



Resoconto Intermedio di Gestione

al 31 marzo 2023

Indice

Principali dati economici, patrimoniali e finanziari del Gruppo RCS MediaGroup.....	3
Indicatori alternativi di performance.....	4
Andamento del Gruppo RCS al 31 marzo 2023.....	5
Fatti di rilievo del primo trimestre.....	14
Fatti di rilievo successivi alla chiusura del primo trimestre	14
Evoluzione prevedibile della gestione e prospettive per l'anno in corso	15
Attestazione ai sensi dell'art. 154 bis comma 2 TUF	16

PRINCIPALI DATI ECONOMICI, PATRIMONIALI E FINANZIARI DEL GRUPPO RCS MEDIAGROUP

(in milioni di euro)	31/03/2023	31/03/2022	31/12/2022
<i>DATI ECONOMICI</i>			
Ricavi netti	179,1	183,6	845,0
EBITDA (1)	10,6	12,3	118,5
EBIT (1)	(2,6)	(0,0)	66,6
Risultato prima delle imposte e degli interessi di terzi	(5,9)	(2,5)	55,1
Imposte sul reddito	4,1	1,8	(4,9)
Risultato attività destinate a continuare	(1,8)	(0,7)	50,2
Risultato netto del periodo di Gruppo	(1,8)	(0,7)	50,1
Risultato per azione base delle attività destinate a continuare (in euro)	(0,00)	(0,00)	0,10
Risultato per azione diluito delle attività destinate a continuare (in euro)	(0,00)	(0,00)	0,10

	31/03/2023	31/03/2022	31/12/2022
<i>DATI PATRIMONIALI</i>			
Capitale investito netto	556,8	485,8	566,8
<i>di cui relativo a diritti d'uso ex IFRS 16</i>	<i>123,6</i>	<i>142,6</i>	<i>128,3</i>
Indebitamento (disponibilità) finanziario/a netto/a del Gruppo (1)	28,5	(40,7)	31,6
Debiti finanziari per leasing ex IFRS 16	137,8	156,7	142,8
Patrimonio netto	390,5	369,8	392,4
Dipendenti (numero medio)	2.956	2.931	2.950

(1) Per le definizioni di EBITDA, EBIT ed Posizione Finanziaria Netta del Gruppo o indebitamento (disponibilità) finanziario/a netto/a del Gruppo si rinvia al paragrafo "Indicatori alternativi di performance" della 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 31 marzo 2022. 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 31 marzo 2023 è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 12 maggio 2023.

L'inizio del 2023 si è caratterizzato per il perdurare del conflitto in Ucraina, con le sue conseguenze anche in termini di impatti sull'economia e gli scambi, che sta determinando una situazione di generale significativa incertezza e un rallentamento della crescita economica attesa nei mercati di riferimento e nel 2022 ha accentuato la dinamica inflativa già iniziata nel 2021. Il Gruppo non presenta una esposizione diretta e/o attività commerciali nei confronti dei mercati colpiti dal conflitto e/o di soggetti sanzionati.

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

Peraltro, nel corso del trimestre i costi di energia e gas, dopo la forte volatilità e gli incrementi registrati nel 2022, sono progressivamente tornati nell'intorno dei valori di fine estate 2021 ed anche il costo della carta è, al momento, in riduzione rispetto ai valori del 2022 con effetti che impatteranno positivamente il conto economico a partire principalmente dal secondo semestre 2023, in considerazione anche dei tempi di rotazione delle scorte esistenti.

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. 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", "Proventi (oneri) da partecipazioni metodo del PN" e di "Altri proventi ed oneri da attività e passività finanziarie".

Posizione Finanziaria Netta del Gruppo o indebitamento (disponibilità) finanziario/a netto/a 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 (disponibilità) finanziario/a netto/a 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, ed esclude i crediti finanziari con scadenza oltre 90gg (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 31 MARZO 2023

Nel primo trimestre 2023 il Prodotto Interno Lordo (PIL) in Italia si è incrementato dello 0,5% rispetto al quarto trimestre 2022 ed è cresciuto dell'1,8% rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente. Nel trimestre si è verificato un rallentamento del tasso di inflazione, che si attesta su base annua al +7,4% ed al -0,4% rispetto al mese precedente per effetto soprattutto dell'andamento dei prezzi dei beni energetici (Fonte ISTAT – indice FOI senza tabacchi).

In Spagna, il PIL nel primo trimestre 2023 si è incrementato dello 0,5% rispetto al quarto trimestre 2022 e del 3,8 %su base annua. L'inflazione su base annua a marzo 2023 si attesta al 3,3% (Fonte: INE).

Di seguito si riportano i principali dati economici progressivi al 31 marzo 2023 ed i relativi commenti:

(in milioni di euro)	31 marzo 2023	%	31 marzo 2022	%	Differenza	Differenza
	A		B		A-B	%
Ricavi netti	179,1	100,0	183,6	100,0	(4,5)	(2,5%)
<i>Ricavi editoriali e diffusionali</i>	<i>83,0</i>	<i>46,3</i>	<i>90,7</i>	<i>49,4</i>	<i>(7,7)</i>	<i>(8,5%)</i>
<i>Ricavi pubblicitari</i>	<i>64,1</i>	<i>35,8</i>	<i>62,8</i>	<i>34,2</i>	<i>1,3</i>	<i>2,1%</i>
<i>Ricavi diversi (1)</i>	<i>32,0</i>	<i>17,9</i>	<i>30,1</i>	<i>16,4</i>	<i>1,9</i>	<i>6,3%</i>
Costi operativi	(104,3)	(58,2)	(109,3)	(59,5)	5,0	4,6%
Costo del lavoro	(62,9)	(35,1)	(60,9)	(33,2)	(2,0)	(3,3%)
Accantonamenti per rischi	(0,1)	(0,1)	(1,0)	(0,5)	0,9	90,0%
(Svalutazione)/ripristino di crediti commerciali e diversi	(1,2)	(0,7)	(0,1)	(0,1)	(1,1)	>(100)
EBITDA (2)	10,6	5,9	12,3	6,7	(1,7)	(13,8%)
Amm.immobilizzazioni immateriali	(5,2)	(2,9)	(4,5)	(2,5)	(0,7)	
Amm.immobilizzazioni materiali	(2,4)	(1,3)	(2,1)	(1,1)	(0,3)	
Amm. diritti d'uso su beni in leasing	(5,5)	(3,1)	(5,7)	(3,1)	0,2	
Amm.investimenti immobiliari	(0,1)	(0,1)	-	-	(0,1)	
Altre (svalutazioni)/ripristini immobilizzazioni	0,0	0,0	-	-	0,0	
Risultato operativo (EBIT) (2)	(2,6)	(1,5)	(0,0)	(0,0)	(2,6)	
Proventi (oneri) finanziari	(2,9)	(1,6)	(2,1)	(1,1)	(0,8)	
Proventi (oneri) da partecipazioni metodo del PN	(0,4)	(0,2)	(0,4)	(0,2)	0,0	
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	0,0	0,0	-	-	-	
Risultato prima delle imposte	(5,9)	(3,3)	(2,5)	(1,4)	(3,4)	
Imposte sul reddito	4,1	2,3	1,8	1,0	2,3	
Risultato attività destinate a continuare	(1,8)	(1,0)	(0,7)	(0,4)	(1,1)	
Risultato delle attività destinate alla dismissione e dismesse	0,0	0,0	-	-	-	
Risultato netto prima degli interessi di terzi	(1,8)	(1,0)	(0,7)	(0,4)	(1,1)	
(Utile) perdita netta di competenza di terzi	0,0	0,0	-	-	-	
Risultato netto di periodo di Gruppo	(1,8)	(1,0)	(0,7)	(0,4)	(1,1)	

(1) I ricavi diversi raccolgono prevalentemente i ricavi per attività televisive, per l'organizzazione di eventi e manifestazioni, per attività di vendita di liste clienti e di cofanetti nonché per le attività di 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 nel primo bimestre 2023 presenta un incremento del 3,5% rispetto al pari periodo 2022. Per il mezzo stampa si registra un incremento complessivo del 5,1%, con i quotidiani e i periodici che segnano rispettivamente un +6,2% e +2,2%. Risultano in crescita anche il settore televisivo (+1,1%), il settore radio (+16%) ed il comparto *on-line* (+10,7% esclusi *search, social e over the top*), sempre rispetto al pari periodo 2022 (Fonte: Nielsen gennaio-febbraio 2023).

Nel primo trimestre 2023 il mercato spagnolo della raccolta pubblicitaria segna un incremento del 3% rispetto allo stesso periodo del 2022 (Fonte: i2p, Arce Media). Il mercato dei quotidiani e delle riviste evidenziano una crescita rispettivamente del 6,1% e dello 0,3% rispetto al pari periodo del 2022. Positive anche le performance del segmento internet (esclusi i *social media, portali, search, etc*) che registra un +6%, del segmento radio con un +14,9% e dei supplementi +6% (Fonte: i2p, Arce Media).

Sul fronte diffusionale, rispetto ai primi tre mesi del 2022, in Italia i quotidiani di informazione generale registrano una contrazione delle diffusioni cartacee e digitali pari al 5,2%, mentre i quotidiani sportivi registrano un incremento delle diffusioni cartacee e digitali pari al 32% (Fonte: dati ADS gennaio-marzo 2023), grazie principalmente alle copie digitali.

Nel primo trimestre del 2023, il mercato diffusionale dei periodici, riferito alle testate dichiarate in ADS, evidenzia per i settimanali (copie cartacee e digitali) un calo pari all'8% rispetto al pari periodo del 2022. Per i mensili, lo stesso dato, aggiornato a febbraio, fa registrare un calo pari al 27,6%, in parte determinato dalla fuoriuscita dall'ambito di rilevazione ADS di alcune le testate del segmento motori, a perimetro omogeneo sarebbe pari al -14% (Fonte interna su base dati ADS).

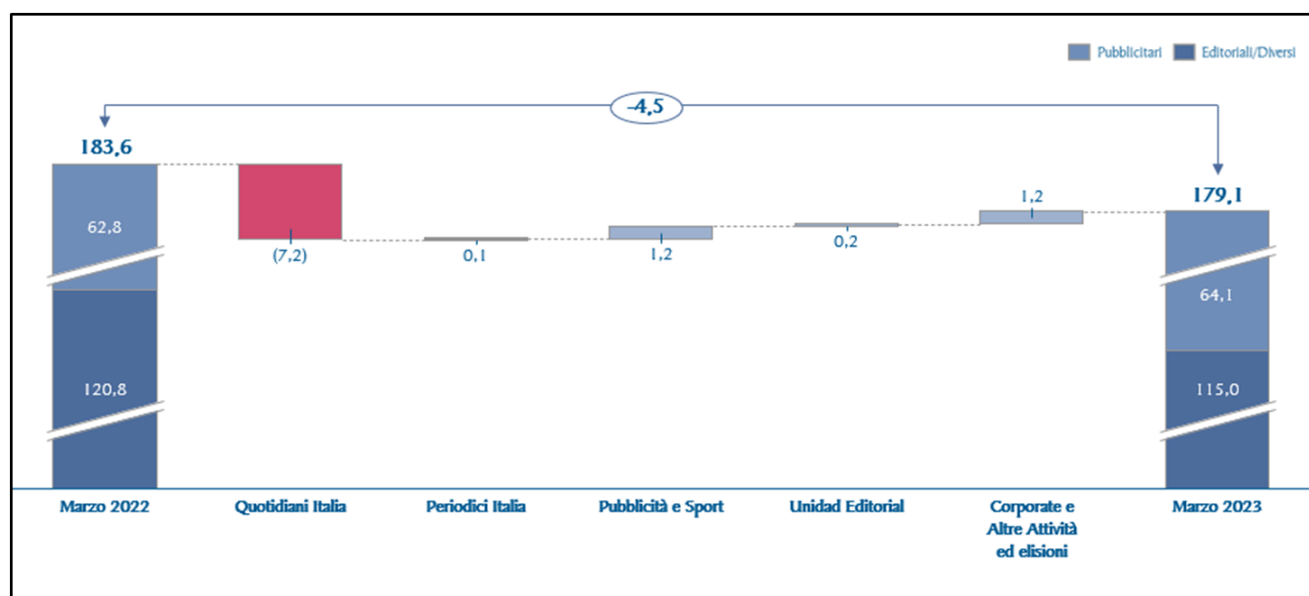
In Spagna nel primo trimestre 2023 l'andamento delle vendite di quotidiani è risultato in flessione rispetto al pari periodo 2022. I dati progressivi sulle diffusioni a marzo (Fonte: OJD) dei quotidiani di informazione generalista presentano una contrazione complessiva dell'11,1%. Lo stesso fenomeno si registra per i segmenti dei quotidiani economici e sportivi in cui si rileva un decremento delle diffusioni rispettivamente del 2,1% e del 13,9%.

Andamento della gestione

Nel contesto sopra descritto, il Gruppo nei primi tre mesi del 2023 ha conseguito ricavi pari a 179,1 milioni (183,6 milioni nel pari periodo del 2022), un EBITDA positivo pari a 10,6 milioni (12,3 milioni nel pari periodo del 2022) e un EBIT pari a -2,6 milioni (in pareggio nel pari periodo del 2022). L'andamento del primo trimestre 2023 risente ancora dell'incremento dei prezzi delle materie prime, in particolare i costi della carta, rispetto al primo trimestre 2022, quando era stata ancora utilizzata carta con prezzi definiti nel 2021.

Si ricorda che RCS presenta un andamento stagionale delle attività che penalizza normalmente i risultati del primo e terzo trimestre dell'anno. Il Gruppo nel trimestre ha continuato a generare flussi di cassa positivi, migliorando la posizione finanziaria netta di 3,1 milioni rispetto al 31 dicembre 2022.

Di seguito si riporta la variazione dei ricavi rispetto al 31 marzo 2022:



I ricavi consolidati al 31 marzo 2023, pari a 179,1 milioni, evidenziano un decremento di 4,5 milioni rispetto ai primi tre mesi del 2022, riconducibile ai ricavi editoriali e diffusionali, in particolare ai ricavi da opere collaterali. In miglioramento i ricavi pubblicitari (+1,3 milioni) e i ricavi diversi (+1,9 milioni).

I ricavi digitali ammontano a 45,1 milioni e rappresentano circa il 25,2% 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 31/03/2023	Progressivo al 31/03/2022	Delta Progressivo	Delta %
Quotidiani Italia	53,0	60,1	(7,1)	(11,8%)
Periodici Italia	6,1	6,1	0,0	0,0%
Unidad Editorial	17,6	18,7	(1,1)	(5,9%)
Corporate e Altre attività	7,4	7,0	0,4	5,7%
Diverse ed elisioni	(1,1)	(1,2)	0,1	n.s.
Totale Ricavi Editoriali e Diffusionali (1)	83,0	90,7	(7,7)	(8,5%)

(1) I ricavi editoriali delle opere collaterali al 31 marzo 2023, sono pari a 12 milioni e si riferiscono per 11 milioni a Quotidiani Italia, 0,9 milioni a Periodici Italia e per 0,1 milioni a Unidad Editorial. Al 31 marzo 2022 erano pari a 16,4 milioni e si riferivano per 15,3 milioni a Quotidiani Italia, per 0,7 milioni a Periodici Italia e per 0,4 milioni a Unidad Editorial.

I **ricavi editoriali e diffusionali** sono pari a 83 milioni (90,7 milioni nel pari periodo del 2022) ed evidenziano una flessione di 7,7 milioni sostanzialmente attribuibile ai seguenti fenomeni:

- il decremento dei ricavi editoriali di Quotidiani Italia, pari a 7,1 milioni, riconducibile principalmente al calo dei ricavi da opere collaterali (-4,4 milioni) e dei ricavi diffusionali a mezzo stampa delle due testate, parzialmente compensato dalla crescita dei ricavi da abbonamenti digitali del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*.

Entrambi i quotidiani confermano a marzo 2023 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: dati ADS gennaio-marzo 2023).

Il *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* nei primi tre mesi del 2023 si attestano rispettivamente a 253 mila e 158 mila copie medie diffuse includendo le copie digitali (Fonte: dati ADS gennaio-marzo 2023). Per quanto riguarda il confronto con il mercato, si segnala un andamento delle diffusioni del *Corriere della Sera* (-5,2%) in linea con il mercato dei quotidiani di informazione generale. *La Gazzetta*

dello Sport segna un incremento delle diffusioni del 57,2%, per effetto dell'andamento delle copie digitali, e si confronta con il +32% del mercato dei quotidiani sportivi (Fonte: ADS gennaio-marzo 2023). A fine marzo la *customer base* totale attiva per il *Corriere della Sera* (*digital edition, membership e m-site*) è risultata pari a 526 mila abbonamenti (508 mila a fine 2022 - Fonte interna) e quella dei prodotti pay *Gazzetta* (che include i prodotti *G ALL, G+, GPRO e Fantacampionato*) a 213 mila abbonamenti (171 mila a fine 2022 - Fonte interna).

I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS, con i brand *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* che si attestano nel periodo gennaio-febbraio 2023 rispettivamente a 31,5 milioni e a 20,1 milioni di utenti unici medi al mese e nel periodo gennaio-marzo 2023 rispettivamente a 4 milioni e 2,6 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audicom). Anche nel primo bimestre 2023 RCS è risultato primo editore *on-line* in Italia con un dato aggregato di 33 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni - Fonte Audicom);

I principali account social del *Sistema Corriere*, al 31 marzo 2023, hanno raggiunto 11,5 milioni di follower totali (considerando *Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e TikTok* - Fonte interna). In particolare, i profili *TikTok* hanno registrato 44 milioni di visualizzazioni dei video pubblicati. Continua la crescita dei profili social anche de *La Gazzetta dello Sport*, che ha lanciato anche il nuovo canale su *Twitch*, raggiungendo a fine marzo un'audience social totale di 5,6 milioni (considerando *Facebook, Instagram, Twitter e Tik Tok* - Fonte interna);

- il decremento dei ricavi editoriali di Unidad Editorial, pari a 1,1 milioni, imputabile principalmente al calo delle diffusioni cartacee e in parte al differente piano editoriale dei prodotti collaterali. Tali effetti sono parzialmente compensati dalla crescita degli abbonamenti digitali.

Incluse le copie digitali, nei primi tre mesi del 2023 la diffusione media giornaliera di *El Mundo, Marca ed Expansión* si attesta a rispettivamente circa 55 mila copie, circa 53 mila copie e circa 23 mila copie (Fonte OJD). *Marca* e *Expansión* confermano anche a marzo 2023 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: OJD). La rilevazione "*Studio Generale dei Mezzi di Comunicazione*" di EGM dell'aprile 2023 conferma Unidad Editorial leader nella stampa spagnola con più di 1,5 milioni di lettori giornalieri dei suoi tre quotidiani, in crescita del 6% rispetto all'ultima rilevazione dell'anno 2022.

Continua la crescita degli abbonamenti digitali che a marzo 2023 (Fonte interna) si attestano a circa 115 mila abbonamenti (101 mila a fine 2022) per *El Mundo* e 56 mila abbonamenti per *Expansion* (51 mila a fine 2022).

Nell'ambito dell'attività *on-line* *elmundo.es, marca.com* ed *expansion.com* si attestano nei primi tre mesi 2023 rispettivamente a 44,4 milioni, 97,1 milioni e 10,6 milioni di browser unici medi mensili tra nazionali ed esteri e comprese le app (Fonte: *Google Analytics*).

La versione internazionale di *Marca* in lingua inglese ha raggiunto a marzo 2023 i 28,6 milioni di browser unici medi mensili rispetto i 27,7 milioni di dicembre 2022 (Fonte interna) i quali vanno ad aggiungersi ai browser di *marca.com* sopra indicati.

L'audience social delle testate del gruppo Unidad Editorial (Fonte interna) si attesta a 8,8 milioni di follower per *El Mundo*, 16,2 milioni per *Marca*, 2,3 milioni per *Telva* (considerando *Facebook, Instagram, Twitter*) e 1,4 milioni per *Expansión* (considerando *Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn*);

- in merito a Periodici Italia, i ricavi editoriali, pari a 6,1 milioni, sono allineati al dato del primo trimestre del 2022, anche grazie al buon andamento dei prodotti collaterali.

Relativamente agli indicatori di performance digitale, la presenza delle testate dell'area Periodici Italia sui social media è sempre più rilevante (considerando *Facebook e Instagram* - Fonte interna), in particolare *IO Donna* fa registrare a marzo un'audience social pari a 670 mila, *Amica* nello stesso periodo si posiziona sopra quota 320 mila, mentre *Living* raggiunge quota 750 mila. In forte crescita risultano *Dove* con un'audience social pari a oltre 310 mila e *Style* che raggiunge circa quota 125 mila. Infine, l'audience del profilo social di *OGGI* supera quota 280 mila;

- l'incremento dei ricavi diffusionali di Corporate e Altre attività, pari a 0,4 milioni, principalmente riferito al 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 31/03/2023	Progressivo al 31/03/2022	Delta Progressivo	Delta %
Quotidiani Italia	24,5	24,9	(0,4)	(1,6%)
Periodici Italia	5,5	5,4	0,1	1,9%
Pubblicità e Sport	38,9	38,6	0,3	0,8%
Unidad Editorial	24,4	23,2	1,2	5,2%
Diverse ed elisioni	(29,2)	(29,3)	0,1	n.s.
Totale Ricavi Pubblicitari	64,1	62,8	1,3	2,1%

I **ricavi pubblicitari** dei primi tre mesi del 2023 ammontano a 64,1 milioni in crescita rispetto ai 62,8 milioni del pari periodo del 2022 (+1,3 milioni). Il miglioramento dei ricavi è riconducibile principalmente a Unidad Editorial.

La raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi *on-line* si attesta, nei primi tre mesi del 2023, a 28,7 milioni, pari a circa il 45% del totale dei ricavi pubblicitari.

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

(in milioni di euro)	Ricavi Diversi			
	Progressivo al 31/03/2023	Progressivo al 31/03/2022	Delta Progressivo	Delta %
Quotidiani Italia	6,3	6,0	0,3	5,0%
Periodici Italia	2,1	2,1	0,0	0,0%
Pubblicità e Sport	9,4	8,5	0,9	10,6%
Unidad Editorial	8,9	8,8	0,1	1,1%
Corporate e Altre attività	15,2	14,0	1,2	8,6%
Diverse ed elisioni	(9,9)	(9,3)	(0,6)	n.s.
Totale Ricavi Diversi (1)	32,0	30,1	1,9	6,3%

(1) I ricavi diversi delle opere collaterali al 31 marzo 2023 sono pari a un milione e si riferiscono a Quotidiani Italia per 0,9 milioni e a Unidad Editorial per 0,1 milioni. Al 31 marzo 2022 erano pari a 0,8 milioni e si riferivano per 0,7 milioni a Quotidiani Italia e per 0,1 milioni a Unidad Editorial.

I **ricavi diversi** pari a 32 milioni si incrementano di 1,9 milioni rispetto ai primi tre mesi del 2022 (pari a 30,1 milioni). Il miglioramento è riconducibile principalmente all'area Pubblicità e Sport e in parte a Quotidiani Italia e ad altre attività di distribuzione.

Le elisioni si riferiscono principalmente ai ricavi diversi relativi alla fornitura dei servizi centralizzati realizzati dall'area Corporate e Altre attività a favore delle altre società del Gruppo.

È proseguita anche nel 2023 l'attività di arricchimento e potenziamento dell'offerta dei prodotti editoriali del Gruppo RCS sia sul canale digitale sia su quello tradizionale.

Si riportano di seguito alcune delle principali iniziative realizzate in Italia nel corso del primo trimestre 2023:

- il 21 febbraio *Corriere della Sera* ha pubblicato l'inserto speciale “*Un anno di Guerra*”;
- a febbraio è stata lanciata su *Gazzetta.it* la nuova sezione *Stile Gazzetta* per contenuti legati al mondo della moda e del design in ambito sportivo;
- il 5 marzo è uscito in edicola il primo numero del 2023 de *La Lettura per ragazze e ragazzi*;
- il 9 e 10 marzo si è tenuta la seconda edizione di *Obiettivo5*, l'evento del *Corriere della Sera* e *Io Donna* in collaborazione con Università Sapienza di Roma dedicato ai temi della parità di genere;
- il 31 marzo si è tenuto presso Palazzo Mezzanotte a Milano “*Italia Genera Futuro*”;
- sul fronte delle collane, libri *one shot* e opere collaterali *Corriere della Sera* ha pubblicato: *Tokyo tutto l'anno*, *Ultima fermata Auschwitz*, le collane *La storia Italia Europa Mediterraneo*, *Biblioteca di astrologia*,

Margaret Atwood Camminare, La poesia è di tutti, Picasso. La Gazzetta dello Sport ha pubblicato alcune iniziative dedicate mondo giapponese: la collana di DVD “Naruto”, la collezione completa del manga “The Seven Deadly Sins”, l’opera “Giappone. Storia e cultura del Paese del Sol Levante”, per il comparto fumetti la collana “Strip! I grandi classici del fumetto americano” e infine sulla Formula1 “La grande storia della Rossa”;

- le iniziative ed i progetti digitali del *Corriere della Sera* del primo trimestre 2023 si sono caratterizzati in particolare per gli accordi di vendita di abbonamenti digitali sia con l’Università Commerciale Luigi Bocconi sia con l’Università Cattolica del Sacro Cuore e l’apertura di tre nuovi account TikTok: *Corriere della Sera*, *Moda Corriere*, *7corriere*, che vanno ad aggiungersi ai già esistenti *Data Room* e *Cook Corriere*;
- nell’ambito dell’offerta video sono state aggiornate le sezioni video delle testate locali, pubblicate nuove rubriche e trasmessi in streaming numerosi eventi;
- nell’area delle *digital subscriptions* sono stati organizzati cinque eventi in diretta esclusivi e dedicati agli abbonati digitali del *Corriere* e sono state pianificate nuove campagne di comunicazione digitali;
- *La Gazzetta dello Sport* e i suoi supplementi hanno seguito e approfondito i vari avvenimenti sportivi del primo trimestre del 2023 con una *Grande Gazzetta* in occasione del derby milanese, un *G magazine* in occasione dell’inizio delle grandi classiche di ciclismo, alcuni numeri speciali di *Sportweek* tra cui quello dedicato alle campionesse femminili nel mondo sportivo;
- *La Gazzetta dello Sport* ha anche proposto in edicola cinque appuntamenti di successo assieme a *Panini* con *L’album dei calciatori 2022/2023* a gennaio e successivi quattro appuntamenti con pacchetti di figurine esclusivi in regalo con *Sportweek*;
- nel corso del primo trimestre 2023 è continuato il lavoro di miglioramento grafico dei contenuti G+, la sezione premium di *Gazzetta.it*, con il lancio di nuovi speciali interattivi e approfondimenti;
- il nuovo canale *Twitch* de *La Gazzetta dello Sport* (con oltre 2 milioni di video view cumulate dalla sua apertura) si è velocemente attestato tra i primi canali in Italia;
- l’offerta di giochi *on-line* di *Gazzetta.it* si è arricchita a marzo con il gioco di abilità “*Mr Palleggio*”;
- *Gazzetta Active* è stata Media Partner della *Milano Marathon 2023*.

Anche le testate dell’area periodici, nei primi tre mesi del 2023 hanno sviluppato numerose iniziative editoriali, tra le quali si segnalano l’evento organizzato a Padova dalla testata *Dove* e l’avvio in Italia, per *i Periodici Infanzia* di una nuova attività con l’apertura a Milano di un primo negozio che offre immagini 5D prenatali ai futuri genitori.

RCS Academy, la *Business school* del Gruppo, ha proseguito nel primo trimestre 2023 l’attività di formazione dei master avviati nel corso dell’autunno 2022. Nel mese di marzo 2023 ha preso avvio l’attività di *placement* dei master full time prossimi al termine, offrendo ai giovani studenti concrete opportunità di inserimento nel mondo del lavoro. Dei master in conclusione, a fine marzo ne risultano già inseriti in azienda oltre 130. Inoltre, sono stati realizzati anche i primi due *business talks* dell’anno sui temi dell’*Economia e Sostenibilità d’Impresa* e delle *Fonti alternative di energia*.

Il mercato dei Libri nel primo trimestre 2023 segna un andamento rispetto al periodo analogo del 2022 (+3% a valore, +0,8% a volume - dati GFK). L’avvio dell’anno per i titoli RCS è stato positivo con le quote di mercato sostanzialmente stabili.

Nel corso dei primi tre mesi del 2023 si è ulteriormente arricchita l’offerta editoriale del gruppo Unidad Editorial con iniziative relative alle testate in essere ed il lancio di nuovi prodotti sul mercato.

In particolare:

- a gennaio è stato lanciato un nuovo *podcast* de *El Mundo* a cura della firma *Arcadi Espada*;
- il 1° febbraio è stata lanciata la nuova versione *on-line* de *El Mundo*, con importanti innovazioni, anche tecnologiche, per facilitare la lettura, grazie tra l’altro ad una nuova font;
- parallelamente è stata rinnovata l’impostazione grafica e l’organizzazione della versione cartacea de *El Mundo*, con anche l’inserimento della sezione *Primer Plano* dedicata ai temi più rilevanti dell’attualità;
- il 13 febbraio si è tenuta la seconda edizione della *Classica di Jaén*, organizzata da Unidad Editorial Sport, importante tappa del calendario ciclistico internazionale che ha visto la vittoria del campione Tadej Pogacar;

- nel mese di febbraio *Diario Medico* ha ricevuto il riconoscimento de “*Premios Semergen 50 Años Contigo*” nella categoria “*Mezzi di Comunicazione*”;
- a fine febbraio *El Mundo* e *La Lettura* hanno partecipato alla *Fiera Internazionale di Arte Contemporanea* con una mostra dedicata al pittore e fotografo spagnolo *Darío Villalba*;
- il 22 marzo è stata avviata la piattaforma *on-line Cooking*, una nuova sezione de *El Mundo* dedicata alla gastronomia e ai temi di nutrizione, ricette e alimenti;
- a fine marzo Malaga si è tenuto l’appuntamento annuale del *Marca Sport Weekend* che ha visto la partecipazione di innumerevoli stelle internazionali in oltre 150 iniziative sparse nel territorio cittadino;
- il 30 marzo la rivista *Telva* ha iniziato con la tappa di Zaragoza la celebrazione del suo 60° anniversario, con un ciclo di incontri per avvicinare i lettori al mondo della moda, dell’arte e alle ultime tendenze di stile di vita.

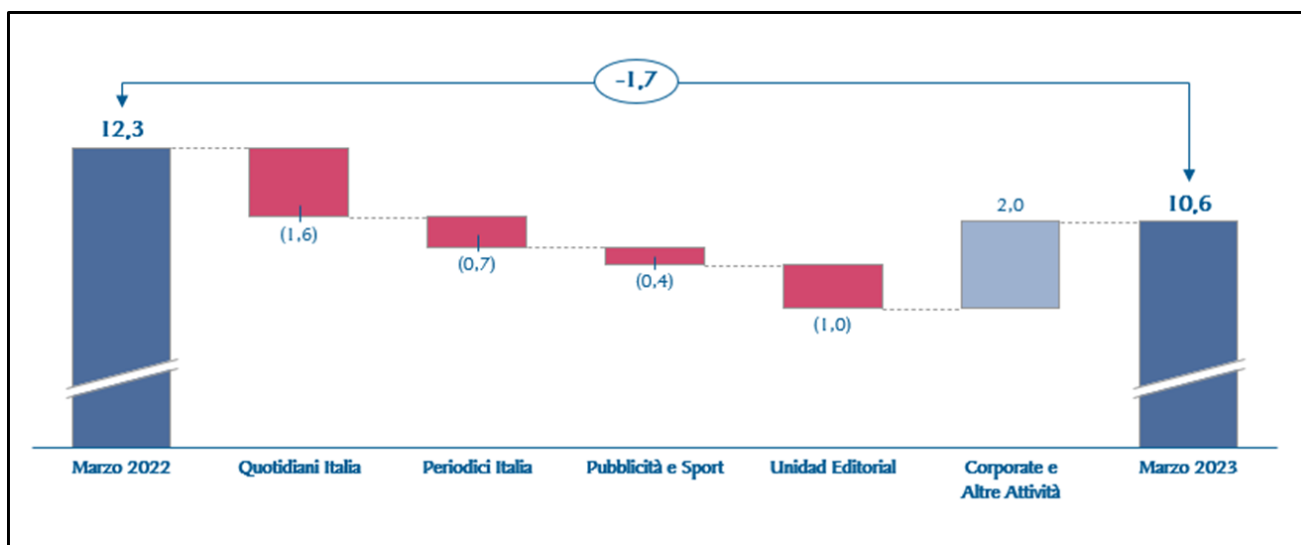
Di seguito si riepilogano ricavi, EBITDA ed EBIT al 31 marzo 2023 e al 31 marzo 2022 per aree di attività:

(in milioni di euro)	Progressivo al 31/03/2023					Progressivo al 31/03/2022				
	Ricavi	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi	Ricavi	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi
Quotidiani Italia	83,8	6,0	7,2%	3,2	3,8%	91,0	7,6	8,4%	4,8	5,3%
Periodici Italia	13,7	(2,1)	(15,3)%	(2,3)	(16,8)%	13,6	(1,4)	(10,3)%	(1,6)	(11,8)%
Pubblicità e Sport	48,3	3,1	6,4%	3,1	6,4%	47,1	3,5	7,4%	3,5	7,4%
Unidad Editorial	50,9	3,3	6,5%	0,5	1,0%	50,7	4,3	8,5%	1,7	3,4%
Corporate e Altre attività	22,6	0,3	1,3%	(7,1)	(31,4)%	21,0	(1,7)	(8,1)%	(8,4)	(40,0)%
Diverse ed elisioni	(40,2)	-	n.a.	-	n.a.	(39,8)	-	n.a.	(0,0)	n.a.
Consolidato	179,1	10,6	5,9%	(2,6)	(1,5)%	183,6	12,3	6,7%	(0,0)	(0,0)%

L’EBITDA dei **primi tre mesi** 2023 è positivo per 10,6 milioni (+12,3 milioni nel primo trimestre del 2022). L’andamento del primo trimestre 2023 risente ancora dell’incremento dei prezzi delle materie prime, in particolare del costo della carta, rispetto al primo trimestre 2022, quando era stata ancora utilizzata carta con prezzi definiti nel 2021.

Gli oneri e proventi non ricorrenti netti sono negativi per 0,4 milioni (stesso valore nei primi tre mesi del 2022). Si ricorda che il Gruppo presenta un andamento stagionale delle attività che penalizza normalmente i risultati del primo e terzo trimestre dell’anno.

Di seguito si riporta la variazione dell'EBITDA rispetto al 31 marzo 2022:



Il costo del lavoro, pari a 62,9 milioni, è in aumento di 2 milioni rispetto ai 60,9 milioni registrati al primo trimestre 2022, anche per effetto del maggior organico medio del periodo rispetto al pari periodo del 2022 e in parte per maggiori oneri non ricorrenti. Gli oneri non ricorrenti compresi nel costo del lavoro nei primi tre mesi del 2023 sono pari a 0,7 milioni (0,4 milioni nel pari periodo del 2022).

L'organico medio nel periodo gennaio-marzo 2023 del Gruppo RCS risulta essere pari a 2.956 unità, superiore di 25 unità rispetto al dato del pari periodo 2022 (2.931 unità).

Il **risultato operativo (EBIT)** è pari a -2,6 milioni (in pareggio nel pari periodo del 2022). Il decremento rispetto al primo trimestre del 2022 riflette la variazione dell'EBITDA, oltre a maggiori ammortamenti principalmente riconducibili agli investimenti nello sviluppo di attività digitali.

Gli **oneri finanziari netti** pari a 2,9 milioni, si incrementano complessivamente di 0,8 milioni rispetto al pari periodo del 2022. Tale incremento è principalmente riconducibile all'aumento dei tassi di interesse.

I **proventi (oneri) netti da partecipazioni** valutate con il metodo del patrimonio netto sono negativi per 0,4 milioni (-0,4 milioni nel pari periodo del 2022), riferibili principalmente al risultato pro-quota di CAIRORCS Media.

Le **imposte sul reddito** dei primi tre mesi del 2023 ammontano a +4,1 milioni (+1,8 milioni al 31 marzo 2022) e si riferiscono principalmente allo stanziamento delle imposte correnti del periodo (provento) e alla differenza positiva delle imposte anticipate e differite.

Il **risultato netto** al 31 marzo 2023, pari a -1,8 milioni (-0,7 milioni al 31 marzo 2022) riflette gli andamenti sopra descritti.

Stato patrimoniale consolidato riclassificato

	31 marzo 2023	%	31 dicembre 2022	%
(in milioni di euro)				
Immobilizzazioni Immateriali	371,1	66,6	373,0	65,8
Immobilizzazioni Materiali	101,7	18,3	103,5	18,3
Diritti d'uso su beni in leasing	123,6	22,2	128,3	22,6
Investimenti Immobiliari	6,9	1,2	6,9	1,2
Immobilizzazioni Finanziarie e Altre attività	120,0	21,6	118,6	20,9
Attivo Immobilizzato Netto	723,3	129,9	730,3	128,8
Rimanenze	33,6	6,0	31,9	5,6
Crediti commerciali	176,4	31,7	198,2	35,0
Debiti commerciali	(228,0)	(40,9)	(225,9)	(39,9)
Altre attività/passività	(11,5)	(2,1)	(30,6)	(5,4)
Capitale d'Esercizio	(29,5)	(5,3)	(26,4)	(4,7)
Fondi per rischi e oneri	(50,9)	(9,1)	(51,5)	(9,1)
Passività per imposte differite	(54,7)	(9,8)	(54,3)	(9,6)
Benefici relativi al personale	(31,4)	(5,6)	(31,3)	(5,5)
Capitale investito netto	556,8	100,0	566,8	100,0
Patrimonio netto	390,5	70,1	392,4	69,2
Debiti finanziari a medio lungo termine	30,3	5,4	30,0	5,3
Debiti finanziari a breve termine	24,9	4,5	26,8	4,7
Passività finanziarie correnti per strumenti derivati	-	-	-	-
Passività finanziarie non correnti per strumenti derivati	-	-	-	-
Attività finanziarie per strumenti derivati	(0,5)	(0,1)	(0,7)	(0,1)
Disponibilità e crediti finanziari a breve termine	(26,2)	(4,7)	(24,5)	(4,3)
Indebitamento (disponibilità) finanziario/a netto/a (1)	28,5	5,1	31,6	5,6
Debiti finanziari per leasing ex IFRS 16	137,8	24,7	142,8	25,2
Totale fonti finanziarie	556,8	100,0	566,8	100,0

(1) Per la definizione di Posizione Finanziaria Netta del Gruppo o Indebitamento finanziario/a netto/a si rinvia al paragrafo "Indicatori alternativi di performance" del presente Resoconto Intermedio di Gestione.

Il capitale investito netto è pari a 556,8 milioni e presenta un decremento di 10 milioni rispetto al 31 dicembre 2022, riconducibile principalmente all'attivo immobilizzato netto, che si decrementa di 7 milioni e alla variazione del capitale d'esercizio (-3,1 milioni).

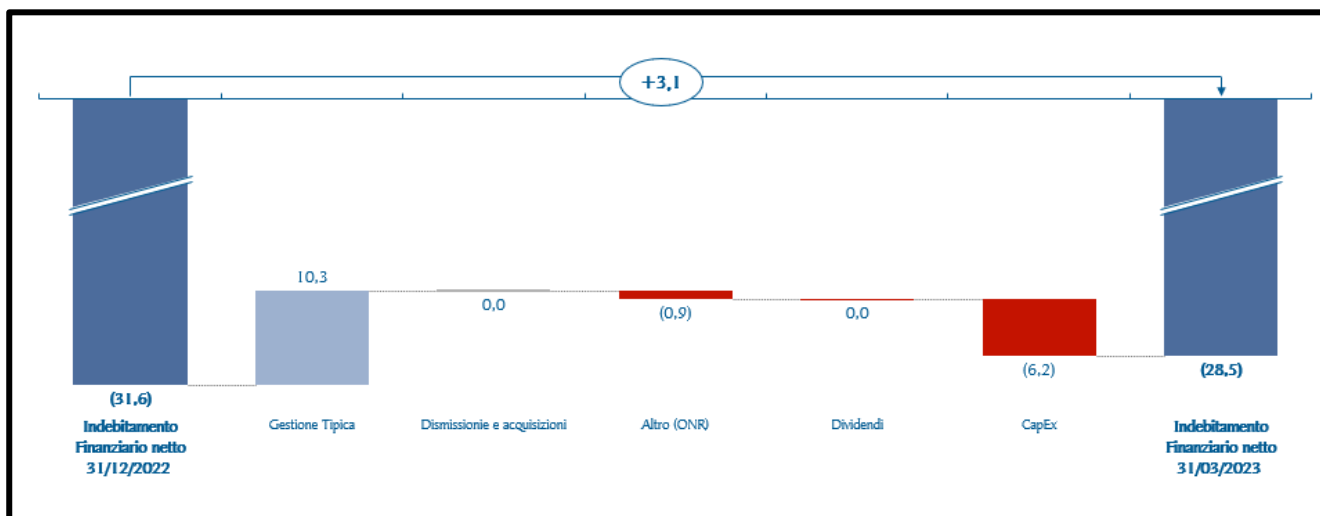
L'attivo immobilizzato netto passa da 730,3 milioni al 31 dicembre 2022 a 723,3 milioni al 31 marzo 2023, principalmente per effetto degli ammortamenti del periodo.

Il capitale d'esercizio passa da -26,4 milioni al 31 dicembre 2022 a -29,5 milioni al 31 marzo 2023, per effetto principalmente di minori crediti commerciali (-21,8 milioni), per dinamica stagionale e della variazione delle altre attività e passività nette (+19,1 milioni).

Il patrimonio netto è pari a 390,5 milioni (392,4 milioni al 31 dicembre 2022). La variazione è essenzialmente riconducibile al risultato netto del periodo.

La posizione finanziaria netta al 31 marzo 2023 è negativa per 28,5 milioni in miglioramento di 3,1 milioni rispetto al 31 dicembre 2022 (negativa per 31,6 milioni). La variazione è principalmente determinata dall'apporto positivo della gestione tipica, compensato parzialmente dagli esborsi per investimenti e, in minor misura, per gli oneri non ricorrenti del periodo.

Di seguito si espongono le sopra-commentate variazioni della posizione finanziaria netta:



Fonte: *Management reporting*

La posizione finanziaria netta è definita 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 137,8 milioni al 31 marzo 2023, ammonta a 166,3 milioni, in riduzione di 8,1 milioni rispetto al dato del 31 dicembre 2022 (174,4 milioni).

FATTI DI RILIEVO DEL PRIMO TRIMESTRE

In data 21 marzo 2023 il Consiglio di Amministrazione di RCS MediaGroup S.p.A. ha esaminato e approvato i risultati al 31 dicembre 2022.

FATTI DI RILIEVO SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PRIMO TRIMESTRE

L’Assemblea degli Azionisti dell’8 maggio 2023 ha:

- approvato il bilancio d’esercizio al 31 dicembre 2022, nonché la distribuzione di un dividendo di euro 0,06 per azione, al lordo delle ritenute di legge, con stacco della cedola n. 5 il 22 maggio 2023 e valuta 24 maggio 2023 (*record date* il 23 maggio 2023);
- approvato la Politica di Remunerazione per l’esercizio 2023 contenuta nella Sezione Prima della Relazione sulla Remunerazione redatta ai sensi dell’articolo 123-ter del D. Lgs. n. 58/1998 e delle relative disposizioni attuative emanate da Consob;
- espresso parere favorevole sulla Sezione Seconda della Relazione sulle Remunerazione;
- approvato la proposta di autorizzazione all’acquisto e disposizione di azioni proprie ai sensi degli artt. 2357 e seguenti del Codice civile.

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

L'inizio del 2023 si è caratterizzato per il perdurare del conflitto in Ucraina, con le sue conseguenze, anche in termini di sanzioni economiche applicate alla Russia e di impatti sull'economia e gli scambi, determinando una situazione di generale significativa incertezza e un 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.

Tale contesto ha accentuato nel 2022 le spinte inflattive e la dinamica crescente dei costi di diversi fattori di produzione già in corso dal 2021.

Con riferimento al Gruppo, tale contesto economico ha avuto 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.

Peraltro, nel corso del primo trimestre 2023 i costi di energia e gas, dopo la forte volatilità e gli incrementi registrati nel 2022, sono progressivamente tornati a valori sostanzialmente in linea con quelli di fine estate 2021 ed anche il costo della carta è, al momento, in riduzione rispetto ai valori del 2022 con effetti che impatteranno positivamente il conto economico a partire principalmente dal secondo semestre 2023, in considerazione anche dei tempi di rotazione delle scorte esistenti.

Anche nel corso dei primi mesi del 2023, il Gruppo con la sua offerta informativa è venuto 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, hanno svolto un ruolo centrale nell'informazione e nel racconto di questi anni, 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 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 e durata del conflitto in Ucraina e dei suoi effetti geopolitici e dall'efficacia delle misure pubbliche, anche economiche e/o monetarie, che sono state e saranno implementate.

In considerazione delle azioni già messe in atto e di quelle previste, in assenza di un peggioramento delle conseguenze riconducibili alla prosecuzione del conflitto in Ucraina e/o della dinamica dei costi, il Gruppo ritiene che sia possibile confermare l'obiettivo di conseguire nel 2023 margini (EBITDA) fortemente positivi, in crescita rispetto a quelli realizzati nel 2022 e di proseguire con un'ulteriore generazione di cassa dalla gestione operativa.

L'evoluzione del conflitto in corso e della situazione generale dell'economia e dei settori di riferimento potrebbe tuttavia condizionare il pieno raggiungimento di questi obiettivi.

Milano, 12 maggio 2023

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 31 marzo 2023 corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Milano, 12 maggio 2023

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