



Comunicato Stampa: Consiglio di Amministrazione di RCS MediaGroup

Approvati i risultati al 30 settembre 2021¹

Forte crescita dei risultati rispetto al pari periodo dell'anno precedente: EBITDA pari a 92,1 milioni (27,7 milioni nel 2020), EBIT pari a 56,0 milioni (-8,0 milioni nel 2020) e Risultato Netto pari a 46,6 milioni (-7,6 milioni nel 2020)

L'indebitamento finanziario netto si riduce a 14,8 milioni (59,6 milioni a fine 2020)

I ricavi consolidati pari a 610,0 milioni sono in crescita di 116,3 milioni rispetto ai primi nove mesi 2020 (+23,6%), con i ricavi digitali che rappresentano circa il 23% del totale.

La pubblicità sui mezzi online di RCS nei primi nove mesi dell'anno cresce del 31,5% in Italia e del 45% in Spagna rispetto al pari periodo 2020

Corriere della Sera primo quotidiano italiano in edicola e con una customer base digitale totale attiva a fine settembre 2021 pari a 346 mila abbonamenti. La customer base digitale dei prodotti pay Gazzetta a fine settembre è pari a 78 mila abbonamenti

RCS primo editore online nel mese di agosto 2021 con un dato aggregato di oltre 33 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni)

Anche in Spagna gli abbonamenti digitali sono in forte crescita: 73 mila per El Mundo e 36 mila per Expansion a fine settembre 2021

* * *

Giuseppe Ferrauto nominato consigliere di amministrazione di RCS MediaGroup

Milano, 10 novembre 2021 – 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 2021.

Dati Economici (Milioni di Euro)	30/09/2021	30/09/2020
Ricavi consolidati	610,0	493,7
EBITDA	92,1	27,7
EBIT	56,0	-8,0
Risultato netto	46,6	-7,6

Dati Patrimoniali (Milioni di Euro)	30/09/2021	31/12/2020
Indebitamento finanziario netto	14,8	59,6

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.

Andamento del Gruppo

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

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

In entrambi i paesi la campagna vaccinale ha determinato decisi effetti positivi e ha consentito una accelerazione nella riduzione delle misure restrittive e un ulteriore miglioramento della situazione.

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

I **ricavi netti consolidati** di Gruppo al 30 settembre 2021 si attestano a 610 milioni, con un incremento di 116,3 milioni rispetto ai primi nove mesi del 2020 (+23,6%). Al miglioramento ha contribuito in maniera significativa la crescita dei ricavi pubblicitari e la realizzazione nei primi nove mesi del 2021 degli eventi sportivi che nel pari periodo 2020 erano stati posticipati al quarto trimestre dell'anno o non si erano potuti disputare. La variazione dei ricavi include inoltre l'effetto positivo del consolidamento integrale del gruppo m-dis nei primi nove mesi del 2021 (valutato a patrimonio netto nel pari periodo 2020), pari a 33,2 milioni.

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

I **ricavi pubblicitari** dei primi nove mesi del 2021 ammontano a 232,8 milioni rispetto ai 184,9 milioni del pari periodo del 2020 (+47,9 milioni). Il miglioramento dei ricavi è riconducibile principalmente alla significativa crescita della raccolta pubblicitaria registrata a partire dal mese di aprile rispetto al 2020, quando gli effetti dell'emergenza sanitaria erano stati particolarmente rilevanti, e al sopra descritto apporto positivo degli eventi sportivi che nel 2020 non si erano potuti disputare nei primi nove mesi dell'anno. In particolare, nel trimestre aprile – giugno, la raccolta pubblicitaria ha segnato una crescita significativa rispetto al 2020.

A partire dal 1° gennaio 2021 è divenuta efficace l'operazione di conferimento da parte di RCS e di Cairo Pubblicità dei rispettivi rami d'azienda relativi alle attività di raccolta pubblicitaria in CAIRORCS Media, società partecipata in misura paritetica. In considerazione del ruolo di principal (ai sensi del principio contabile internazionale IFRS 15) il Gruppo RCS continua a riconoscere a conto economico i ricavi realizzati verso i clienti pubblicitari per i prodotti editoriali di RCS, mentre non sono più rappresentati i ricavi pubblicitari dei prodotti editoriali di terzi (che nei primi nove mesi del 2020 erano pari a 7 milioni).

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

I **ricavi editoriali e diffusionali** sono pari a 280,3 milioni (256,3 nel pari periodo 2020) ed accolgono per 21,7 milioni i ricavi riferiti alla distribuzione di prodotti di editori terzi, a seguito del

consolidamento integrale del gruppo m-dis. Entrambi i quotidiani italiani confermano a settembre 2021 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: dati ADS gennaio-settembre 2021).

A fine settembre la *customer base* totale attiva per il *Corriere della Sera* (*digital edition, membership e m-site*) è pari a 346 mila abbonamenti. La *customer base* dei prodotti pay *Gazzetta* (che include i prodotti *G ALL, G+, GPRO e Magic*) ha chiuso a fine settembre con 78 mila abbonamenti.

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

In Spagna, *Marca* ed *Expansion* confermano nei primi nove mesi 2021 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: OJD). Gli abbonamenti digitali sono cresciuti fortemente nel mese di settembre a circa 73 mila abbonamenti per *El Mundo* e 36 mila abbonamenti per *Expansion*.

Nei primi nove mesi del 2021 *elmundo.es* ha raggiunto 52,6 milioni di browser unici medi mensili; *marca.com* si attesta a 93,8 milioni e *expansion.com* a 11,4 milioni di browser unici medi mensili (Fonte: Google Analytics).

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

L'EBITDA dei primi nove mesi è positivo per 92,1 milioni, in incremento di 64,4 milioni rispetto al pari periodo 2020 (+27,7 milioni), per effetto della dinamica dei ricavi. Gli oneri e proventi non ricorrenti netti sono negativi per 1,1 milioni (negativi per 4,6 milioni nei primi nove mesi del 2020). Si ricorda che il Gruppo presenta un andamento stagionale delle attività che penalizza normalmente i risultati del primo e terzo trimestre dell'anno.

Nel corso del 2021, sono proseguite le iniziative messe in atto per il mantenimento e lo sviluppo dei ricavi, potenziando l'offerta dei sistemi editoriali del Gruppo RCS, sviluppando le piattaforme digitali e arricchendo i sistemi editoriali verticali.

In Italia, limitandosi alle principali iniziative: *Corriere della Sera* ha pubblicato una serie di guide e introdotto nuovi *podcast* (“*Incontri*”, “*L’Ammazzacaffè*”, “*Radio Italians*”, “*Mama non Mama*”) e nuove *newsletter*: per le testate “*Cook*”, “*Buone Notizie*”, “*La 27esima ora*”, “*Corriere Torino*”, “*Corriere Veneto*”, “*Corriere Bologna*”. Il 28 maggio il settimanale 7 è uscito in edicola rinnovato nel formato e nel progetto grafico. Sono stati organizzati numerosi eventi, svolti sulla piattaforma *Digilive*, tra i quali gli incontri di *Pianeta 2021* sulla sostenibilità. A maggio, si è svolta la 12° edizione di “*Cibo a regola d’arte*”, con la consegna dei *Cook Awards 2020*, la quarta edizione de “*L’Italia genera Futuro*” e su *Gazzetta.it* si è tenuto l’evento “*Gazzetta Motori Days*”. Dal 13 al 24 settembre si è tenuta l’ottava edizione de “*Il tempo delle donne*”, dal 20 settembre la seconda edizione di *Campbus* e nel mese di ottobre a Trento la quarta edizione del *Festival dello Sport*. In occasione del Campionato Europeo di calcio, *La Gazzetta dello Sport* ha realizzato numerose iniziative dedicate all’evento. Nel mese di luglio è uscita la nuova *digital edition* del *Corriere della Sera* e durante il

terzo trimestre 2021 è stato avviato il potenziamento dell’offerta digitale delle edizioni locali. Per seguire le Olimpiadi di Tokyo, *La Gazzetta dello Sport* e *Corriere della Sera* hanno organizzato molteplici iniziative. Nei nove mesi, l’offerta pay de *La Gazzetta dello Sport* si è arricchita di contenuti ed è cresciuta anche l’attività sui social, in particolare su Instagram. Il network *Gazzanet* è stato oggetto di un restyling grafico completo. Le testate dell’area periodici hanno sviluppato numerose iniziative editoriali, tra le quali il compleanno per i 25 anni di *iO Donna*, i 30 anni di *Dove*, festeggiati con anche il restyling grafico della testata, il restyling di *Abitare*, rilanciata in coincidenza del suo sessantesimo compleanno.

In Spagna, limitandosi alle principali iniziative, in febbraio è stata lanciata una nuova sezione di *elmundo.es*: “*Sostenibles*”, focalizzata sulla transizione ecologica, e nel mese di marzo 2021 una nuova sezione anche di *Expansión: Economía Sostenible*, sui temi della sostenibilità di impresa. *Radio Marca*, grazie ad una maggior presenza dei contenuti audio su *marca.com* e su altre piattaforme digitali, ha aumentato la propria audience digitale. In giugno è avvenuto il lancio del nuovo podcast quotidiano *El Mundo al día*. Con l’inizio del Campionato Europeo di calcio, *Marca* e *marca.com* hanno lanciato diverse iniziative editoriali dedicate alla competizione. In occasione del suo 35° Anniversario *Expansion* ha dato vita ad eventi e “speciali” su digitalizzazione, sostenibilità e economia post Covid. L’8 e 9 di giugno si è tenuta la seconda edizione de “*El Foro Economico International Expansion*” organizzato in collaborazione con *The European House Ambrosetti*. Nel mese di luglio *marca.com* ha lanciato il “*signwall*” per lo sviluppo dei contenuti premium. Il 27 settembre ha preso il via una nuova iniziativa editoriale di *El Mundo* denominata “*Gran Madrid*” dedicato a ciò che accade nella capitale spagnola e nella sua comunità autonoma.

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

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

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

Le attività di sviluppo ed arricchimento dell’offerta editoriale sono state affiancate da interventi straordinari sui costi effettuati anche per adeguare tempestivamente l’organizzazione aziendale al mutato contesto. I benefici di tali azioni di contenimento dei costi nei primi nove mesi del 2021 ammontano a circa 7,2 milioni, di cui 3,2 milioni in Italia e 4 milioni in Spagna.

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

Il **risultato netto** al 30 settembre 2021 è positivo per 46,6 milioni, in forte crescita di 54,2 milioni rispetto al risultato negativo di 7,6 milioni dei primi nove mesi del 2020 e riflette complessivamente gli andamenti sopra descritti.

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

L'indebitamento finanziario netto complessivo, che comprende anche debiti finanziari per leasing ex IFRS 16 (principalmente locazioni di immobili), per complessivi 139,3 milioni al 30 settembre 2021, ammonta a 154,1 milioni, in miglioramento di oltre 60 milioni rispetto al dato del 31 dicembre 2020 (214,5 milioni).

Evoluzione prevedibile della Gestione

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

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

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

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

Anche nel 2021 il Gruppo con la sua offerta informativa sta venendo incontro al forte bisogno del pubblico di essere informato, garantendo un servizio puntuale ai propri lettori. Le edizioni quotidiane del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*, in Italia e di *El Mundo*, *Marca* ed *Expansion* in Spagna, i periodici e le piattaforme web e social del Gruppo, stanno svolgendo un ruolo centrale nell'informazione e nel racconto di questo difficile momento, mettendo al centro la propria vocazione di servizio pubblico, imparziale e puntuale e affermandosi come attori autorevoli dell'informazione quotidiana cartacea e on-line, con importanti numeri di traffico digitale.

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

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

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

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

Il Consiglio di Amministrazione ha nominato, ai sensi dell'art. 2386, comma 1, cod. civ., Giuseppe Ferrauto quale consigliere di amministrazione, a seguito delle dimissioni di Gaetano Miccichè.

Giuseppe Ferrauto, amministratore esecutivo in quanto dirigente con responsabilità strategiche del gruppo Cairo Communication e già Presidente della controllata RCS Edizioni Locali S.r.l., non è stato nominato in alcun comitato consiliare e resterà in carica fino alla data della prossima assemblea. Il suo curriculum vitae è disponibile sul sito internet della Società www.rcsmediagroup.it, alla sezione governance/organismi societari. Alla data del presente comunicato, Giuseppe Ferrauto non detiene azioni di RCS MediaGroup S.p.A..

Urbano Cairo, presidente e amministratore delegato di RCS MediaGroup, ha commentato:

“Siamo molto soddisfatti dei risultati dei primi nove mesi del Gruppo, che confermano un andamento particolarmente positivo, attestato anche dalla riduzione dell'indebitamento finanziario netto a circa 14,8 milioni di euro. Corriere della Sera si conferma primo quotidiano italiano in edicola, con grandi performance sul digitale, come tutti i quotidiani del Gruppo. È con piacere, infine, che diamo il benvenuto nel Cda a Giuseppe Ferrauto, professionista di lungo corso nel panorama editoriale italiano.”

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

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

Gruppo RCS MediaGroup

Stato patrimoniale consolidato riclassificato

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

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

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

Indicatori alternativi di performance

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

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

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

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

Posizione Finanziaria Netta del Gruppo (o indebitamento finanziario netto del Gruppo): rappresenta un valido indicatore della struttura finanziaria del Gruppo RCS. È determinato quale risultante dei debiti finanziari correnti e non correnti al netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti e delle attività finanziarie correnti, nonché delle attività finanziarie non correnti relative agli strumenti derivati, escludendo le passività finanziarie (correnti e non correnti) relative ai leasing.

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



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

Results at 30 September 2021 approved¹

Strong growth in results versus the same period of the prior year: EBITDA of € 92.1 million (€ 27.7 million in 2020), EBIT of € 56.0 million (€ -8.0 million in 2020) and Net Result of € 46.6 million (€ -7.6 million in 2020)

Net financial debt decreases to € 14.8 million (€ 59,6 million at end 2020)

Consolidated revenue of € 610.0 million, up by € 116.3 million versus first nine months 2020 (+23.6%), with digital revenue making for approximately 23% of total

Advertising on RCS online media in first nine months up by 31.5% in Italy and by 45% in Spain versus the same period of 2020

Corriere della Sera leading Italian daily newspaper on newsstands and with a total active digital customer base at end September 2021 of 346 thousand subscriptions. The digital customer base of Gazzetta's pay products at end September counts 78 thousand subscriptions

RCS top online publisher in August 2021 with an aggregate figure of over 33 million average monthly unique users (net of duplications)

Digital subscriptions grow strongly in Spain too: 73 thousand for El Mundo and 36 thousand for Expansión at end September 2021

* * *

Giuseppe Ferrauto appointed Director of RCS MediaGroup

Milan, 10 November 2021 – The Board of Directors of RCS MediaGroup S.p.A. met today and reviewed and approved the Interim Management Statement at 30 September 2021.

Income statement (€ millions)	30/09/2021	30/09/2020
Consolidated revenue	610.0	493.7
EBITDA	92.1	27.7
EBIT	56.0	-8.0
Net result	46.6	-7.6

Statement of financial position (€ millions)	30/09/2021	31/12/2020
Net financial debt	14.8	59.6

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.

Group performance

The beginning of 2021 continued to be marked by the health emergency and the containment measures implemented by the authorities, both in Italy and Spain.

Specifically, in Spain at the beginning of the year, and in Italy starting from the end of February, the number of cases has risen, leading to the adoption of additional restrictive measures. From the second half of February in Spain, and from mid-April in Italy, the situation has improved and the containment measures are being gradually lifted.

The great benefits brought by the vaccination campaign have allowed both countries to speed up the reduction of restrictive measures, improving the situation further.

Against this backdrop, in first nine months 2021, the Group achieved a strong rise in revenue, EBITDA of € 92.1 million and profit attributable to the owners of the parent of € 46.6 million, continuing to generate positive cash flows, reducing its net financial debt by € 44.8 million versus 31 December 2020 after distributing dividends of € 15.6 million and absorbing the effects of the consolidation of m-dis, which at 30 September 2021 carries a debt of € 12.2 million, due also to the seasonal trend in working capital.

The Group's **consolidated net revenue** at 30 September 2021 amounted to € 610 million, increasing by € 116.3 million versus first nine months 2020 (+23.6%). A strong contribution to the improvement came from the growth in advertising revenue and the organization in first nine months 2021 of the sporting events that had been postponed in the same period of 2020 to the fourth quarter or that could not be held. The change in revenue also includes the benefits of the full consolidation of m-dis in first nine months 2021 (measured at equity in the same period of 2020), amounting to € 33.2 million.

Digital revenue amounted to approximately € 139.9 million, making for approximately 23% of total revenue.

Advertising revenue in first nine months 2021 amounted to € 232.8 million versus € 184.9 million in the same period of 2020 (€ +47.9 million). The improvement in revenue is attributable mainly to the strong growth in advertising sales recorded from April onwards versus 2020, a period severely affected by the health emergency, and to the abovementioned boost from the sporting events that could not be held in 2020 in the first nine months of the year. Specifically, in the April-June quarter, advertising sales were up strongly versus 2020.

As from 1 January 2021, the transaction whereby RCS and Cairo Pubblicità contributed their respective advertising sales businesses to the equally-owned CAIRORCS Media, came into effect. Given its role as principal (pursuant to IFRS 15), the RCS Group continues to recognize revenue earned from advertisers for RCS publishing products in the income statement, while advertising revenue from third-party publishing products (which in first nine months 2020 amounted to € 7 million) is no longer shown.

Total advertising sales on online media amounted to € 103.1 million in first nine months 2021, reaching approximately 44.3% of total advertising revenue. Online advertising on RCS media at 30 September 2021 grew by 31.5% in Italy and by 44.6% in Spain versus 30 September 2020.

Publishing revenue and **circulation revenue** amounted to € 280.3 million (€ 256.3 million in the same period of 2020), and include € 21.7 million in revenue from the distribution of products of third-party publishers, following the full consolidation of m-dis. Both Italian newspapers retained their circulation leadership in their respective market segments at September 2021 (*ADS January-September 2021*).

At end September, the total active customer base for *Corriere della Sera* (digital edition, membership and m-site) reached 346 thousand subscriptions. The customer base of *Gazzetta*'s pay products (which includes *G ALL*, *G+*, *GPRO* and *Magic* products) closed at end September with 78 thousand subscriptions.

The main digital performance indicators confirm the strong market position of RCS, which is once again the top online publisher in the period January-August 2021 with an aggregate figure of 32.9 million average monthly unique users (net of duplications), exceeding 33 million in August (*Audiweb*). The *Corriere della Sera* and *La Gazzetta dello Sport* brands, in the period January-August 2021, reached 29.7 million and 19.4 million average monthly unique users and 4 million and 3 million average daily unique users respectively (*Audiweb 2.0*).

In Spain, *Marca* and *Expansión* retained their circulation leadership in their respective market segments in first nine months 2021 (*OJD*). Digital subscriptions grew strongly in September to approximately 73 thousand subscriptions for *El Mundo* and 36 thousand subscriptions for *Expansión*. In first nine months 2021, *elmundo.es* reached 52.6 million average monthly unique browsers; *marca.com* stood at 93.8 million and *expansion.com* at 11.4 million average monthly unique browsers (*Google Analytics*).

Sundry revenue amounted to € 96.9 million (€ 52.5 million in the same period of 2020) and also includes the sundry revenue from m-dis Distribuzione Media, € 11.5 million recognized following the full consolidation from the beginning of 2021. Contributing to the increase of € 44.4 million was also the return to a normal scheduling of sporting events.

EBITDA in the first nine months came to a positive € 92.1 million, up by € 64.4 million versus the same period of 2020 (€ +27.7 million), driven by the trend of revenue. Net non-recurring expense and income came to € -1.1 million (€ -4.6 million in first nine months 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 2021, initiatives continued on maintaining and developing revenue, boosting the RCS Group's publishing systems' range of products, developing the digital platforms and enhancing the vertical publishing systems.

In Italy, regarding the main initiatives only: *Corriere della Sera* published a series of guides and presented new podcasts ("*Incontri*", "*L'Amazzacaffè*", "*Radio Italians*", "*Mama non Mama*") and new newsletters for the titles "*Cook*", "*Buone Notizie*", "*La 27esima ora*", "*Corriere Torino*", "*Corriere Veneto*" and "*Corriere Bologna*". On 28 May, the weekly magazine *7* hit the newsstands unveiling a new format and graphical design. Numerous events were organized and held on the *Digilive* platform, including the *Pianeta 2021* meetings on sustainability. May saw the 12th edition of "*Cibo a regola d'arte*", with the prize giving of the *2020 Cook Awards*, the fourth edition of "*L'Italia genera Futuro*" while the "*Gazzetta Motori Days*" event was held on *Gazzetta.it*. From 13 to 24 September, the eighth edition of "*Il tempo delle donne*" was held, from 20 September the second edition of *Campbus*, and in October in Trento the fourth edition of *Festival dello Sport*. For the European Football Championship, *La Gazzetta dello Sport* developed various initiatives dedicated to the event. July saw the release of the new digital edition of *Corriere della Sera*, and in third quarter 2021, the start of a new boost to the digital offering of local editions. *Gazzetta dello Sport* and *Corriere della Sera* organized several initiatives to cover the Tokyo Olympics. In the nine months, *La Gazzetta dello Sport*'s pay offer was enriched with content, while activity on social media grew, especially on Instagram. The *Gazzanet* network underwent full graphical restyling. The titles in the

magazines area launched various editorial initiatives, including the 25th anniversary of *iO Donna*, the 30th anniversary of *Dove*, celebrated with a graphical restyling of the magazine, and the restyling of *Abitare*, relaunched for its 60th anniversary.

In Spain, regarding the main initiatives only, a new section of *elmundo.es* was launched in February: "*Sostenibles*", focused on green transition, followed in March 2021 by a new section of *Expansión: Economía Sostenible*, on issues of corporate sustainability. *Radio Marca*, thanks to an increased presence of audio content on *marca.com* and other digital platforms, increased its own digital audience. June saw the launch of the new daily podcast *El Mundo al dia*. With the start of the European Football Championship, *Marca* and *marca.com* launched several editorial initiatives dedicated to the event. To celebrate its 35th anniversary, *Expansión* organized events and "specials" on digitization, sustainability and the post-Covid economy. On 8 and 9 June, the second edition of "*El Foro Economico International Expansion*" was held, organized in association with *The European House Ambrosetti*. In July, *marca.com* launched the "*signwall*" for premium content development. 27 September saw the launch of a new editorial initiative of *El Mundo* named "*Gran Madrid*", covering news from the Spanish capital and its autonomous community.

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

(€ millions)	30/09/2021			30/09/2020		
	Revenue	EBITDA	% of revenue	Revenue	EBITDA	% of revenue
Newspapers Italy (1)	286,7	43,2	15,1%	265,9	17,3	6,5%
Magazines Italy (1)	50,5	2,4	4,8%	49,6	(0,1)	(0,2)%
Advertising and Sports	193,2	29,4	15,2%	129,9	(3,6)	(2,8)%
Unidad Editorial	152,7	16,4	10,7%	142,3	11,8	8,3%
Corporate and Other Activities	69,3	0,7	1,0%	26,4	2,3	8,7%
Other and eliminations	(142,4)	-	n.s.	(120,4)	-	n.s.
Consolidated	610,0	92,1	15,1%	493,7	27,7	5,6%

(1) As from 2021, m-dis Distribuzione Media, previously consolidated at equity in the Newspapers Italy and Magazines Italy areas, following the purchase of a further 55% stake by RCS MediaGroup S.p.A., is fully consolidated in the Corporate and Other Activities area; as a result, the EBITDA and EBIT figures at 30 September 2020 have also been reclassified in the Corporate and Other Activities area for the sake of consistent comparison

The activities on developing and enhancing the editorial offering were complemented by extraordinary actions taken on costs also to promptly adjust the company organization to the changed environment. The benefits of these cost containment actions in first nine months 2021 amount to approximately € 7.2 million, of which € 3.2 million in Italy and € 4 million in Spain.

Operating profit (EBIT) came to € 56 million versus € -8 million in the same period of 2020 (€ +64 million), an increase driven mainly by the improvement in EBITDA.

The **net result** at 30 September 2021 came to a positive € 46.6 million, up sharply by more than € 54.2 million versus € -7.6 million in first nine months 2020, reflecting the abovementioned trends.

Net financial debt stands at € 14.8 million at 30 September 2021, improving by € 44.8 million versus 31 December 2020, thanks to the strong contribution from ordinary operations. Net financial debt was negatively impacted, in addition to investments and non-recurring expense, also by (i) the distribution of dividends of € 15.6 million, (ii) the consolidation of m-dis, which at 30 September 2021 carries a debt of € 12.2 million, due also to the seasonal trend in working capital, and (iii) the financial effect, amounting to € 3.9 million at 1 January 2021 of the contribution to CAIRORCS

Media (which has a positive net financial position of € 7.4 million at 30 September 2021). Conversely, the positive effects of the net proceeds from the sale and purchase of investments and disposal of fixed assets, totaling € 6.3 million, refer mainly to the sale of Unidad Editorial Juegos S.A..

Total net financial debt, which includes financial payables from leases pursuant to IFRS 16 (mainly property leases), totaling € 139.3 million at 30 September 2021, amounted to € 154.1 million, improving by over € 60 million versus the figure at 31 December 2020 (€ 214.5 million).

Business outlook

The beginning of 2021 continued to be marked by the health emergency and the containment measures implemented by the authorities, both in Italy and Spain.

The great benefits brought by the vaccination campaign, in terms of new cases, hospital and ICUs admission rates and deaths, have allowed both countries to speed up the reduction of restrictive measures, improving the situation. In Italy, measures such as the green pass and rules on access to workplaces, schools and public venues have also been adopted to encourage vaccination, prevention and/or monitoring.

At end October, the percentage of the population over twelve years of age that had completed the vaccination cycle was approximately 83% in Italy and 89% in Spain.

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.

In 2021 too, the Group is meeting the public's strong need to stay informed through its information offering, ensuring a timely service to its readers. The daily editions of *Corriere della Sera* and *La Gazzetta dello Sport* in Italy, and of *El Mundo*, *Marca* and *Expansión* in Spain, 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 paper and online information, with strong digital traffic figures.

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

In any event, the Group believes it has adequate management levers to counter the impacts of the health emergency also in 2021 and thus confirm its medium-long term prospects.

In first nine months 2021, the Group's EBITDA already outstripped the figures achieved in the full year 2020. In view of these results and the actions already implemented and those planned, in the absence of a new rise in the infection curve and/or tighter containment measures, or of a significant return of the regions in the highest risk ranges, the Group believes it can further improve its margins (EBITDA) in 2021 versus those of 2020, and further reduce its net financial debt.

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

The Board of Directors, pursuant to Article 2386, paragraph 1, of the Italian Civil Code, appointed Giuseppe Ferrauto as Director, following the resignation of Gaetano Miccichè.

Giuseppe Ferrauto, executive director in his capacity as key management personnel of the Cairo Communication group and Chairman of the subsidiary RCS Edizioni Locali S.r.l., was not appointed to any

board committee and will remain in office until the date of the next shareholders' meeting. His curriculum vitae is available on the Company website www.rcsmediagroup.it under the governance/corporate bodies section. At the date of this press release, Giuseppe Ferrauto does not hold any shares in RCS MediaGroup S.p.A..

In the words of Urbano Cairo, Chairman and CEO of RCS MediaGroup: *“We are very pleased of the Group’s results in the first nine months, which confirm a particularly positive performance, as shown by the reduction of the net financial position at euro 14.8 million. Corriere della Sera confirms itself as the number one Italian daily at the newsstand, with great digital performance, as all Group’s dailies. Finally, we are pleased to welcome in our board Giuseppe Ferrauto, a professional with extensive experience in the Italian publishing sector”.*

Under paragraph 2, Article 154-bis of the Consolidated Finance Law (TUF), Roberto Bonalumi, in his capacity as Financial Reporting Manager, attests that the financial 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, in Italy through its subsidiary CAIRORCS Media S.p.A., 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* 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		30 September	
	2021	%	2020	%
	A		B	
Net revenue	610,0	100,0	493,7	100,0
<i>Publishing and circulation revenue</i>	280,3	46,0	256,3	51,9
<i>Advertising revenue</i>	232,8	38,2	184,9	37,5
<i>Sundry revenue (1)</i>	96,9	15,9	52,5	10,6
Operating costs	(331,0)	(54,3)	(276,9)	(56,1)
Payroll costs	(183,1)	(30,0)	(186,0)	(37,7)
Provisions for risks	(2,6)	(0,4)	(1,1)	(0,2)
(Write-down)/write-back of trade and sundry receivables	(0,6)	(0,1)	(1,3)	(0,3)
Income (expense) from equity-accounted investees	(0,6)	(0,1)	(0,7)	(0,1)
EBITDA (2)	92,1	15,1	27,7	5,6
Amortization of intangible assets	(12,3)	(2,0)	(11,5)	(2,3)
Depreciation of property, plant and equipment	(6,7)	(1,1)	(6,9)	(1,4)
Amortization/depreciation of rights of use on leased assets	(16,7)	(2,7)	(16,9)	(3,4)
Depreciation of investment property	(0,4)	(0,1)	(0,4)	(0,1)
Other (write-downs)/write-backs of fixed assets	0,0	0,0	0,0	0,0
EBIT (2)	56,0	9,2	(8,0)	(1,6)
Financial expense (expense)	(6,9)	(1,1)	(8,8)	(1,8)
Other income (expense) from financial assets/liabilities	9,5	1,6	6,0	1,2
Profit (loss) before tax	58,6	9,6	(10,8)	(2,2)
Income tax	(12,1)	(2,0)	3,2	0,6
Profit (loss) from continuing operations	46,5	7,6	(7,6)	(1,5)
Profit (loss) from assets held for sale and discontinued opera	0,0	0,0	0,0	0,0
Profit (loss) before non-controlling interests	46,5	7,6	(7,6)	(1,5)
(Profit) loss attributable to non-controlling interests	0,1	0,0	0,0	0,0
Profit (loss) for the period attributable to the owners of the parent	46,6	7,6	(7,6)	(1,5)

(1) Sundry revenue includes primarily revenue for television activities, the organization of events and exhibitions, sales of customer lists and boxed sets, betting activities in Spain, and for distribution activities.

(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)

(€ millions)	30 September 2021	%	31 December 2020	%
Intangible fixed assets	368,6	74,1	366,9	69,7
Property, plant and equipment	50,5	10,1	55,3	10,5
Rights of use on leased assets	125,3	25,2	140,6	26,7
Investment property	15,4	3,1	16,2	3,1
Financial fixed assets and other assets	126,2	25,4	123,7	23,5
Net fixed assets	686,0	137,9	702,7	133,6
Inventory	17,9	3,6	17,8	3,4
Trade receivables	194,0	39,0	189,5	36,0
Trade payables	(215,6)	(43,3)	(179,4)	(34,1)
Other assets/liabilities	(46,5)	(9,3)	(64,1)	(12,2)
Net working capital	(50,2)	(10,1)	(36,2)	(6,9)
Provisions for risks and charges	(49,1)	(9,9)	(50,5)	(9,6)
Deferred tax liabilities	(52,5)	(10,6)	(52,5)	(10,0)
Employee benefits	(36,6)	(7,4)	(37,4)	(7,1)
Net capital employed	497,6	100,0	526,1	100,0
Equity	343,5	69,0	311,6	59,2
Non-current financial payables	36,9	7,4	58,9	11,2
Current financial payables	36,5	7,3	57,4	10,9
Current financial liabilities from derivatives	0,5	0,1	-	-
Non-current financial liabilities from derivatives	0,1	0,0	1,0	0,2
Financial assets recognized for derivatives	-	-	-	-
Cash and cash equivalents and current financial receivables	(59,2)	(11,9)	(57,7)	(11,0)
Net financial debt (2)	14,8	3,0	59,6	11,3
Financial payables from leases pursuant to IFRS 16	139,3	28,0	154,9	29,4
Total financial sources	497,6	100,0	526,1	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".

Group Net Financial Position (or Group 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.

Total Net Financial Position (or total net financial debt): to be understood as the Group's Net Financial Position as defined above, inclusive of financial liabilities from short and/or long-term lease agreements and non-remunerated debt, which have a significant implicit or explicit financing component (e.g. trade payables with a maturity of over 12 months), and any other non-interest-bearing loans (as defined by the "Guidelines on disclosure requirements under the Prospectus Regulation" published by ESMA on 4 March 2021 with document "ESMA32-382-1138" and taken up by CONSOB in communication 5/21 of 29 April 2021).