizzato per la prosecuzione dell'emergenza sanitaria, con la diffusione della variante Omicron. A partire dall'inizio del mese di febbraio la situazione ha iniziato a migliorare sia in Italia che in Spagna consentendo l'accelerazione di una fase di progressiva significativa riduzione delle limitazioni.

A partire da fine febbraio 2022 il conflitto scoppiato in Ucraina e le sue conseguenze, anche in termini di sanzioni economiche applicate alla Russia e di impatti sull'economia e gli scambi, in particolare sulle filiere energetiche, produttive e logistiche, stanno determinando una situazione di generale significativa incertezza e un possibile rallentamento della crescita economica attesa nei mercati di riferimento. Il Gruppo non presenta una esposizione diretta e/o attività commerciali nei confronti dei mercati colpiti dal conflitto e/o di soggetti sanzionati.

L'attuale situazione sta accentuando le spinte inflative e la dinamica crescente dei costi di diversi fattori di produzione già in corso dal 2021 ed in alcuni casi anche difficoltà di approvvigionamento e quindi nei processi produttivi per diversi settori.

Con riferimento al Gruppo, tale contesto economico ha riflessi sui costi di produzione, in particolare per la carta, e può influire anche sull'andamento del mercato pubblicitario, potendo incidere sulla propensione alla spesa degli inserzionisti.

Anche nel corso del primo trimestre 2022, il Gruppo con la sua offerta informativa è venuto incontro al forte bisogno del pubblico di essere informato, garantendo un servizio puntuale ai propri telespettatori e lettori. I programmi di *La7*, le edizioni quotidiane del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*, in Italia e di *El Mundo*, *Marca* ed *Expansion* in Spagna, i periodici e le piattaforme web e social del Gruppo, hanno svolto un ruolo centrale nell'informazione e nel racconto di questo difficile momento, mettendo al centro la propria vocazione di servizio pubblico, imparziale e puntuale e affermandosi come attori autorevoli dell'informazione quotidiana televisiva, cartacea e *on-line*, con importanti numeri di ascolti televisivi e traffico digitale.

Con riferimento sia all'emergenza sanitaria, sia al conflitto in corso, 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 della situazione sanitaria, dall'evoluzione e durata del conflitto in Ucraina e dei suoi effetti geopolitici e dall'efficacia delle misure pubbliche, anche economiche, che sono state e saranno implementate.

In considerazione delle azioni già messe in atto e di quelle previste, in assenza di un peggioramento delle condizioni sanitarie e/o delle conseguenze riconducibili alla prosecuzione del conflitto in Ucraina e/o della dinamica dei costi, il Gruppo ritiene che sia possibile porsi l'obiettivo di confermare nel 2022 margini (EBITDA) in linea con quelli realizzati nel 2021 ed un conseguente ulteriore miglioramento della posizione finanziaria netta rispetto a fine 2021. L'evoluzione dell'emergenza sanitaria, del conflitto in corso 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