



Comunicato Stampa

CdA RCS MediaGroup: approvati i risultati al 31 marzo 2011*

- **Ricavi consolidati pari a 472,9 milioni (472,6 milioni a perimetro omogeneo nel primo trimestre 2010)**
- **Ricavi pubblicitari di Gruppo in crescita di 4,3 milioni (+2,7%), pari a 163,5 milioni**
- **EBITDA pre oneri e proventi non ricorrenti positivo per 5,3 milioni (negativo per 2,9 milioni a perimetro omogeneo nel primo trimestre 2010)**
- **EBITDA post oneri e proventi non ricorrenti positivo per 3,1 milioni (negativo per 2,7 milioni a perimetro omogeneo nel primo trimestre 2010)**
- **Risultato netto di periodo pari a -20,9 milioni, in miglioramento di circa 10 milioni rispetto al pari periodo 2010**
- **Indebitamento finanziario ridotto a 949,9 milioni, in miglioramento di circa 21 milioni rispetto al 31 dicembre 2010**
- **Piano di Interventi: realizzati ulteriori benefici per oltre 5 milioni, che si aggiungono ai 226 milioni realizzati sino al 31 dicembre 2010**

- **Convocata l'Assemblea dei Soci per deliberare sull'ampliamento dell'oggetto sociale, in modo da consentire l'esercizio diretto delle attività editoriali, anche in funzione dell'avvio di un programma di razionalizzazione e semplificazione societaria del Gruppo**

Milano, 12 maggio 2011 – Il Consiglio di Amministrazione di RCS MediaGroup, riunitosi in data odierna e presieduto da Piergaetano Marchetti, ha esaminato e approvato all'unanimità i risultati al 31 marzo 2011. Di seguito sono riportati i principali risultati del primo trimestre 2011, confrontati con quelli del corrispondente periodo del 2010:

Dati Consolidati * (Milioni di Euro)	I° Q 2011	1° Q 2010 OMOGENEO*	I° Q 2010 REPORTED**
Ricavi consolidati di Gruppo	472,9	472,6	491,6
EBITDA pre oneri e proventi non ricorrenti	5,3	(2,9)	(7,1)
EBITDA post oneri e proventi non ricorrenti	3,1	(2,7)	(6,9)
EBIT	(21,2)		(31,5)
Risultato netto	(20,9)		(30,8)

Dati Patrimoniali * (Milioni di Euro)	31/03/2011	31/12/2010
Indebitamento finanziario netto	949,9	970,8

*In data 21 gennaio 2011 è stata ceduta GE Fabbri: nel primo trimestre 2010 aveva realizzato ricavi per 18,9 milioni e un EBITDA negativo per 4,2 milioni. A partire dal 1° gennaio 2011 GE Fabbri è stata esclusa dal perimetro di consolidamento.

** dato come riportato nel Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2010.

Indicatori alternativi di performance:

- EBITDA - da intendersi come risultato operativo ante ammortamenti e svalutazioni delle immobilizzazioni.

- Indebitamento finanziario netto - indicatore della struttura finanziaria, determinato quale risultante dei debiti finanziari correnti e non correnti al netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti nonché delle attività finanziarie correnti e delle attività finanziarie non correnti per strumenti derivati.

Andamento del Gruppo nel primo trimestre 2011

Il contesto macroeconomico del primo trimestre dell'esercizio 2011 ha confermato la generale flessione dei mercati tradizionali in cui opera il Gruppo, in parte compensata dalla crescita della raccolta pubblicitaria sui mezzi *on-line* e dall'andamento del mercato dei libri. Permane la scarsa visibilità sulle future tendenze del contesto macroeconomico, in particolare per la raccolta pubblicitaria sui mezzi stampa.

I **ricavi netti consolidati** di Gruppo si attestano a 472,9 milioni, in crescita rispetto ai 472,6 milioni a perimetro omogeneo del pari periodo 2010 (491,6 milioni reported), principalmente per il positivo andamento dei ricavi pubblicitari (+2,7%).

I **ricavi diffusionali** sono pari a 243,1 milioni e risultano a perimetro omogeneo in lieve calo del 2,2% rispetto al primo trimestre 2010 per il positivo apporto delle aree Quotidiani Italia e Libri (al netto del settore Collezionabili), che contrastano parzialmente il decremento di Quotidiani Spagna.

I **ricavi pubblicitari** di Gruppo, che beneficiano della leadership dei propri brand e dello sviluppo sempre più integrato tra stampa e mezzi multimediali, sono in crescita di 4,3 milioni (+2,7%) e si attestano a 163,5 milioni: l'aumento è riconducibile in particolare al buon andamento delle aree Quotidiani Spagna (+8%) e Quotidiani Italia (+2,5%).

I **ricavi editoriali diversi**, in incremento di 1,6 milioni, sono pari a 66,3 milioni (64,7 milioni nel primo trimestre 2010), riflettendo in particolare i buoni risultati delle aree Libri e Quotidiani Italia, che compensano i cali dei ricavi di Digicast e dell'area Periodici.

L'**EBITDA pre oneri e proventi non ricorrenti** risulta positivo per 5,3 milioni, in crescita di 8,2 milioni rispetto al primo trimestre 2010 a perimetro omogeneo (crescita di 10 milioni rispetto al primo trimestre reported), per la tenuta di tutte le aree di attività e in particolare per il miglioramento delle aree Quotidiani Italia, Libri e Quotidiani Spagna.

L'**EBITDA post oneri e proventi non ricorrenti** è positivo per 3,1 milioni rispetto al risultato negativo di 2,7 milioni a perimetro omogeneo del pari periodo 2010 (-6,9 milioni reported), considerando rispettivamente oneri netti non ricorrenti pari a 2,2 milioni e proventi netti non ricorrenti per 0,2 milioni.

Il **Piano di Interventi** annunciato a maggio 2009 ha generato nel primo trimestre 2011 ulteriori benefici per 5,2 milioni, che - sommati ai 226 milioni precedentemente realizzati - portano a benefici complessivi per oltre 231 milioni, fondamentali per il Gruppo nel fronteggiare la pesante crisi del settore e sostenere lo sviluppo.

Il **risultato operativo (EBIT)**, pari a -21,2 milioni, è in miglioramento di 10,3 milioni rispetto ai -31,5 del primo trimestre 2010 e riflette i positivi fenomeni sopra descritti.

Gli **oneri finanziari netti** risultano pari a 5,4 milioni (8,9 milioni nel primo trimestre 2010). La variazione positiva di 3,5 milioni è prevalentemente attribuibile ai benefici originati dalle coperture sui tassi di interesse.

Il **risultato netto di periodo** è pari a - 20,9 milioni, in miglioramento di 9,9 milioni rispetto al pari periodo 2010.

L'**indebitamento finanziario netto** si riduce ulteriormente di 20,9 milioni rispetto al 31 dicembre 2010 e si attesta a 949,9 milioni grazie al miglioramento del cash flow della gestione tipica e alla cessione delle partecipazioni in E-Box e GE Fabbri (per quest'ultima, i benefici finanziari della cessione si manifesteranno anche nel corso dei prossimi mesi).

L'**organico medio**, pari a 6.056 risorse, si riduce di 156 unità rispetto al pari periodo 2010 principalmente per effetto dell'attuazione dei piani di riorganizzazione che coinvolgono tutte le aree del Gruppo, compensata in parte dal potenziamento delle attività *new media*.

Commenti sull'andamento della gestione nel primo trimestre

I **ricavi** dell'area **Quotidiani Italia**, pari a 146,4 milioni, sono in crescita del 6% rispetto al pari periodo 2010. I **ricavi pubblicitari**, pari a 64,7 milioni, incrementano del 2,5%. La **raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi on-line**, in costante crescita (+25,5%), ha raggiunto il 13,7% dei ricavi pubblicitari dell'area. Il sistema *Corriere della Sera* risulta pressoché in linea con il primo trimestre 2010, il sistema *La Gazzetta dello Sport* conferma l'evoluzione positiva, registrando un forte incremento, mentre City continua ad evidenziare una flessione. I **ricavi diffusionali** aumentano da 71,5 milioni a 77,1 milioni, principalmente per la tenuta delle vendite edicola e il buon andamento dei collaterali.

Corriere della Sera e *La Gazzetta dello Sport* mantengono una posizione di leadership diffusionale complessiva nei settori di riferimento, rispettivamente con copie medie diffuse nel periodo pari a 482 mila e 294 mila. *La Gazzetta dello Sport* si conferma il giornale più letto con 4,1 milioni di lettori medi giornalieri e il *Corriere della Sera* registra un ulteriore incremento dei lettori del 2,9% rispetto al trimestre precedente, tornando a superare i 3 milioni di lettori medi giornalieri (fonte Audipress 2011/I).

Continuano le attività di valorizzazione dei due sistemi editoriali e di sviluppo sui nuovi media in ottica multiplatforma: tutti gli indicatori di traffico e lettura dei siti internet continuano a registrare una costante e massiccia crescita, raggiungendo per le due testate i 30,9 milioni di utenti unici medi mensili "non duplicati" (+28%). I siti *on-line corriere.it* e *gazzetta.it* registrano utenti unici medi nei giorni feriali rispettivamente pari a 1,9 milioni (+23%) e 946 mila (+5%). A fine marzo risultavano attivati oltre 24 mila abbonamenti per *smartphone* e *tablet* alle due testate, con oltre 770 mila applicazioni scaricate. Ad ulteriore potenziamento della presenza editoriale sui new media, nel corso del trimestre è stata implementata la nuova release 1.7 di *Corriere della Sera* per iPad. Complessivamente le edizioni digitali dei due quotidiani hanno raggiunto a fine marzo i 26 mila abbonati attivi.

L'**EBITDA**, è positivo per 15,9 milioni, in miglioramento rispetto agli 11,5 milioni del corrispondente periodo 2010 (ricependo rispettivamente proventi netti non ricorrenti per 1,4 milioni e 0,5 milioni), in particolare per effetto dei maggiori ricavi diffusionali e della crescita dei ricavi pubblicitari.

In Spagna, **Unidad Editorial** registra **ricavi** pari a 116,7 milioni rispetto ai 122,7 del pari periodo 2010. I **ricavi pubblicitari**, pari a 50,2 milioni, crescono dell'8% con andamenti significativamente migliori del mercato in tutti i segmenti in cui opera, principalmente per effetto dei buoni risultati di *Marca*, dell'*on-line*, della tv e della radio. La **raccolta pubblicitaria complessiva sui mezzi on-line** ha raggiunto il 18% circa dei ricavi pubblicitari dell'area. I **ricavi editoriali** raggiungono i 55,4 milioni (65,8 nel primo trimestre 2010), principalmente per i minori lanci di prodotti collaterali e per la flessione delle diffusioni.

El Mundo.es si conferma secondo quotidiano nazionale con 268 mila copie medie giornaliere, mentre *Marca*, testata leader nell'informazione sportiva, si attesta a 244 mila copie (Fonte OJD).

I siti *on-line* continuano a registrare ottime performance: *elmundo.es* - rafforzando ulteriormente la leadership mondiale tra i siti informativi generalisti in lingua spagnola - raggiunge la media di 28,8 milioni di utenti unici mensili (+20%), *marca.com* è leader assoluto tra i siti spagnoli con una media di 31,8 milioni di utenti unici mensili (+48,8%), e *expansion.com* - leader nell'informazione finanziaria e completamente rinnovato nell'offerta - arriva ad una media di 3,2 milioni di utenti unici mensili (+38%). Le edizioni elettroniche su *Orbyt* di *ElMundo.es*, *Marca* e *Expansión* hanno raggiunto i 29 mila abbonati.

L'**EBITDA**, negativo per motivi di stagionalità per 3,2 milioni, è in miglioramento di 1 milione rispetto al primo trimestre 2010.

I **ricavi** dell'area **Libri**, in crescita a perimetro omogeneo di 0,5 milioni rispetto al primo trimestre 2010, sono pari a 99,6 milioni (118 milioni del medesimo periodo 2010 reported). Tra i titoli di maggior successo si segnalano *"Il cimitero di Praga"* di Umberto Eco (Bompiani), *"Vandali. L'assalto alle bellezze d'Italia"* di Gian Antonio Stella e Sergio Rizzo (Rizzoli) e *"Ma vie davant, ma vie d'après"* di Philippe Bouvard (Flammarion).

L'**EBITDA**, negativo per 2,6 milioni per motivi di stagionalità, è in miglioramento a perimetro omogeneo ed escludendo oneri e proventi non ricorrenti di 3,6 milioni rispetto al primo trimestre 2010.

I **ricavi** dell'area **Periodici** sono pari a 50,8 milioni rispetto ai 51,5 milioni dell'analogo periodo 2010: i **ricavi editoriali** raggiungono i 21,2 milioni, in lieve aumento di 0,2 milioni rispetto al primo trimestre 2010 per effetto del buon andamento edicola di *Io Donna* e *Oggi*. I **ricavi pubblicitari** passano da 23,5 milioni a 22,9 milioni.

Il *Sistema Femminile* vede i positivi risultati dei ricavi diffusionali e pubblicitari per effetto delle performance di

A, *Io Donna* e *Amica* e per la crescita di *Leiweb.it*, con 2,7 milioni di utenti unici (+35% rispetto al primo trimestre 2010). Il *Sistema Arredamento* registra diffusioni edicola stabili e il traffico crescente di *AtCasa.it*. I settori *Lifestyle* e *Sistema Maschili* mostrano ricavi in flessione, mentre il *Sistema Familiari* registra andamenti complessivamente stabili, con la buona performance del settimanale *Oggi*.

L'**EBITDA**, pari a -4,5 milioni, è in miglioramento di 0,5 milioni rispetto al primo trimestre 2010.

L'**area Attività televisive (Digicast)** presenta **ricavi** pari a 5,9 milioni rispetto ai 6,4 milioni del pari periodo 2010, a causa dell'interruzione della programmazione sul canale Jimmy. I ricavi pubblicitari risultano in lieve calo. L'**EBITDA** passa da 2,5 a 2,2 milioni.

Il **gruppo Dada** registra **ricavi** pari a 39,2 milioni, in miglioramento rispetto ai 38,6 milioni del primo trimestre 2010 (che contenevano anche il contributo di 0,2 milioni di E-Box). L'**EBITDA ante oneri e proventi non ricorrenti** passa da 2,6 milioni a 2,8 milioni (1,4 considerando oneri non ricorrenti nel primo trimestre 2011). La divisione Dada.pro contribuisce ai ricavi di Gruppo per il 60% (55% nell'analogo periodo 2010).

Evoluzione prevedibile della gestione

Il contesto macroeconomico del primo trimestre dell'esercizio 2011 fa registrare l'attenuazione del trend di leggera ripresa che si era manifestato nel 2010, confermando e sottolineando ancora una volta la difficoltà degli operatori nel prevedere gli sviluppi futuri del settore. L'andamento complessivo resta comunque caratterizzato da una sempre più accentuata differenziazione delle dinamiche dei singoli comparti e delle diverse aree geografiche. Pur tenendo conto dei rischi e delle incertezze ancora presenti nello scenario macroeconomico, RCS MediaGroup conferma quanto previsto nel bilancio al 31 dicembre, e cioè che considera il 2011 come un anno di stabilizzazione e di proseguimento nella transizione verso modelli di business innovativi e sfidanti, in coerenza con le linee guida del Piano Triennale 2011-2013. Prosegue inoltre l'ulteriore focalizzazione dell'attenzione sul Customers Relationship Management trasversale a tutte le aree di business, con l'obiettivo di privilegiare la relazione con il lettore, promuovendone la fidelizzazione attraverso programmi integrati sia di Gruppo, sia di brand.

Tra le attività del Gruppo, la raccolta pubblicitaria continuerà ad essere caratterizzata dalla progressiva affermazione dei mezzi di raccolta on-line. A livello complessivo si prevedono ricavi pubblicitari in miglioramento ancorché contenuto.

Le diffusioni continueranno a confrontarsi con la fase di evoluzione del modello di business. La forte accelerazione dei progetti cross-mediali e digitali consentirà di mitigare la flessione del prodotto cartaceo non escludendosi per alcune testate un'inversione del trend.

L'area Libri ha contribuito allo sviluppo multimediale con le recenti implementazioni di nuove piattaforme distributive editoriali e l'esordio del libro multimediale. I ricavi dell'area Libri per il 2011 sono previsti sostanzialmente stabili.

Il gruppo Dada opera in un contesto difficile. Il perdurare di tale scenario di riferimento, e le azioni di razionalizzazione del portafoglio di attività con conseguente sottoscrizione del contratto di cessione della partecipazione in Dada.net a Buongiorno S.p.A. in data 19 aprile, impediscono di delineare con precisione, al momento, la previsione dell'evoluzione delle attività dell'intero esercizio 2011.

Il Piano di Interventi varato nel 2009, che ha superato in largo anticipo il target prefissato di 200 milioni e i cui costi hanno gravato per la quasi totalità sul 2009, manifesterà i suoi effetti positivi e strutturali anche nell'esercizio 2011, garantendo una migliore organizzazione e risorse per lo sviluppo. In relazione al permanere delle incertezze di mercato, si rende comunque necessario non considerare terminate le azioni di efficientamento, che impongono un'ulteriore e continua attenzione ai costi ed al miglioramento dei processi produttivi, nonché di azioni dirette a semplificare l'organizzazione e la struttura societaria del Gruppo. Continua altresì l'attento e costante monitoraggio della Posizione Finanziaria Netta, che si conferma prevista anche per il 2011 in ulteriore miglioramento.

Non si esclude infine la valutazione di revisioni ulteriori del perimetro di Gruppo (o di singoli comparti), compatibilmente con la situazione del mercato, rispetto alle attività ritenute non core ed alla luce delle prospettive dei rispettivi settori.

In assenza di eventi allo stato non prevedibili e ferma restando la preoccupazione derivante dalla scarsa visibilità e prevedibilità, si confida per l'esercizio 2011 in un risultato netto in miglioramento rispetto al 2010, sostenuto

dagli interventi strutturali e dal continuo ed incisivo proseguimento delle azioni di contenimento dei costi, sempre accompagnate da investimenti e soprattutto da azioni a supporto dello sviluppo delle attività multimediali e per la tutela ed il rafforzamento della qualità dei prodotti.

Proposta di modifica degli Articoli 2 (oggetto) e 19 (deleghe di poteri) dello Statuto sociale. Processo di razionalizzazione e semplificazione societaria del Gruppo.

Il Consiglio di Amministrazione di RCS MediaGroup ha deliberato di avviare un programma di razionalizzazione e semplificazione della struttura societaria del Gruppo. L'esatto perimetro interessato da tale programma verrà definito prossimamente, fermo che, comunque, il processo coinvolgerà esclusivamente società italiane interamente controllate, in via diretta o indiretta, dalla Società. Si prevede che il programma sia realizzato mediante operazioni di fusione per incorporazione di società interamente possedute ai sensi dell'art. 2505 del codice civile deliberate dal Consiglio di Amministrazione in virtù di quanto consentito dall'articolo 17 dello Statuto sociale.

Prodromica a questo programma è la modifica dell'oggetto sociale di RCS MediaGroup, oggi limitato all'attività di holding, che dovrà essere esteso all'esercizio di attività editoriali ed attinenti all'informazione in genere, all'attività pubblicitaria e ad attività ad esse connesse.

A tal fine, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di convocare l'Assemblea dei Soci, in sede straordinaria, presso gli uffici della Società in Milano, via Balzan n. 3, per il giorno 20 giugno 2011, in prima convocazione, e, occorrendo, in seconda convocazione, per il giorno 21 giugno 2011.

L'Assemblea dei Soci sarà chiamata a deliberare sulla proposta di ampliamento dell'oggetto sociale nel senso sopra indicato (Articolo 2 dello Statuto sociale), nonché in merito ad una riformulazione dell'articolo 19 dello Statuto sociale intesa, in particolare, a delineare con maggior precisione la governance, fondata sul Consiglio di Amministrazione, il Comitato Esecutivo e l'Amministratore Delegato.

Si specifica che l'eventuale approvazione da parte dell'Assemblea dei Soci dell'ampliamento dell'oggetto sociale comporta il riconoscimento del diritto di recesso in favore degli azionisti sia ordinari che di risparmio che non hanno concorso alla deliberazione.

Ai sensi dell'articolo 2437-ter, comma 3, del codice civile, il corrispettivo del recesso sarà pari alla media aritmetica semplice dei prezzi di chiusura di borsa nei sei mesi antecedenti la data di pubblicazione dell'avviso di convocazione dell'Assemblea Straordinaria (alla data odierna circa Euro 1,162 per le azioni ordinarie e circa Euro 0,795 per le azioni di risparmio).

La Società provvederà a comunicare l'esatto valore unitario di liquidazione delle azioni ordinarie e di risparmio ai fini del recesso nei termini e con le modalità previste dalla normativa vigente.

Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Riccardo Stilli, 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.

Si informa che il Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2011 sarà messo a disposizione del pubblico presso la sede legale della Società e presso Borsa Italiana S.p.A., oltre che pubblicato sul sito internet della Società www.rcsmediagroup.it, nei termini prescritti.

Per ulteriori informazioni:

RCS MediaGroup - Media Relations

Maria Verdiana Tardi - 02 2584 5412 - verdiana.tardi@rcs.it

RCS MediaGroup - Investor Relations

Federica De Medici - 02 2584 5508 - federica.demedici@rcs.it

www.rcsmediagroup.it

Gruppo RCS MediaGroup

Conto economico consolidato riclassificato

(in milioni di euro)	1° trimestre		1° trimestre		Differenza
	2011	%	2010	%	
	(4) A		(4) B		
Ricavi netti	472,9	100,0	491,6	100,0	(18,7)
<i>Ricavi diffusionali</i>	243,1	51,4	267,7	54,5	(24,6)
<i>Ricavi pubblicitari (1)</i>	163,5	34,6	159,2	32,4	4,3
<i>Ricavi editoriali diversi (2)</i>	66,3	14,0	64,7	13,2	1,6
Costi operativi	(348,2)	(73,6)	(375,7)	(76,4)	27,5
Costo del lavoro	(114,6)	(24,2)	(116,3)	(23,7)	1,7
Svalutazione crediti	(4,2)	(0,9)	(4,3)	(0,9)	0,1
Accantonamenti per rischi	(2,8)	(0,6)	(2,2)	(0,4)	(0,6)
EBITDA (3)	3,1	0,7	(6,9)	(1,4)	10,0
Amm.immobilizzazioni immateriali	(14,9)	(3,2)	(13,9)	(2,8)	(1,0)
Amm.immobilizzazioni materiali	(9,4)	(2,0)	(10,0)	(2,0)	0,6
Altre svalutazioni immobilizzazioni	0,0	0,0	(0,7)	(0,1)	0,7
Risultato operativo (EBIT)	(21,2)	(4,5)	(31,5)	(6,4)	10,3
Proventi (oneri) finanziari netti	(5,4)	(1,1)	(8,9)	(1,8)	3,5
Proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	2,3	0,5	0,7	0,1	1,6
Proventi (oneri) da partecipazioni metodo del PN	(2,6)	(0,5)	(0,9)	(0,2)	(1,7)
Risultato prima delle imposte	(26,9)	(5,7)	(40,6)	(8,3)	13,7
Imposte sul reddito	3,4	0,7	5,8	1,2	(2,4)
Risultato attività destinate a continuare	(23,5)	(5,0)	(34,8)	(7,1)	11,3
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	(23,5)	(5,0)	(34,8)	(7,1)	11,3
(Utile) perdita netta di competenza di terzi	2,6	0,5	4,0	0,8	(1,4)
Risultato netto di periodo di Gruppo	(20,9)	(4,4)	(30,8)	(6,3)	9,9

(1) I ricavi pubblicitari del primo trimestre 2011 comprendono 88,7 milioni realizzati tramite la concessionaria del gruppo RCS Pubblicità (di cui 66,2 milioni da Quotidiani Italia, 20,8 milioni da Periodici e 1,7 milioni vendendo spazi di editori terzi) e 74,8 milioni realizzati direttamente dagli editori (di cui 50,2 milioni si riferiscono a Quotidiani Spagna, 8,1 milioni a Quotidiani Italia, 5,9 milioni a Blei, 5,5 milioni a Dada, 5 milioni a Periodici, 0,6 milioni a Digicast, al netto di elisioni verso società del Gruppo per 0,5 milioni).

I ricavi pubblicitari del primo trimestre 2010 comprendono 90,5 milioni realizzati tramite la concessionaria del gruppo RCS Pubblicità (di cui 67,2 milioni da Quotidiani Italia, 21,1 milioni da Periodici e 2,2 milioni vendendo spazi di editori terzi) e 68,7 milioni realizzati direttamente dagli editori (di cui 46,2 milioni si riferiscono a Quotidiani Spagna, 7,4 milioni a Blei, 5,6 milioni a Quotidiani Italia, 5,4 milioni a Periodici, 4,2 milioni a Dada, 0,7 milioni a Digicast, e 0,8 milioni a elisioni verso società del Gruppo).

(2) I ricavi editoriali diversi raccolgono prevalentemente i ricavi del gruppo Dada, i ricavi relativi alla vendita di diritti cinematografici del gruppo Unidad Editorial, i ricavi per attività televisive di Digicast e del gruppo Unidad Editorial, i ricavi per la cessione di royalties a società terze, i ricavi correlati a eventi e manifestazioni sportive in Italia e in Spagna, nonché i ricavi derivanti dalla vendita delle liste clienti e dei cofanetti per l'infanzia delle società del gruppo Sfera.

(3) Da intendersi come risultato operativo ante ammortamenti e svalutazioni.

(4) In data 21 gennaio 2011 è stata ceduta GE Fabbri società editrice di opere collezionabili operante sui mercati esteri, anche attraverso alcune società direttamente controllate. Nel primo trimestre 2010, aveva realizzato ricavi per 18,9 milioni e un EBITDA negativo per 4,2 milioni.

Gruppo RCS MediaGroup

Stato patrimoniale consolidato riclassificato

(in milioni di euro)	31 Marzo 2011	%	31 Dicembre 2010	%
Immobilizzazioni Immateriali	1.579,2	79,4	1.588,9	78,1
Immobilizzazioni Materiali	357,3	18,0	364,9	17,9
Investimenti Immobiliari	1,0	0,1	1,0	0,0
Immobilizzazioni Finanziarie	354,7	17,8	344,7	16,9
Attivo Immobilizzato Netto	2.292,2	115,3	2.299,5	113,0
Rimanenze	160,9	8,1	163,4	8,0
Crediti commerciali	564,6	28,4	668,1	32,8
Debiti commerciali	(638,5)	(32,1)	(699,9)	(34,4)
Altre attività/passività	(98,9)	(5,0)	(94,4)	(4,6)
Capitale d'Esercizio	(11,9)	(0,6)	37,2	1,8
Fondi per rischi e oneri	(76,3)	(3,8)	(87,0)	(4,3)
Fondo imposte differite	(146,2)	(7,4)	(144,9)	(7,1)
Benefici relativi al personale	(70,0)	(3,5)	(69,9)	(3,4)
Capitale Investito Netto Operativo	1.987,8	100,0	2.034,9	100,0
CIN attività destinate alla dismissione	0,0	0,0	3,3	3,3
Capitale investito netto	1.987,8	100,0	2.038,2	100,0
Patrimonio netto	1.037,9	52,2	1.067,4	52,4
Debiti finanziari a medio lungo termine	884,8	44,5	860,6	42,2
Debiti finanziari a breve termine	149,5	7,5	182,2	8,9
Attività finanziarie non correnti per strumenti derivati	(5,7)	(0,3)	(3,1)	(0,2)
Disponibilità e crediti finanziari a breve termine	(78,7)	(4,0)	(68,9)	(3,4)
Indebitamento finanziario netto (1)	949,9	47,8	970,8	47,6
Totale fonti di finanziamento	1.987,8	100,0	2.038,2	100,0

(1) Indicatore della struttura finanziaria determinato quale risultante dei debiti finanziari correnti e non correnti al netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti nonché delle attività finanziarie correnti e delle attività finanziarie non correnti relative agli strumenti derivati. La posizione finanziaria netta definita dalla comunicazione CONSOB DEM/6064293 del 28 luglio 2006 esclude le attività finanziarie non correnti ed è quindi pari a 955,6 milioni (973,9 milioni al 31 dicembre 2010).

Gruppo RCS MediaGroup

Ripartizione ricavi per settori di Business

(in milioni di euro)	1° trimestre 2011					1° trimestre 2010				
	Ricavi	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi	Ricavi	EBITDA	% sui ricavi	EBIT	% sui ricavi
Quotidiani Italia	146,4	15,9	10,9%	11,6	7,9%	138,1	11,5	8,3%	6,9	5,0%
Quotidiani Spagna	116,7	(3,2)	(2,7)%	(9,9)	(8,5)%	122,7	(4,2)	(3,4)%	(11,6)	(9,5)%
Libri (1)	99,6	(2,6)	(2,6)%	(4,1)	(4,1)%	118,0	(9,0)	(7,6)%	(10,8)	(9,2)%
Periodici	50,8	(4,5)	(8,9)%	(4,8)	(9,4)%	51,5	(5,0)	(9,7)%	(5,4)	(10,5)%
Pubblicità	95,4	(3,0)	(3,1)%	(3,4)	(3,6)%	98,2	(2,7)	(2,7)%	(3,1)	(3,2)%
Dada	39,2	1,4	3,6%	(1,8)	(4,6)%	38,6	2,6	6,7%	(0,4)	(1,0)%
Attività Televisive	5,9	2,2	37,3%	(0,8)	(13,6)%	6,4	2,5	39,1%	0,1	1,6%
Funzioni Corporate	12,7	(3,1)	(24,4)%	(8,0)	n.a	13,6	(2,5)	(18,4)%	(7,2)	n.a
Diverse ed elisioni	(93,8)	0,0	n.a	0,0	n.a	(95,5)	(0,1)	n.a	(0,0)	n.a
Consolidato	472,9	3,1	0,7%	(21,2)	(4,5)%	491,6	(6,9)	-1,4%	(31,5)	(6,4)%

(1) In data 21 gennaio 2011 è stata ceduta GE Fabbri società editrice di opere collezionabili operante sui mercati esteri, anche attraverso alcune società direttamente controllate. Nel primo trimestre 2010, aveva realizzato ricavi per 18,9 milioni e un EBITDA negativo per 4,2 milioni.