



Comunicato Stampa: Consiglio di Amministrazione di RCS MediaGroup

Approvati i risultati al 30 settembre 2020¹

EBITDA, EBIT e Risultato Netto del terzo trimestre superiori rispetto a quelli del pari periodo 2019, grazie alle azioni implementate per il sostegno e lo sviluppo dei ricavi e per il contenimento dei costi.

Corriere della Sera primo quotidiano italiano in edicola e online con 29,1 milioni di utenti unici medi mensili nei primi otto mesi del 2020 con una *customer base* digitale totale attiva a fine settembre pari a circa 285 mila abbonamenti (+78% rispetto al pari periodo 2019).

I ricavi digitali hanno raggiunto un'incidenza del 22% sui ricavi complessivi (17,2% al 30 settembre 2019). 42% l'incidenza della raccolta pubblicitaria sui mezzi *on-line*.

EBITDA dei primi nove mesi 2020 pari a 27,7 milioni, impattato da oneri non ricorrenti netti per 4,6 milioni.

Indebitamento Finanziario Netto a 106 milioni, -25,8 milioni rispetto a fine 2019.

Milano, 9 novembre 2020 – Il Consiglio di Amministrazione di RCS MediaGroup S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il Resoconto Intermedio di Gestione al 30 settembre 2020.

Dati Economici Gennaio-Settembre (Milioni di Euro)	30/09/2020	30/09/2019
Ricavi consolidati	493,7	673,9
EBITDA	27,7	102,4
EBIT	(8,0)	64,5
Risultato netto	(7,6)	40,7

Dati Economici Terzo Trimestre (Milioni di Euro)	3° Trimestre 2020	3° Trimestre 2019
Ricavi consolidati	174,2	198,4
EBITDA	20,6	18,2
EBIT	8,8	6,1
Risultato netto	4,4	2,3

¹ Per le definizioni di *EBITDA*, *EBIT*, *Indebitamento finanziario netto* e *Indebitamento finanziario netto complessivo*, si rinvia al paragrafo "Indicatori alternativi di performance" del presente Comunicato Stampa.



Dati Patrimoniali (Milioni di Euro)	30/09/2020	31/12/2019
Indebitamento finanziario netto ¹	106,0	131,8

Andamento del Gruppo

Nei primi nove mesi del 2020, ed in particolare nel primo semestre dell'esercizio, i risultati del Gruppo sono stati impattati dalla diffusione del Coronavirus e dalle conseguenti misure restrittive per il suo contenimento poste in essere da fine febbraio da parte delle autorità pubbliche dei paesi interessati.

Nell'ambito dell'attività relativa alla organizzazione di eventi sportivi, sono state rinviate le gare ciclistiche e la *Milano Marathon* ed alcuni *mass event* che erano in programma nel primo semestre 2020. RCS è riuscita a ricollocare all'interno del calendario ciclistico internazionale 2020, e a disputare, le *Strade Bianche* (1° agosto 2020) la *Milano Sanremo* (8 agosto 2020) *Il Lombardia* (15 agosto), la *Tirreno Adriatico* (7-14 settembre 2020) e il *Giro d'Italia* (3-25 ottobre 2020). Tra gli eventi inizialmente programmati nel primo semestre la *Milano Marathon* e gli altri *mass event* sono rinviati al 2021.

In Italia, nel mese di maggio è iniziata la cosiddetta Fase 2 e in giugno la cosiddetta Fase 3, che hanno comportato una progressiva riduzione delle misure di contenimento della Fase 1 (*lockdown*), con la riapertura delle attività produttive e industriali e dei ristoranti, bar, ed attività commerciali, turistiche e di intrattenimento. In Spagna un analogo percorso di graduale riapertura si è avviato con un differimento temporale di alcune settimane.

Dal 20 giugno, dopo uno stop di tre mesi, è ripreso in Italia anche il Campionato di calcio di Serie A. Parallelamente nello stesso periodo sono sostanzialmente ripartiti i principali campionati nazionali europei, tra i quali anche la Liga spagnola. In generale la ripresa dello sport giocato ha avuto e sta avendo un effetto positivo sulla diffusione de *La Gazzetta dello Sport* e di *Marca*.

Il contenimento dei contagi, che ha caratterizzato la fine del primo semestre e parte del terzo trimestre, ha determinato un progressivo miglioramento della situazione, che ha iniziato a manifestare effetti positivi a livello economico in generale e sulle attività del Gruppo.

Nel terzo trimestre 2020, grazie alle azioni implementate per il sostegno e lo sviluppo dei ricavi, così come per il contenimento dei costi, il Gruppo è riuscito a conseguire un margine operativo lordo (EBITDA), risultato operativo (EBIT) e risultato netto in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo 2019, confermando le aspettative comunicate a fine luglio 2020. Si ricorda che il Gruppo presenta un andamento stagionale delle attività che penalizza normalmente i risultati del primo e terzo trimestre dell'anno. In Italia, nel trimestre la raccolta pubblicitaria è stata sostanzialmente in linea con quella del trimestre analogo del 2019, con la raccolta pubblicitaria *on-line in crescita* del 31% rispetto allo stesso periodo del 2019. Complessivamente, a livello di Gruppo nel trimestre i ricavi digitali sono in crescita del 9% rispetto al terzo trimestre 2019.

Si riporta nella tabella a seguire l'andamento di ricavi ed EBITDA del terzo trimestre 2020 delle singole aree di attività, confrontati con quelli del terzo trimestre 2019.



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

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

I **ricavi netti consolidati** di Gruppo al 30 settembre 2020 si attestano a 493,7 milioni, rispetto ai 673,9 milioni del corrispondente periodo del 2019. Alla flessione di 180,2 milioni hanno contribuito in misura significativa la mancata realizzazione nei primi nove mesi di alcuni eventi sportivi e non sportivi (-53,8 milioni tra ricavi diversi e pubblicitari), tra i quali il *Giro d'Italia* (realizzato in ottobre) e la *Milano Marathon* e alcuni *mass events* differiti all'esercizio 2021, il calo delle diffusioni dei quotidiani sportivi (-36,7 milioni), che hanno risentito della sospensione dello sport "giocato" ed il calo della raccolta pubblicitaria (-61,6 milioni al netto di quanto già considerato per gli eventi). I ricavi digitali, che ammontano nel complesso a circa 108,6 milioni, hanno raggiunto un'incidenza del 22% sui ricavi complessivi (17,2% al 30 settembre 2019).

I **ricavi pubblicitari** sono pari a 184,9 milioni (267,9 milioni dei primi nove mesi del 2019), con una flessione originata essenzialmente dagli effetti sul mercato pubblicitario determinati dall'emergenza sanitaria e dal differimento di alcuni eventi, sportivi e non. La flessione dei ricavi pubblicitari è riconducibile principalmente a Unidad Editorial (-29,9 milioni), a Eventi Sportivi (-21,4 milioni), a Quotidiani Italia (-21,2 milioni) e a Periodici Italia (-10,9 milioni). La raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi *on-line* si attesta, nei primi nove mesi 2020, a 78,1 milioni, raggiungendo una incidenza del 42% (33% nel pari periodo 2019) sul totale ricavi pubblicitari. In particolare, in Spagna la raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi *on-line* ha raggiunto un peso pari ad oltre il 59% del totale dei ricavi pubblicitari netti dell'area (52% al 30 settembre 2019).

I **ricavi editoriali** sono pari a 256,3 milioni (306 milioni nei primi nove mesi del 2019). La flessione è dovuta essenzialmente al calo dei ricavi editoriali de *La Gazzetta dello Sport* (-26,4 milioni) in seguito alla sospensione degli eventi sportivi nel periodo di *lockdown* e al decremento dei ricavi editoriali di Unidad Editorial per l'andamento delle diffusioni, solo in parte compensato dal buon andamento dei ricavi digitali. Anche i ricavi editoriali di Periodici registrano una flessione, mentre quelli di *Corriere della Sera* sono complessivamente in crescita sia per l'effetto trainante dei ricavi digitali sia per il buon andamento dei collaterali. Entrambi i quotidiani italiani confermano ad agosto 2020 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato.

Anche in Spagna, i quotidiani *Marca* e *Expansión* confermano a settembre 2020 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: OJD).



I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS, con i *brand Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* che si attestano nel periodo gennaio-agosto 2020 rispettivamente a 29,1 milioni e a 13,9 milioni di utenti unici medi al mese e rispettivamente a 4,4 milioni e 2,2 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audiweb 2.0). Anche per la Spagna i principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di Unidad Editorial, con *elmundo.es*, *marca.com* ed *expansión.com* che si attestano a fine settembre 2020 rispettivamente a 23 milioni, 17 milioni e 7 milioni di utenti unici medi mensili (Fonte: Comscore), in crescita rispettivamente del 13,1%, del 4% e del 12,6% rispetto al pari periodo 2019. Durante il mese di settembre, *El Mundo* ha superato i 50 mila abbonamenti digitali e ha raggiunto la leadership *on-line* in Spagna con 24,6 milioni di utenti unici (Fonte: Comscore).

I **ricavi diversi** ammontano a 52,5 milioni (100 milioni nei primi nove mesi del 2019). La variazione è riconducibile a minor ricavi conseguiti dal settore Pubblicità e Sport (-29,9 milioni) principalmente per effetto del descritto differimento temporale di alcuni eventi sportivi, a minori ricavi di Unidad Editorial (-14,9 milioni) anche per il deconsolidamento della società Last Lap (-9,3 milioni) e per la diminuzione dei ricavi delle scommesse sportive (*Marca Apuestas*), conseguenza della già commentata mancanza di eventi sportivi nel periodo. Il decremento dei ricavi diversi dell'area Periodici Italia (-2,9 milioni rispetto al pari periodo 2019) è sostanzialmente riferito al *Sistema Infanzia* per la sospensione delle *Fiere* e di alcune attività di *direct marketing*.

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

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

In Italia, limitandosi alle principali iniziative, il 13 febbraio è nata l'App de "*La Lettura*", nel mese di marzo è stato lanciato il nuovo sito *CheAutoCompro.it*, il 7 aprile è nato "*Professionisti*", un nuovo canale dedicato al mondo degli ordini professionali e delle partite IVA. Nel mese di maggio la proposta di eventi di RCS è stata trasformata e reinventata con la nascita di "*Digilive*", una piazza virtuale per la realizzazione di eventi digitali (tra cui i principali realizzati *Cook@Home*, "*Pianeta 2020*", "*Civil Week Lab*"). Il 10 giugno *Corriere Innovazione* ha presentato una nuova versione *on-line*, introducendo anche "*Innovazione TV*", un canale capace di ospitare fino a 200 video, in particolare i "*digital lunch*". Il 3 luglio è stata lanciata la nuova app de *La Gazzetta dello Sport* che propone l'offerta editoriale presente sul sito di *Gazzetta*. Il 29 settembre è stata rilasciata una nuova App del *Giro d'Italia*, disponibile in quattro lingue, che permette di seguire la corsa in tempo reale su tablet e telefonini. Nel mese di settembre, ha avuto luogo la settima edizione dell'evento "*Il tempo delle donne*", dal titolo "*RiGenerazioni*", con la possibilità di partecipare direttamente agli incontri, con un numero di posti limitato dalla attuale situazione, o di seguirli in streaming su *corriere.it* e su *iltempodelledonne.it*. L'evento ha avuto grande successo, registrando il tutto esaurito in Triennale Milano e oltre 12 milioni di *view on-line*.

Nel mese di ottobre si è tenuta la terza edizione del "*Festival dello Sport*", completamente digitale.



Quest'anno, per una attenzione verso l'emergenza sanitaria, incontri, talk show, interviste e camp sono stati fruibili senza limiti attraverso la piattaforma digitale *Digilive*.

In Spagna, limitandosi alle principali iniziative, il 21 febbraio 2020 è stato presentato *Marca Coches y motos*, nuovo portale dedicato al mondo dei motori; il 15 marzo 2020 *El Mundo* ha lanciato una nuova offerta editoriale per l'uscita domenicale, il 18 marzo 2020 *Expansión* ha lanciato il proprio modello a pagamento digitale, simile a quanto fatto per *El Mundo* alla fine del 2019 (modello *freemium*). Nei mesi di aprile, maggio e giugno l'area Salud è risultata fondamentale per coprire l'informazione relativa alla pandemia COVID19. Durante il periodo di emergenza sanitaria, *Marca.com* ha realizzato una serie di tornei ed eventi legati al mondo dello sport, con streaming in diretta su *marca.com*. In ottobre si è tenuto il primo *Foro Economico Internazionale* di *Espansión*, realizzato in collaborazione con lo Studio Ambrosetti, che ha affrontato temi legati all'attuale situazione macroeconomica nazionale ed internazionale.

Si riporta nella tabella a seguire l'andamento di ricavi ed EBITDA delle singole aree di attività.

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

Le attività di sviluppo ed arricchimento dell'offerta editoriale sono state affiancate da interventi straordinari sui costi effettuati per adeguare tempestivamente l'organizzazione aziendale al mutato contesto. I benefici di tali azioni di contenimento dei costi nei primi nove mesi del 2020 ammontano a circa 49,9 milioni, di cui 27,9 milioni in Italia e 22 milioni in Spagna.

Come prima misura di reazione all'emergenza sanitaria, il Gruppo si è organizzato per poter proseguire in sicurezza le sue attività, e minimizzare gli impatti in termini di salute e sicurezza sul lavoro. E' stato avviato un piano generale di *smart working*, che è proseguito con diverse modalità nel corso dei nove mesi ed è tutt'ora attivo, promuovendo il più possibile il lavoro agile a distanza per la popolazione dei dipendenti e utilizzando criteri di presidio a rotazione delle aree essenziali, quali le direzioni e redazioni dei quotidiani. Con gradualità si è gestita anche l'alternanza tra lavoratori in presenza e lavoratori a distanza.

In tale contesto sono stati implementati interventi su tutte le voci di costo. L'analisi, condotta secondo una logica costi/benefici e con un approccio "zero base" ha riguardato tutte le tipologie di costo ed i processi aziendali.

Il risultato operativo (EBIT) nei nove mesi è negativo per 8 milioni (+64,5 milioni nei primi nove mesi del 2019) ed evidenzia un decremento determinato dall'andamento dell'EBITDA, in parte compensato da minori ammortamenti per 2,2 milioni. L'**EBIT** del **terzo trimestre** è positivo e pari a 8,8 milioni (+6,1 milioni nel terzo trimestre 2019). La variazione positiva riflette principalmente l'incremento dell'EBITDA del terzo trimestre.



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

L'**indebitamento finanziario netto** si attesta a 106 milioni e registra un decremento rispetto al 31 dicembre 2019 di 25,8 milioni, confermando il trend in continuo miglioramento. I flussi di cassa positivi della gestione tipica (pari a 31,6 milioni) e gli effetti positivi della cessione di Last Lap (+ 4 milioni) hanno più che compensato gli esborsi per investimenti tecnici effettuati nei primi nove mesi dell'anno (9,9 milioni).

L'**indebitamento finanziario netto complessivo**, che comprende anche debiti finanziari per leasing ex IFRS 16 (principalmente locazioni di immobili), per complessivi 160 milioni al 30 settembre 2020, ammonta a 266 milioni (307,1 milioni al 31 dicembre 2019).

Evoluzione prevedibile della Gestione

Nei primi nove mesi del 2020, ed in particolare nel primo semestre dell'esercizio, i risultati del Gruppo sono stati impattati dalla diffusione del Coronavirus e dalle conseguenti misure restrittive per il suo contenimento poste in essere da fine febbraio da parte delle autorità pubbliche dei paesi interessati.

L'emergenza sanitaria, oltre al grave impatto sociale, ha avuto e sta avendo ripercussioni sull'organizzazione e i tempi del lavoro, sull'attività del Gruppo e sull'andamento dell'economia, determinando un contesto di generale forte incertezza.

Nel corso del 2020, il Gruppo ha sempre mantenuto "accesa" tutta la sua offerta informativa venendo incontro al crescente bisogno del pubblico di essere informato, garantendo un servizio puntuale ai propri spettatori e lettori e a tutte le edicole italiane. Le edizioni quotidiane del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport* in Italia e di *El Mundo*, *Marca* ed *Expansion* in Spagna, i periodici e le piattaforme web e social del Gruppo, stanno svolgendo un ruolo centrale nell'informazione e nel racconto di questo difficile momento, mettendo al centro la propria vocazione di servizio pubblico, imparziale e puntuale e affermandosi come attori autorevoli dell'informazione quotidiana, cartacea e *on-line*, con traffico digitale in crescita significativa, in particolare per il *brand Corriere della Sera* che nel periodo gennaio-agosto 2020 ha registrato 29,1 milioni di utenti unici medi al mese, rispetto ai 21,3 milioni del pari periodo 2019 e 4,5 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese, rispetto ai 2,5 milioni del pari periodo 2019 (Fonte: Audiweb 2.0). Anche la *customer base* digitale totale attiva per il *Corriere della Sera*, che ha raggiunto circa 285 mila abbonamenti è in forte crescita (+78%), rispetto a settembre 2019. In Spagna, in settembre *Elmundo.es* è risultato leader dell'informazione *online* con 24,6 milioni di utenti unici (Fonte: Comscore) e durante il mese di settembre *El Mundo* ha quasi raggiunto i 51 mila abbonamenti digitali.

In Italia, nel mese di maggio in Italia è iniziata la cosiddetta Fase 2 e in giugno la cosiddetta Fase 3, che hanno comportato una progressiva riduzione delle misure di contenimento della Fase 1 (*lockdown*), con la progressiva riapertura delle attività produttive e industriali e dei ristoranti, bar, ed attività commerciali, turistiche e di intrattenimento. In Spagna un analogo percorso di graduale riapertura si è avviato con un differimento temporale di alcune settimane.



Dal 20 giugno, dopo uno stop di tre mesi, è ripreso in Italia anche il Campionato di calcio di Serie A. Parallelamente nello stesso periodo sono sostanzialmente ripartiti i principali campionati nazionali europei, tra i quali anche la Liga spagnola. In generale la ripresa dello sport giocato ha avuto e sta avendo un effetto positivo sulla diffusione de *La Gazzetta dello Sport* e di *Marca*.

Nell'ambito dell'attività relativa alla organizzazione di eventi sportivi, RCS Sport è riuscita a ricollocare all'interno del calendario ciclistico internazionale 2020, e a disputare, le *Strade Bianche* (1° agosto 2020) la *Milano Sanremo* (8 agosto 2020) *Il Lombardia* (15 agosto), la *Tirreno Adriatico* (7-14 settembre 2020) e il *Giro d'Italia* (3-25 ottobre 2020).

Il contenimento dei contagi, che ha caratterizzato la fine del primo semestre e parte del terzo trimestre, ha determinato un progressivo miglioramento della situazione, che ha iniziato a manifestare effetti positivi a livello economico in generale e sulle attività del Gruppo.

Nel terzo trimestre 2020, grazie alle azioni implementate per il sostegno e lo sviluppo dei ricavi, così come per il contenimento dei costi, il Gruppo è riuscito a conseguire un margine operativo lordo, risultato operativo e risultato netto in crescita rispetto a quelli realizzati nel pari periodo 2019, confermando le aspettative comunicate a fine luglio 2020.

Nel mese di ottobre RCS è riuscita a portare a termine con un importante sforzo organizzativo il *Giro d'Italia*, con l'arrivo a Milano il 25 ottobre e a conseguire risultati in linea con le aspettative.

Già dal mese di agosto in Spagna si è però registrata una ripresa del numero di casi di Coronavirus, con focolai inizialmente concentrati in Catalogna, Aragon e Paesi Baschi. A settembre la situazione si è ulteriormente aggravata, portando le comunità locali (regioni) a reintrodurre misure restrittive, quali la chiusura anticipata di alcune attività. L'evolversi della situazione emergenziale a fine ottobre ha portato il Governo a ripristinare lo stato di allerta e a limitare la mobilità nelle ore notturne e tra le regioni, introducendo ulteriori restrizioni alle attività commerciali.

Anche in Italia a partire dal mese di ottobre la curva del contagio ha ripreso a crescere, inducendo il Governo a limitare le attività ricreative e di ristorazione, negli orari di apertura e nelle modalità di esercizio, e gli sport amatoriali, nonché ad incentivare ulteriormente lo smart working ed il ricorso a forme flessibili e/o a distanza per l'organizzazione dell'attività didattica. Sono state poi adottate misure ancor più restrittive, da ultimo differenziate per zone di rischio (rossa, arancione, gialla), definite sulla base di una serie di indicatori in base ai quali vengono classificate le diverse regioni. Per le zone rosse le misure prevedono, tra l'altro, forti limitazioni agli spostamenti, salvo per comprovate esigenze, e la chiusura di bar, ristoranti e numerose categorie di attività commerciali.

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

Lo sviluppo della situazione e i suoi potenziali effetti sulla evoluzione della gestione, che saranno oggetto di costante monitoraggio nel prosieguo dell'esercizio, non sono al momento ancora prevedibili in quanto dipendono, tra l'altro, dall'evoluzione dell'emergenza sanitaria così come dagli effetti delle misure pubbliche, anche economiche, nel frattempo implementate, e di prossima attuazione.



In ogni caso, il Gruppo ritiene di disporre di leve gestionali adeguate per contrastare gli effetti dell'emergenza sanitaria nel 2020 e confermare quindi le prospettive di medio-lungo periodo del Gruppo.

In considerazione delle azioni già messe in atto e di quelle previste, in assenza di un inasprimento delle misure per il contenimento del contagio, prolungamento della loro durata, o significativo ampliamento delle regioni classificate nelle più alte fasce di rischio, RCS ritiene che sia possibile confermare l'obiettivo di conseguire nel secondo semestre 2020 livelli di margini (EBITDA) in linea con quelli realizzati nel pari periodo 2019.

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

Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti societari, Roberto Bonalumi, dichiara ai sensi del comma 2 art. 154-bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

RCS MediaGroup è uno dei principali gruppi editoriali multimediali attivo principalmente in Italia e in Spagna in tutti i settori dell'editoria, dai quotidiani ai periodici, dal digitale ai libri, dalla tv ai new media, alla formazione, oltre ad essere tra i principali operatori nel mercato della raccolta pubblicitaria e a organizzare eventi iconici e format sportivi di primaria importanza, come il Giro d'Italia. Il Gruppo RCS pubblica i quotidiani *Corriere della Sera*, *La Gazzetta dello Sport*, *El Mundo*, *Marca* e *Expansion*, oltre a numerosi periodici di cui i principali *Oggi*, *Amica*, *Io Donna*, *7*, *Yo Dona* e *Telva*.

Per ulteriori informazioni:

RCS MediaGroup - Investor Relations

Tiziana Magnavacca +39 02 2584 7877 - Investor.Relations@rcs.it - www.rcsmediagroup.it

Gruppo RCS MediaGroup

Conto economico consolidato riclassificato

(Dati non oggetto di verifica da parte della società di revisione)

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

- (1) I ricavi diversi accolgono prevalentemente i ricavi per attività televisive, per l'organizzazione di eventi e manifestazioni, per attività di vendita di liste clienti e di cofanetti, nonché per le attività di scommesse in Spagna.
- (2) Per le definizioni di EBITDA ed EBIT si rinvia al paragrafo "Indicatori alternativi di performance" del presente Comunicato

Gruppo RCS MediaGroup

Stato patrimoniale consolidato riclassificato (1)

(Dati non oggetto di verifica da parte della società di revisione)

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

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



Indicatori alternativi di performance

Al fine di consentire una migliore valutazione dell'andamento della gestione economico-finanziaria del Gruppo RCS, in aggiunta agli indicatori finanziari convenzionali previsti dagli IFRS vengono presentati alcuni **indicatori alternativi di performance** che non devono, comunque, essere considerati sostitutivi di quelli convenzionali previsti dagli IFRS. Di seguito sono forniti, in linea con la raccomandazione CESR/05-178b pubblicata il 3 novembre 2005, i criteri utilizzati per la costruzione dei principali indicatori alternativi di performance che il management ritiene utili al fine del monitoraggio dell'andamento del Gruppo.

EBITDA: corrisponde al risultato operativo ante ammortamenti e svalutazioni delle immobilizzazioni. Comprende proventi ed oneri da partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto in quanto le società collegate e *joint ventures* detenute sono considerate di natura operativa rispetto all'attività del Gruppo RCS. Tale indicatore è utilizzato dal Gruppo RCS come target per il controllo di gestione interno e nelle presentazioni esterne (agli analisti e agli investitori) e rappresenta una unità di misura per la valutazione delle performance operative del Gruppo RCS.

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

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

Posizione Finanziaria Netta (o indebitamento finanziario netto): rappresenta un valido indicatore della struttura finanziaria del Gruppo RCS. E' 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 iscritti in bilancio ex IFRS 16.

Posizione Finanziaria Netta (o indebitamento finanziario netto) complessiva/o comprende anche le passività finanziarie relative ai leasing iscritti in bilancio ex IFRS 16.



Press Release: Meeting of the Board of Directors of RCS MediaGroup

Results at 30 September 2020 approved¹

EBITDA, EBIT and Net Result in third quarter higher than in same period of 2019, thanks to the actions taken to support and develop revenue and to contain costs.

Corriere della Sera is the leading Italian daily newspaper on newsstands and online with 29.1 million average monthly unique users in first eight months 2020, with a total active digital customer base at end September of approximately 285 thousand subscriptions (+78% versus same period of 2019).

Digital revenue represents 22% of total revenue (17.2% at 30 September 2019). Advertising sales on online media make for 42%.

EBITDA in first nine months 2020 at € 27.7 million, impacted by net non-recurring expense of € 4.6 million.

Net financial debt of € 106 million, € -25.8 million versus end 2019.

Milan, 9 November 2020 – The Board of Directors of RCS MediaGroup S.p.A. met today and reviewed and approved the Interim Management Statement at 30 September 2020.

Income statement figures January-September (€ millions)	30/09/2020	30/09/2019
Consolidated revenue	493.7	673.9
EBITDA	27.7	102.4
EBIT	(8.0)	64.5
Net result	(7.6)	40.7

Income statement figures third quarter (€ millions)	3° quarter 2020	3° quarter 2019
Consolidated revenue	174.2	198.4
EBITDA	20.6	18.2
EBIT	8.8	6.1
Net result	4.4	2.3

¹ For the definitions of *EBITDA*, *EBIT*, *net financial debt* and *total net financial debt*, reference should be made to the section "Alternative performance measures" in this Press Release.



Statement of financial position (€ millions)	30/09/2020	31/12/2019
Net financial debt ¹	106.0	131.8

Group performance

In first nine months 2020, in particular in the first half of the year, the Group's results were impacted by the spread of the Coronavirus and the ensuing restrictions for its containment adopted since end February by the governments of all the countries involved.

As part of the activities relating to the organization of sporting events, the cycle races and the *Milano Marathon* and a number of mass events, scheduled for the first half of 2020, have been postponed. RCS was able to put the *Strade Bianche* (1 August 2020), *Milano Sanremo* (8 August 2020), *Il Lombardia* (15 August), *Tirreno Adriatico* (7-14 September 2020) and *Giro d'Italia* (3-25 October 2020) back on the 2020 international cycling calendar. Among the events initially scheduled in the first half of the year, the *Milano Marathon* and the other mass events have been postponed to 2021.

In Italy, the month of May marked the start of the so-called Phase 2, followed in June by Phase 3, which resulted in a gradual easing of the containment measures of Phase 1 (lockdown), with the reopening of production and industrial activities and of restaurants, bars, retail, tourist and entertainment activities. Spain gradually reopened too, only with a time lag of several weeks.

On 20 June, after a three-month stoppage, the Serie A football championship returned to the pitch, followed in the same period by the main European national championships, including the Spanish Liga. Broadly speaking, the resumption of played sport has had and is having a beneficial impact on the circulation of *La Gazzetta dello Sport* and of *Marca*.

The containment of infections, which marked the end of the first semester and part of the third quarter, has led to a gradual improvement in the situation, which has started to show positive effects on the economy in general and on the Group's activities.

In third quarter 2020, thanks to the actions taken to support and develop revenue, as well as to contain costs, the Group's gross operating profit (EBITDA), operating profit (EBIT) and net result were on the rise versus the figures recorded in the same period of 2019, confirming the expectations disclosed at end July 2020. Mention should be made that the Group's seasonality factors generally impact on the results of the first and third quarters of the year. In Italy, advertising sales in the quarter were in line all in all with the same quarter of 2019, with online advertising sales up by 31% versus the same period of 2019. At Group level, digital revenue grew by an overall 9% in the quarter versus third quarter 2019.

The table below shows the trend in revenue and EBITDA of third quarter 2020 in each business area, versus the figures of third quarter 2019.



(€ millions)	3° QUARTER 2020			3° QUARTER 2019		
	Revenue	EBITDA	% of revenue	Revenue	EBITDA	% of revenue
Newspapers Italy	95.8	13.7	14.3%	102.9	14.3	13.9%
Magazines Italy	17.1	1.3	7.6%	21.2	2.3	10.8%
Advertising and Sport	48.4	(2.1)	(4.3)%	45.2	(1.6)	(3.5)%
Unidad Editorial	46.0	5.3	11.5%	64.4	3.7	5.7%
Other Corporate Activities	8.8	2.4	27.3%	8.1	(0.5)	(6.2)%
Other and eliminations	(41.9)	-	n.s.	(43.4)	-	n.s.
Consolidated	174.2	20.6	11.8%	198.4	18.2	9.2%

In first nine months 2020, amid the uncertainty brought by the health emergency, with the main relevant markets on a downturn, advertising in Italy and Spain in particular, the Group continued to generate positive cash flows, reducing its net financial debt by € 25.8 million, and achieved EBITDA of € 27.7 million, impacted by non-recurring expense of € 4.6 million, which refers mainly to the allocation of provisions for early retirement schemes.

The Group's **consolidated net revenue** at 30 September 2020 amounted to € 493.7 million versus € 673.9 million in the same period of 2019. The downturn of € 180.2 million is explained to a great extent by the absence of a number of sporting and non-sporting events in the first nine months (€ -53.8 million in sundry and advertising revenue), such as the *Giro d'Italia* (held in October) and the *Milano Marathon*, plus a number of mass events postponed to 2021, the lower circulation of sports newspapers (€ -36.7 million), affected by the suspension of "played" sport, and the drop in advertising sales (€ -61.6 million, net of the previous reference to events). Digital revenue, totaling approximately € 108.6 million, made for 22% of total revenue (17.2% at 30 September 2019).

Advertising revenue amounted to € 184.9 million (€ 267.9 million in first nine months 2019), down due mainly to the effects on the advertising market of the health emergency and the postponement of a number of sporting and non-sporting events. The drop in advertising revenue is attributable mainly to Unidad Editorial (€ -29.9 million), Sporting Events (€ -21.4 million), Newspapers Italy (€ -21.2 million) and Magazines Italy (€ -10.9 million). Total advertising sales from online media in first nine months 2020 amounted to € 78.1 million, accounting for 42% (33% in the same period of 2019) of total advertising revenue. Specifically, in Spain, total advertising sales from online media accounted for over 59% of total net advertising revenue in the area (52% at 30 September 2019).

Publishing revenue amounted to € 256.3 million (€ 306 million in first nine months 2019). The drop is due mainly to the decline in *La Gazzetta dello Sport* publishing revenue (€ -26.4 million) following the suspension of sporting events in the lockdown period and the decrease in Unidad Editorial publishing revenue, due to circulation results, only partly offset by the good performance of digital revenue. Magazine publishing revenue also lost ground, while *Corriere della Sera* grew overall due to both the boost from digital revenue and the good performance of add-on sales. Both Italian newspapers retained their circulation leadership in their respective market segments at August 2020.

In Spain too, the dailies *Marca* and *Expansión* retained their circulation leadership in their respective market segments at September 2020 (*OJD*).

The main digital performance indicators confirm the top market position of RCS, with the *Corriere della Sera* and *La Gazzetta dello Sport* brands which, in the period January-August 2020, counted 29.1 million and 13.9 million average monthly unique users and 4.4 million and 2.2 million average



daily unique users respectively (*Audiweb 2.0*). In Spain as well, the main digital performance indicators confirm Unidad Editorial's top market position, with *elmundo.es*, *marca.com* and *expansión.com* reaching 23 million, 17 million and 7 million average monthly unique users at end September 2020 respectively (*Comscore*), up by 13.1%, 4% and 12.6% respectively versus the same period of 2019. In September, *El Mundo* exceeded 50 thousand digital subscriptions and achieved online leadership in Spain with 24.6 million unique users (*Comscore*).

Sundry revenue amounted to € 52.5 million (€ 100 million in first nine months 2019). The change is attributable to lower revenue from Advertising and Sport (€ -29.9 million), due mainly to the mentioned postponement of a number of sporting events, lower revenue from Unidad Editorial (€ -14.9 million), due also to the deconsolidation of Last Lap (€ -9.3 million) and the decrease in sports betting revenue (*Marca Apuestas*), as a result of the previously mentioned lack of sporting events in the period. The drop in sundry revenue in the Magazines Italy area (€ -2.9 million versus the same period of 2019) refers mainly to the *Childhood Segment* due to the suspension of *Trade Fairs* and a number of direct marketing operations.

EBITDA amounted to € 27.7 million (€ 102.4 million in first nine months 2019) impacted by non-recurring expense of € 4.6 million (€ -2.3 million in the same period of 2019, with a difference therefore of € 2.3 million). The decrease in EBITDA refers to the first half of the year (€ -77 million) and is due mainly to the mentioned effects of the postponement of a number of sporting events to the fourth quarter of the year, or to 2021, to the reduction in advertising investments by clients and to the drop in circulation of sports newspapers, affected by the suspension of "played" sport. Non-recurring expense refers mainly to the allocation of provisions for early retirement schemes.

The RCS Group continued its efforts in 2020 to beef up its publishing products on both digital and traditional channels.

In Italy, regarding the main initiatives only, the "*La Lettura*" app was launched on 13 February, March saw the launch of the new *CheAutoCompro.it* website, followed on 7 April by "*Professionisti*", a new channel dedicated to professional associations and VAT-registered self-employed professionals. In May, RCS's events proposition was transformed and reinvented with the birth of "*Digilive*", a virtual square for the creation of digital events (the most noteworthy including *Cook@Home*, "*Pianeta 2020*", "*Civil Week Lab*"). On 10 June, *Corriere Innovazione* presented a new online version, also introducing "*Innovazione TV*", a channel hosting up to 200 videos, in particular the "*digital lunch*". 3 July saw the launch of the new *La Gazzetta dello Sport* app, which mirrors the editorial offer appearing on the *Gazzetta* website. On 29 September, a new *Giro d'Italia* App was released, available in four languages, which allows users to follow the race in real time on tablets and mobile phones. The month of September saw the seventh edition of "*Il tempo delle donne*", entitled "*RiGenerazioni*", with physical attendance of the meetings only for few owing to the current situation, or streamed on *corriere.it* and *iltempodelledonne.it*. The event was a great success, with full house at Triennale Milano and over 12 million online views. October saw the third edition of the "*Festival dello Sport*", in full digital mode. This year, to cast a spotlight on the health emergency, meetings, talk shows, interviews and camps could be accessed with no limits through the *Digilive* digital platform.

In Spain, regarding the main initiatives only, *Marca Coches y motos* was unveiled on 21 February 2020, a new portal dedicated to the world of engines, followed on 15 March 2020 by *El Mundo*'s launch of a new editorial offer for the Sunday release; on 18 March 2020, *Expansión* launched its own digital pay model, similar to *El Mundo*'s at end 2019 (freemium model). In April, May and



June, the *Salud* area was key to delivering information on the COVID-19 pandemic. During the health emergency period, *Marca.com* created a series of sports-related tournaments and events, with live streaming on *marca.com*. October witnessed the first International Economic Forum of *Españón*, held in association with Studio Ambrosetti, which addressed topics relating to the current national and international macroeconomic situation.

The table below shows the trend of revenue and EBITDA in each business area.

(€ millions)	30/09/2020			30/09/2019		
	Revenue	EBITDA	% of revenue	Revenue	EBITDA	% of revenue
Newspapers Italy	265.9	16.7	6.3%	311.4	43.9	14.1%
Magazines Italy	49.6	(0.1)	(0.2)%	63.7	5.1	8.0%
Advertising and Sport	129.9	(3.6)	(2.8)%	208.8	26.1	12.5%
Unidad Editorial	142.3	11.8	8.3%	210.5	28.7	13.6%
Other Corporate Activities	26.4	2.9	11.0%	24.5	(1.4)	(5.7)%
Other and eliminations	(120.4)	-	n.s.	(145.0)	-	n.s.
Consolidated	493.7	27.7	5.6%	673.9	102.4	15.2%

The activities on developing and enhancing the editorial offering were complemented by extraordinary actions taken on costs to promptly adjust the company organization to the changed environment. The benefits of these cost containment actions in first nine months 2020 amount to approximately € 49.9 million, of which € 27.9 million in Italy and € 22 million in Spain.

As a first response measure to the health emergency, the Group has organized itself to be able to continue its activities safely and minimize the impact in terms of health and safety at work. A general smart working plan was launched, which continued in different ways throughout the nine months and is still in place today, encouraging agile remote work as much as possible for the population of employees, rotating control of key areas, such as the departments and editorial offices of the daily newspapers. The rotation of physical and remote workers was also gradually managed. In this context, measures have been implemented on all cost items.

The analysis is conducted based on a cost/benefit logic with a "zero base" approach, which covered all types of costs and business processes.

EBIT in the nine months came to € -8 million (€ +64.5 million in the first nine months of 2019), down due to the performance of EBITDA, partly offset by lower amortization and depreciation of € 2.2 million. **EBIT** in the **third quarter** came to € +8.8 million (€ +6.1 million in third quarter 2019). The positive difference reflects mainly the increase in EBITDA in the third quarter.

The Group's **net loss** in first nine months 2020 amounted to € -7.6 million (€ +40.7 million at 30 September 2019) and virtually reflects the abovementioned trends. The Group's **net profit** in third quarter 2020 amounted to € 4.4 million (€ 2.3 million in third quarter 2019).

Net financial debt stood at € 106 million, down by € 25.8 million versus 31 December 2019, and continuing the trend of improvement. Positive cash flows from ordinary operations (€ 31.6 million) and the positive effects of the sale of Last Lap (€ +4 million) more than offset outlays for capital expenditure in the first nine months of the year (€ 9.9 million).



Total net financial debt, which includes financial payables from leases pursuant to IFRS 16 (mainly property leases), totaling € 160 million at 30 September 2020, amounted to € 266 million (€ 307.1 million at 31 December 2019).

Business outlook

In first nine months 2020, in particular in the first half of the year, the Group's results were impacted by the spread of the Coronavirus and the ensuing restrictions for its containment adopted since end February by the governments of all the countries involved.

The health emergency, and the severe social impact, has had and is having repercussions on the organization and timing of work, on the Group's activities and on economic performance, resulting in a general context of great uncertainty.

During the course of 2020, the Group has constantly kept its information offering "on", meeting the public's growing need to stay informed, ensuring a timely service to its viewers and readers and to all Italian newsstands. The daily editions of *Corriere della Sera* and *La Gazzetta dello Sport* in Italy, and *El Mundo*, *Marca* and *Expansion* in Spain, and the Group's magazines and web and social platforms are playing a pivotal role in informing and reporting on this difficult phase, focusing on their mission as a non-partisan, trustworthy public service, and establishing themselves as authoritative players in daily information, both on paper and online, with a strong growth in digital traffic, particularly for the *Corriere della Sera* brand, which recorded in the period January-August 2020 29.1 million average monthly unique users versus 21.3 million in the same period of 2019 and 4.5 million average daily unique users versus 2.5 million in the same period of 2019 (*Audiweb 2.0*). The total active digital customer base for *Corriere della Sera* too, which reached approximately 285 thousand subscriptions, increased sharply (+78%) versus September 2019. In Spain, in September *Elmundo.es* was the leader in online information with 24.6 million unique users (*Comscore*) and in September *El Mundo* reached almost 51 thousand digital subscriptions.

The month of May marked the start of the so-called Phase 2 in Italy, followed in June by Phase 3, which resulted in a gradual easing of the containment measures of Phase 1 (lockdown), with the gradual reopening of production and industrial activities and of restaurants, bars, retail, tourist and entertainment activities. Spain gradually reopened too, only with a time lag of several weeks.

On 20 June, after a three-month stoppage, the Serie A football championship returned to the pitch, followed in the same period by the main European national championships, including the Spanish Liga. Broadly speaking, the resumption of played sport has had and is having a beneficial impact on the circulation of *La Gazzetta dello Sport* and of *Marca*.

As part of the activities related to the organization of sporting events, RCS Sport was able to put the *Strade Bianche* (1 August 2020), *Milano Sanremo* (8 August 2020), *Il Lombardia* (15 August), *Tirreno Adriatico* (7-14 September 2020) and *Giro d'Italia* (3-25 October 2020) back on the 2020 international cycling calendar.

The containment of infections, which marked the end of the first semester and part of the third quarter, has led to a gradual improvement in the situation, which has started to show positive effects on the economy in general and on the Group's activities.

In third quarter 2020, thanks to the actions taken to support and develop revenues, as well as to



contain costs, the Group's gross operating profit, operating profit and net result were on the rise versus those recorded in the same period of 2019, confirming the expectations disclosed at end July 2020.

In October, RCS managed to complete the *Giro d'Italia* thanks to its great organizational effort, with the finish in Milan on 25 October, and to achieve results in line overall with expectations.

The number of Coronavirus cases, however, has been on the rise in Spain since August, with clusters initially breaking out in Catalonia, Aragon and the Basque Country. In September, the situation worsened even further, leading the local communities (regions) to reintroduce restrictions, such as the early closure of a number of businesses. The developing emergency situation at end October has forced the Government to restore the state of alert and limit movement at nighttime and between regions, introducing further restrictions on retail activities.

In Italy too, starting from October, the infection curve is on the rise again, forcing the Government to reduce opening hours and services of recreational and catering activities, as well as amateur sports, and to further encourage smart working and the use of flexible and/or remote forms for the organization of teaching. Tougher measures have been adopted, which differ by risk zone (red, orange, yellow), designated by a series of indicators that classify the various regions. For red zones, the measures include severe restrictions on travel, except for proven needs, and the shutdown of bars, restaurants and numerous retail categories.

The Group is monitoring developments on a daily basis to minimize the impacts in terms of health and safety in the workplace and on the operating and financial front, by defining and implementing flexible and timely action plans.

The developing situation and the potential effects on the business outlook, which will be constantly monitored in the further course of the year, are unforeseeable at this time as they depend, inter alia, on how the health emergency plays out and on the effects of the public measures, including economic ones, implemented in the meantime and enforced soon.

At any rate, the Group believes it has adequate management levers to counter the impacts of the health emergency in 2020 and thus confirm its medium-long term prospects.

In consideration of the actions already implemented and those planned, in the absence of tighter measures to contain the pandemic, an extension of their duration, or a significant expansion of the regions classified in the highest risk bands, RCS believes it can confirm the target of achieving in the second half of 2020 margin levels (EBITDA) in line with those achieved in the same period of 2019.

Developments in the health emergency, the overall economic climate and the core segments could, however, affect the full achievement of these targets.

Under paragraph 2, Article 154-bis of the Consolidated Finance Law (TUF), Roberto Bonalumi, in his capacity as Financial Reporting Manager, attests that the accounting information contained herein is consistent with the Company's document results, books and accounting records.



RCS MediaGroup is one of the leading multimedia publishing groups, operating primarily in Italy and Spain across all publishing areas, from newspapers to magazines, from digital to books, from TV to new media and training, as well as being one of the top players on the advertising sales market, organizing iconic events and renowned sporting formats such as the Giro d'Italia. The RCS Group publishes the daily newspapers *Corriere della Sera*, *La Gazzetta dello Sport*, *El Mundo*, *Marca* and *Expansion*, as well as numerous magazines, the most popular including *Oggi*, *Amica*, *Io Donna*, *7*, *Yo Dona* and *Telva*.

For further information:

RCS MediaGroup - Investor Relations

Tiziana Magnavacca +39 02 2584 7877 - Investor.Relations@rcs.it - www.rcsmediagroup.it



RCS MediaGroup Reclassified consolidated income statement

(Unaudited figures)

(€ millions)	30 September 2020		30 September 2019		Difference	
	A	%	B	%	A-B	%
Net revenue	493,7	100,0	673,9	100,0	(180,2)	(26,7%)
<i>Publishing revenue</i>	256,3	51,9	306,0	45,4	(49,7)	(16,2%)
<i>Advertising revenue</i>	184,9	37,5	267,9	39,8	(83,0)	(31,0%)
<i>Sundry revenue (1)</i>	52,5	10,6	100,0	14,8	(47,5)	(47,5%)
Operating costs	(276,9)	(56,1)	(368,3)	(54,7)	91,4	24,8%
Personnel expense	(186,0)	(37,7)	(198,0)	(29,4)	12,0	6,1%
Provisions for risks	(1,1)	(0,2)	(2,7)	(0,4)	1,6	59,3%
(Write-down)/write-back of trade and sundry receivables	(1,3)	(0,3)	(2,0)	(0,3)	0,7	35,0%
Income (expense) from equity-accounted investees	(0,7)	(0,1)	(0,5)	(0,1)	(0,2)	(40,0%)
EBITDA (2)	27,7	5,6	102,4	15,2	(74,7)	(72,9%)
Amortization of intangible fixed assets	(11,5)	(2,3)	(11,7)	(1,7)	0,2	
Depreciation of property, plant and equipment	(6,9)	(1,4)	(8,1)	(1,2)	1,2	
Amortization of rights of use on leased assets	(16,9)	(3,4)	(17,7)	(2,6)	0,8	
Depreciation of investment property	(0,4)	(0,1)	(0,4)	(0,1)	0,0	
Other (write-downs)/write-backs of fixed assets	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
EBIT (2)	(8,0)	(1,6)	64,5	9,6	(72,5)	
Financial income (expense)	(8,8)	(1,8)	(12,2)	(1,8)	3,4	
Other income (expense) from financial assets/liabilities	6,0	1,2	0,0	0,0	6,0	
Profit (loss) before tax	(10,8)	(2,2)	52,3	7,8	(63,1)	
Income tax	3,2	0,6	(11,5)	(1,7)	14,7	
Profit (loss) from continuing operations	(7,6)	(1,5)	40,8	6,1	(48,4)	
Profit (loss) from assets held for sale and discontinued operations	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Profit (loss) before non-controlling interests	(7,6)	(1,5)	40,8	6,1	(48,4)	
(Profit) loss pertaining to non-controlling interests	0,0	0,0	(0,1)	(0,0)	0,1	
Profit (loss) for the period attributable to the owners of the parent	(7,6)	(1,5)	40,7	6,0	(48,3)	

- (1) Sundry revenue includes primarily revenue for television activities, the organization of events and exhibitions, sales of customer lists and boxed sets, and for betting activities in Spain.
- (2) For the definitions of EBITDA and EBIT, reference should be made to the section "Alternative Performance Measures" in this Press Release.



RCS MediaGroup

Reclassified consolidated statement of financial position (1)

(Unaudited figures)

	30 September 2020	%	31 December 2019	%
(€ millions)				
Intangible fixed assets	364.3	67.6	363.3	61.8
Property, plant and equipment	56.6	10.5	62.5	10.6
Rights of use on leased assets	145.4	27.0	160.7	27.3
Investment property	19.1	3.5	19.5	3.3
Financial fixed assets and other assets	146.9	27.3	144.7	24.6
Net fixed assets	732.3	135.9	750.7	127.7
Inventory	21.9	4.1	23.3	4.0
Trade receivables	151.5	28.1	206.3	35.1
Trade payables	(179.6)	(33.3)	(198.7)	(33.8)
Other assets/liabilities	(45.3)	(8.4)	(55.7)	(9.5)
Net working capital	(51.5)	(9.6)	(24.8)	(4.2)
Provisions for risks and charges	(50.1)	(9.3)	(46.1)	(7.8)
Deferred tax liabilities	(53.1)	(9.9)	(52.5)	(8.9)
Employee benefits	(38.7)	(7.2)	(39.6)	(6.7)
Net capital employed	538.9	100.0	587.7	100.0
Equity	272.9	50.6	280.6	47.7
Non-current financial payables	81.1	15.0	82.9	14.1
Current financial payables	57.1	10.6	74.6	12.7
Current financial liabilities from derivatives	0.1	0.0	0.2	0.0
Non-current financial liabilities from derivatives	1.1	0.2	1.0	0.2
Financial assets recognized for derivatives	-	-	-	-
Cash and cash equivalents and current financial receivables	(33.4)	(6.2)	(26.9)	(4.6)
Net financial debt (1)	106.0	19.7	131.8	22.4
Financial payables from leases pursuant to IFRS 16	160.0	29.7	175.3	29.8
Total financial sources	538.9	100.0	587.7	100.0

(1) For the definition of Net Financial Debt, reference should be made to the section "Alternative Performance Measures" of this Press Release.



Alternative performance measures

In order to provide a clearer picture of the financial performance of the RCS Group, besides of the conventional financial measures required by IFRS, a number of **alternative performance measures** are shown that should, however, not be considered substitutes of those adopted by IFRS. In accordance with CESR/05-178b recommendation published on 3 November 2005, the methods used for building the main alternative performance measures that Management considers useful for monitoring the Group's performance are shown below.

EBITDA: to be understood as earnings before interest, tax, amortization/depreciation and write-downs on non-current assets. It includes the share of profits and losses from equity-accounted investees, since associates and joint ventures held are considered operational with respect to the activities of the RCS Group. The measure is used by the RCS Group as a target to monitor internal management, and in public presentations (to financial analysts and investors). It serves as a unit of measurement to evaluate the operational performance of the RCS Group.

EBITDA before non-recurring income/expense: to be understood as EBITDA as specified above before components of income (positive and/or negative) deriving from events or transactions, the occurrence of which is non-recurring, or deriving from transactions or events that are unlikely to occur frequently in the normal course of business.

EBIT: to be understood as the Result before tax, gross of "Financial Income (Expense)" and "Other gains (losses) on financial assets/liabilities".

Net Financial Position (or net financial debt): this is a valid measure of the financial structure of the RCS Group. It is calculated as the result of current and non-current financial payables, net of cash and cash equivalents and current financial assets, as well as non-current financial assets from derivative instruments, excluding financial liabilities (current and non-current) from leases recognized in the financial statements pursuant to IFRS 16.

Total Net Financial Position (or total net financial debt) also includes the financial liabilities from leases recorded in the financial statements pursuant to IFRS 16.