



## Comunicato Stampa

### IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA I RISULTATI AL 31 MARZO 2006

#### Sommario (\*):

- **Ricavi consolidati pari a 532,3 milioni (+6,8%)**
- **Ricavi pubblicitari di Gruppo in crescita del 12,5%**
- **Incremento dell'EBITDA del 25,6% a 31,4 milioni**
- **Risultato netto a 33,7 milioni**
- **Indebitamento finanziario netto a 28,4 milioni, in miglioramento di 19,3 milioni rispetto al 31 dicembre 2005**

*(\*) NOTA: La relazione trimestrale al 31 marzo 2006 è redatta in conformità al disposto dello IAS 34, pertanto i dati economici posti a confronto relativi al primo trimestre del 2005 sono stati rielaborati in accordo con i principi contabili internazionali IAS/IFRS.  
Il bilancio al 31 dicembre 2005 è il primo completamente redatto secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS.*

*Milano, 12 MAGGIO 2006* - Il Consiglio di Amministrazione di RCS MediaGroup, riunitosi in data odierna sotto la presidenza di Piergaetano Marchetti, ha approvato i risultati al 31 marzo 2006.

Di seguito sono riportati i principali risultati del primo trimestre 2006 confrontati con il primo trimestre 2005 e con l'esercizio 2005:

	1° trimestre		Esercizio
	2006	2005	2005
(in milioni di euro)			
<i>DATI ECONOMICI</i>			
<b>Ricavi netti</b>	532,3	498,5	2.191,0
<b>EBITDA</b>	31,4	25,0	262,9
<b>EBIT</b>	18,7	17,6	217,2
<b>Risultato netto di periodo</b>	33,7	82,9	219,3
	<b>31.03.06</b>	<b>31.12.05</b>	<b>31.03.05</b>
<i>DATI PATRIMONIALI</i>			
Indebitamento finanziario netto	28,4	47,7	42,9

### Commenti sull'andamento del Gruppo nel primo trimestre

I **ricavi netti** di Gruppo al 31 marzo 2006 sono pari a 532,3 milioni ed evidenziano un aumento del 6,8% rispetto al 31 marzo 2005. L'andamento riflette l'incremento dei ricavi pubblicitari, unitamente all'aumento del fatturato nell'area Periodici e al consolidamento del Gruppo DADA, in parte compensato dalla flessione dei ricavi dei prodotti collaterali dell'area Quotidiani.

I **ricavi pubblicitari** risultano in crescita del 12,5%, favoriti in particolare da iniziative di successo quali l'introduzione del *full color* per la stampa del *Corriere della Sera* ed i lanci di alcuni periodici effettuati nel corso del 2005, mentre i **ricavi diffusionali** hanno subito una flessione del 2,7%.

L'**EBITDA** passa da 25,0 a 31,4 milioni con un incremento del 25,6% rispetto al 31 marzo 2005. Alla variazione contribuiscono positivamente l'aumento dei ricavi pubblicitari e il consolidamento del Gruppo DADA, negativamente le società del settore Periodici acquisite nel secondo semestre del 2005 e il costo delle stock option assegnate. Inoltre, il primo trimestre del 2005 comprendeva proventi non ricorrenti per 2,5 milioni.

Il **risultato operativo (EBIT)**, di 18,7 milioni in aumento del 6,3%, sconta i maggiori ammortamenti dei macchinari acquisiti in leasing e dei siti produttivi riconducibili all'introduzione del nuovo formato e del *full color* del *Corriere della Sera*.

Il **risultato netto** di Gruppo al 31 marzo 2006 è di 33,7 milioni in flessione di 49,2 milioni rispetto allo stesso periodo dello scorso esercizio. Il calo è originato essenzialmente dal fatto che il primo trimestre 2005 beneficiava delle plusvalenze da cessioni di partecipazioni non strategiche per complessivi 50,7 milioni.

L'**indebitamento finanziario netto** è diminuito a 28,4 milioni, rispetto ai 47,7 milioni del 31 dicembre 2005.

L'area **Quotidiani Italia** registra nel trimestre ricavi per 178,4 milioni, costanti rispetto ai 178,2 milioni del medesimo periodo del 2005.

I **ricavi editoriali** sono pari a 105,7 milioni (di cui 51,2 da prodotti collaterali), quale somma tra l'incremento dei ricavi relativi alla vendita dei quotidiani (+4%) e la prevista flessione dei ricavi da prodotti collaterali (-15,1%).

I **ricavi pubblicitari**, pari a 70,1 milioni, crescono del 9,4%. In particolare il *Corriere della Sera* sta sfruttando il potenziale del *full color* lanciato nel mese di luglio scorso e la *Gazzetta dello Sport* ha accresciuto la propria raccolta pubblicitaria grazie all'aumento delle pagine a colori. La raccolta pubblicitaria ha registrato incrementi significativi anche per *City* che ha proseguito lo sviluppo estendendo la diffusione in alcune città della Lombardia. La crescita della pubblicità è risultata ancora più vigorosa per l'area OnLine, attraverso principalmente *corriere.it* e *gazzetta.it*, dove sono stati registrati nel trimestre volumi di raccolta doppi rispetto al pari periodo dello scorso anno.

L'**EBITDA** passa da 28,9 a 30 milioni: il miglioramento è riconducibile principalmente a un favorevole mix di ricavi pubblicitari e ad un attento controllo dei costi operativi.

**Unedisa (Quotidiani Spagna)** registra un aumento dei ricavi di 6,4 punti percentuali, assestandosi a 79,9 milioni. I **ricavi editoriali** risultano sostanzialmente stabili: l'incremento delle diffusioni medie di *El Mundo* (+5,2%) ha compensato la flessione nelle vendite dei prodotti collaterali. L'evoluzione positiva dei **ricavi pubblicitari**, a livello consolidato in crescita del 20,7%, si estende a tutti i principali mezzi del gruppo, dalla testata quotidiana al web, dove *elmundo.es*, leader assoluto in termini di volume di traffico e visitatori, registra una raccolta in crescita del 48% rispetto all'anno precedente.

L'**EBITDA** è di 9 milioni (9,3 nel primo trimestre del 2005). La contrazione è dovuta agli oneri per lo sviluppo di *Yo Dona*, lanciato sul mercato nel secondo trimestre 2005, e alla riduzione del margine dei prodotti collaterali, che risentono della progressiva saturazione del mercato.

L'area **Libri** evidenzia 146,9 milioni di ricavi totali, inferiori di 8,7 milioni rispetto a quelli dell'analogo periodo del 2005 (-5,6%). La contrazione si origina principalmente nella divisione **Varia Italia**, a causa della presenza nel primo trimestre del 2005 di importanti best seller quali "Memoria e Identità" di Giovanni Paolo II, "Oriana Fallaci intervista sé stessa" e "Lo Zahir" di Paulo Coelho, e nella divisione **Collezionabili** per il diverso piano editoriale che prevede quest'anno una maggiore concentrazione di lanci nel secondo trimestre.

Il fatturato di **Flammarion** è in leggera contrazione (-0,8%) per la flessione dell'attività di distribuzione di terzi editori; il fatturato delle case editrici del gruppo è infatti in crescita (+1,6%). Significativa è risultata la crescita negli Stati Uniti (+86,9%), dovuta al combinato effetto del maggior venduto di catalogo e novità, unitamente alle minori rese.

L'**EBITDA**, negativo per motivi di stagionalità di 5,1 milioni, è in consistente crescita rispetto a quello consuntivato nel pari periodo del 2005, negativo per 9,4 milioni. All'importante miglioramento del risultato economico contribuiscono in particolare l'area dei Collezionabili Estero (Francia e mercati gestiti da GE Fabbri) e gli Stati Uniti.

I ricavi complessivi dell'area **Periodici** salgono a 73,1 milioni, contro i 56,7 del primo trimestre 2005, con un aumento del 28,9%. I **ricavi pubblicitari** evidenziano una crescita del 15,7%, attribuibile al lancio delle testate *Style* e *OK La salute prima di tutto* e all'acquisizione dell'Editrice Abitare Segesta, oltre che allo sviluppo dell'attività dei collaterali.

L'**EBITDA** risulta negativo per 2,9 milioni, con un decremento di 2,5 milioni rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente. La diminuzione è principalmente riconducibile ad un diverso perimetro di consolidamento e a maggiori costi dovuti al lancio di nuovi prodotti.

L'area **Broadcast** aumenta i ricavi del 30,1%, attestandosi a 6,4 milioni; in particolare, i **ricavi pubblicitari** evidenziano un aumento del 20,8%, beneficiando, oltre che del positivo andamento del mercato, dell'impatto sulla raccolta pubblicitaria generato dal lancio di *Play Radio*.

L'**EBITDA**, nonostante i maggiori ricavi, subisce una contrazione a causa dei più alti costi di struttura, conseguenti allo sviluppo dell'attività dell'Agenzia e al rilancio della Radio, e soprattutto per effetto dei costi promo-pubblicitari sostenuti per la campagna di lancio di *Play*.

Il Gruppo **DADA**, entrato a far parte del perimetro di consolidamento solo a partire dal mese di novembre 2005, chiude il trimestre con **ricavi** pari a 22,7 milioni.

L'**EBITDA** è positivo per 3,4 milioni.

### **Società a controllo congiunto**

I ricavi del Gruppo **IGP**, pari a 44,4 milioni, sono in aumento del 10,4% rispetto al primo trimestre 2005. L'utile di periodo è pari a 0,7 milioni di cui la quota di spettanza di RCS è 0,2 milioni.

I ricavi di **M-dis, Distribuzione Media S.p.A.**, crescono da 75,1 milioni a 101,3 milioni con un risultato netto di 3,7 milioni di cui 1,6 è la quota di spettanza di RCS.

### **Principali eventi successivi alla chiusura del trimestre**

Nel mese di maggio 2006 è stato lanciato il settimanale femminile "A", che rinnova integralmente la testata Anna, sotto la direzione di Maria Latella. Il primo numero del nuovo "A" ha registrato un esaurito tecnico rispetto alle 500.000 copie tirate ed è andato in ristampa il secondo giorno successivo all'uscita.

### **Prevedibile evoluzione dell'attività per l'esercizio in corso**

L'avvio del secondo trimestre dell'anno ha evidenziato una buona crescita dei ricavi diffusionali dei Periodici. Nel corso del mese di aprile si è rilevato un rallentamento degli investimenti pubblicitari sia per i quotidiani sia per i periodici, i quali hanno particolarmente risentito sia delle scadenze elettorali, nonchè della presenza nel mese di numerosi giorni di festività.



Sulla base delle informazioni al momento disponibili, se si confermerà il buon andamento dei ricavi pubblicitari e i ricavi diffusionali si manterranno in linea con quelli del primo trimestre, si prevede di confermare un risultato della gestione per l'esercizio in corso allineato agli obiettivi pianificati, in assenza di eventi allo stato non prevedibili.

Per ulteriori informazioni:

**RCS MediaGroup**

*Media Relations*

*Maria Verdiana Tardi - 02 2584 5412 - [verdiana.tardi@guest.rcs.it](mailto:verdiana.tardi@guest.rcs.it)*

*Investor Relations*

*Federica De Medici - 02 2584 5508 - [federica.demedici@rcs.it](mailto:federica.demedici@rcs.it)*

*Fabio Pavan - 02 2584 4432 - [fabio.pavan@rcs.it](mailto:fabio.pavan@rcs.it)*

[www.rcsmediagroup.it](http://www.rcsmediagroup.it)

## Gruppo RCS MediaGroup

### Conto economico consolidato riclassificato

(in milioni di euro)	1° trimestre 2006 A	%	1° trimestre 2005 B	%	Differenza A-B
<b>A. Ricavi netti</b>	<b>532,3</b>	<b>100,0</b>	<b>498,5</b>	<b>100,0</b>	<b>33,8</b>
<i>Ricavi diffusionali</i>	320,7	60,2	329,7	66,1	(9,0)
<i>Ricavi pubblicitari (1)</i>	171,0	32,1	152,0	30,5	19,0
<i>Ricavi editoriali diversi</i>	40,6	7,6	16,8	3,4	23,8
Costi operativi	(392,1)	73,7	(374,3)	75,1	(17,8)
Costo del lavoro	(105,0)	19,7	(95,9)	19,2	(9,1)
Svalutazione crediti	(2,7)	0,5	(2,8)	0,6	0,1
Accantonamenti per rischi	(1,1)	0,2	(0,5)	0,1	(0,6)
<b>B. EBITDA</b>	<b>31,4</b>	<b>5,9</b>	<b>25,0</b>	<b>5,0</b>	<b>6,4</b>
Amm.immobilizzazioni immateriali	(4,5)	0,8	(3,0)	0,6	(1,5)
Amm.immobilizzazioni materiali	(8,1)	1,5	(4,4)	0,9	(3,7)
Altre svalutazioni immobilizzazioni	(0,1)	0,0	0,0	0,0	(0,1)
<b>C. Risultato operativo</b>	<b>18,7</b>	<b>3,5</b>	<b>17,6</b>	<b>3,5</b>	<b>1,1</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	3,6	0,7	0,2	0,0	3,4
Proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	0,0	0,0	50,8	10,2	(50,8)
Proventi (oneri) da partecipazioni a equity	1,9	0,4	(0,6)	0,1	2,5
<b>D. Risultato prima delle imposte</b>	<b>24,2</b>	<b>4,5</b>	<b>68,0</b>	<b>13,6</b>	<b>(43,9)</b>
Imposte sul reddito dell'esercizio	12,4	2,3	14,3	2,9	(1,9)
<b>E. Risultato attività destinate a continuare</b>	<b>36,5</b>	<b>6,9</b>	<b>82,3</b>	<b>16,5</b>	<b>(45,8)</b>
Risultato delle attività destinate alla dismissione	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>F. Risultato netto prima degli interessi di terzi</b>	<b>36,5</b>	<b>6,9</b>	<b>82,3</b>	<b>16,5</b>	<b>(45,8)</b>
(Utile) perdita netta di competenza di terzi	(2,8)	0,5	0,6	0,1	(3,4)
<b>G. Risultato netto di periodo</b>	<b>33,7</b>	<b>6,3</b>	<b>82,9</b>	<b>16,6</b>	<b>(49,2)</b>

(1) I ricavi pubblicitari al 31 marzo 2006 comprendono 120,5 milioni realizzati tramite la concessionaria del Gruppo RCS Pubblicità (di cui 70,1 milioni da Quotidiani Italia, 23,1 milioni da Periodici, 4,7 milioni da Broadcast e 22,6 milioni vendendo spazi di editori terzi) e 50,5 milioni realizzati direttamente dagli editori (di cui 31,6 milioni si riferiscono a Quotidiani Spagna, 10,8 milioni a Blei, 7,1 milioni a Periodici, 0,2 milioni a Broadcast e 0,8 milioni a altre).

Al 31 marzo 2005 i ricavi pubblicitari realizzati tramite RCS Pubblicità sono pari a 108 milioni (di cui 64,1 milioni da Quotidiani Italia, 19,8 milioni da Periodici, 3,5 milioni da Broadcast e 20,6 milioni vendendo spazi di editori terzi) e 44 milioni realizzati direttamente dagli editori (di cui 26,2 milioni si riferiscono a Quotidiani Spagna, 11 milioni a Blei, 6,3 milioni a Periodici e 0,5 milioni a Broadcast).

## Gruppo RCS MediaGroup

### Stato patrimoniale consolidato riclassificato

(in milioni di euro)	31 marzo 2006	%	31 dicembre 2005	%
Immobilizzazioni Immateriali	454,9	37,6	448,2	38,2
Immobilizzazioni Materiali	361,6	29,9	360,2	30,7
Immobilizzazioni Finanziarie	493,6	40,8	438,8	37,4
<b>A. Attivo Immobilizzato Netto</b>	<b>1.310,1</b>	<b>108,3</b>	<b>1.247,2</b>	<b>106,2</b>
Rimanenze	151,9	12,6	147,6	12,6
Crediti commerciali	556,7	46,0	599,2	51,0
Debiti commerciali	(560,8)	(46,3)	(574,8)	(48,9)
Altre attività/passività	15,6	1,3	19,9	1,7
<b>B. Capitale d'Esercizio</b>	<b>163,4</b>	<b>13,5</b>	<b>191,9</b>	<b>16,3</b>
Fondi per rischi e oneri e per imposte differite	(153,0)	(12,6)	(155,4)	(13,2)
Fondi per benefici ai dipendenti	(110,2)	(9,1)	(109,0)	(9,3)
<b>C. Capitale Investito Netto</b>	<b>1.210,2</b>	<b>100,0</b>	<b>1.174,6</b>	<b>100,0</b>
<b>Patrimonio netto</b>	<b>1.181,8</b>	<b>97,7</b>	<b>1.126,9</b>	<b>95,9</b>
Debiti finanziari a medio lungo termine	245,8	20,3	242,3	20,6
Debiti finanziari a breve termine	80,3	6,6	90,2	7,7
Disponibilità e crediti finanziari a breve termine	(297,7)	(24,6)	(284,8)	(24,2)
<b>D. Indebitamento finanziario netto (disponibilità)</b>	<b>28,4</b>	<b>2,3</b>	<b>47,7</b>	<b>4,1</b>
<b>E. Totale fonti di finanziamento</b>	<b>1.210,2</b>	<b>100,0</b>	<b>1.174,6</b>	<b>100,0</b>

### Ripartizione ricavi per settori di Business

	31 marzo 2006					31 marzo 2005				
	RICAVI	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi	RICAVI	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi
Quotidiani Italia	178,4	30,0	17%	26,0	15%	178,2	28,9	16%	27,7	16%
Quotidiani Spagna	79,9	9,0	11%	6,8	9%	75,1	9,3	12%	6,4	9%
<b>Totale Quotidiani</b>	<b>258,3</b>	<b>39,0</b>	<b>15%</b>	<b>32,8</b>	<b>13%</b>	<b>253,3</b>	<b>38,2</b>	<b>15%</b>	<b>34,1</b>	<b>13%</b>
Libri	146,9	(5,1)	(3)%	(6,2)	(4)%	155,6	(9,4)	(6)%	(10,2)	(7)%
Periodici	73,1	(2,9)	(4)%	(3,2)	(4)%	56,7	(0,4)	(1)%	(1,5)	(3)%
Broadcast	6,4	(2,1)	(33)%	(2,8)	(44)%	4,9	(0,5)	(10)%	(1,1)	(22)%
Pubblicità	131,4	2,4	2%	2,4	2%	119,0	0,3	0%	0,2	0%
DADA	22,7	3,4	15%	2,4	11%	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a
Funzioni Corporate	14,7	(3,3)	n.a	(5,9)	n.a	14,1	(3,2)	n.a	(4,1)	n.a
Diverse ed elisioni	(121,2)	0,0	0%	(0,8)	1%	(105,1)	0,0	0%	0,2	0%
<b>Consolidato RCS Mediagroup</b>	<b>532,3</b>	<b>31,4</b>	<b>6%</b>	<b>18,7</b>	<b>4%</b>	<b>498,5</b>	<b>25,0</b>	<b>5%</b>	<b>17,6</b>	<b>4%</b>