



Comunicato Stampa
RCS MediaGroup: approvato il Piano Triennale 2011-2013

Gli elementi chiave del Piano:

- **Qualità della produzione editoriale e centralità del “lettore cliente”**
- **Focalizzazione degli investimenti e del modello di business sul multimediale e il digitale**
- **Consolidamento della sostenibilità del Gruppo con una struttura dei costi efficiente e una situazione patrimoniale solida**

Le previsioni 2010-2013*:

- **Ricavi in crescita da 2.259 milioni a 2.453 milioni; CAGR 2,8%**
- **EBITDA in miglioramento da 197 milioni a 296 milioni; CAGR 14,5%**
- **Riduzione del debito da 979 milioni a 677 milioni, senza considerare eventuali dismissioni;**
- **Nei tre anni generazione di flusso di cassa ante investimenti per ca. 530 milioni; investimenti per ca. 160 milioni**

IL PIANO TRIENNALE SARÀ PRESENTATO ALLA COMUNITÀ FINANZIARIA OGGI ALLE ORE 16 A MILANO. La presentazione sarà trasmessa in web streaming sul sito www.rcsmediagroup.it e sarà possibile collegarsi attraverso conference call.

Milano, 17 dicembre 2010 – Il Consiglio di Amministrazione di RCS MediaGroup si è riunito in data odierna, presieduto da Piergaetano Marchetti. In apertura dei lavori, il Presidente, con la commossa partecipazione dell'intero Consiglio e del Collegio Sindacale, ha ricordato l'opera e la figura del Consigliere prof. Berardino Libonati, recentemente scomparso. Il Consiglio ha preso atto delle dimissioni dell'avv. Marco De Luca, rivolgendogli un caloroso ringraziamento per l'impegno profuso. Con deliberazione approvata dal Collegio Sindacale, il Consiglio ha quindi provveduto a cooptare:

- preso atto della rinuncia del candidato non eletto della lista di maggioranza presentata in occasione dell'Assemblea del 28 aprile 2009, il dr. Roland Berger, valutato quale Amministratore Indipendente - sia ai sensi dell'art. 148 comma 3 del d.lgs. n. 58/1998 sia delle indicazioni del Codice di Autodisciplina delle società quotate, come già recepite dalla Società, sebbene non in via statutaria - in virtù di quanto comunicato dall'interessato e delle informazioni a disposizione della Società;

- in sostituzione dell'avv. Marco De Luca, eletto dalla lista di minoranza presentata alla suddetta Assemblea - il prof. avv. Giuseppe Rotelli, primo dei non eletti di tale ultima lista (precisandosi che quest'ultimo risulta detenere, indirettamente tramite la società Pandette S.r.l., una partecipazione del 7,546% ed una ulteriore partecipazione “potenziale” - in virtù di un diritto di acquisto - del 3,522% del capitale ordinario della Società.

*I Consiglieri cooptati** resteranno in carica sino alla prossima Assemblea. Il prof. avv. Rotelli è stato chiamato a far parte del Comitato Esecutivo e il dr. Berger del Comitato per il Controllo Interno.*

Il Consiglio ha quindi approvato il Piano Triennale 2011-2013 presentato dall'Amministratore Delegato, Antonello Perricone.

*** I risultati 2010 alla base del Piano fanno riferimento alle più recenti stime previsionali.**

**** che hanno accettato la carica ed il cui curriculum vitae sarà a breve reperibile sul sito internet della Società**

I mercati di riferimento in cui opera il Gruppo RCS stanno affrontando una fase di radicale trasformazione, principalmente per effetto dell'innovazione tecnologica, dell'evoluzione dei comportamenti di lettori e investitori pubblicitari e per l'ingresso di nuovi competitor, con una conseguente crisi del modello di business tradizionale, che influisce maggiormente sulla stampa periodica. In questo scenario, contrassegnato anche da una fase recessiva globale, crescono le opportunità di sviluppo dei ricavi da attività digitali e permane la contrazione dei mercati dei media tradizionali, con l'eccezione dell'area libri. L'andamento della raccolta pubblicitaria dei business tradizionali è in parte compensato dalla crescita sui mezzi digitali. Le previsioni elaborate da RCS sull'evoluzione attesa per il mercato pubblicitario dal 2011 al 2013 stimano in Italia una situazione di stabilità per i quotidiani, un -4% per i periodici e un +15,3% per l'on-line, mentre in Spagna un +3% per i quotidiani, un +18,9% per l'on-line e un +4,9% per la tv free-to-air.

In questo contesto in costante evoluzione e caratterizzato da condizioni di incertezza, RCS MediaGroup – nel Piano Triennale – si pone come principali obiettivi lo sviluppo dei ricavi digitali, la flessibilità della struttura dei costi, la continua ricerca di efficienza e la revisione dell'assetto organizzativo. **Cinque le direttrici strategiche:**

- consolidare e rafforzare la **proposta di contenuto editoriale di qualità**, potenziando l'offerta multimediale, mantenendo grande attenzione al valore dei contenuti e alla struttura del prodotto, migliorando l'interazione col lettore e tutelando la diffusione;
- promuovere la **centralità della relazione con il lettore** attraverso lo sviluppo di rapporti duraturi e la fidelizzazione con programmi integrati sia di Gruppo, sia per brand;
- potenziare l'**offerta multimediale e digitale**: evoluzione dei contenuti e dei servizi digitali a pagamento dei power brand Quotidiani in Italia e Spagna, dei Periodici verticali e ulteriore sviluppo dell'offerta di eBook e di video on-line;
- **riprogettare il modello di business**, con particolare focus sui ricavi digitali, sulla flessibilità della struttura dei costi e sulla revisione dell'assetto organizzativo;
- **focalizzare gli investimenti** in Italia e all'estero per supportare l'editoria tradizionale e lo sviluppo del business multimediale, disinvestendo dai soli asset non core.

Nel dettaglio:

- **Quotidiani Italia**: sviluppo multiplatforma dei ricavi dei power brand attraverso il potenziamento delle edizioni digitali a pagamento, la crescita dei video on-line, l'allineamento dell'assetto organizzativo e dell'offerta pubblicitaria. Per il *Corriere della Sera*, la cui centralità costituisce un valore di riferimento per l'intero Gruppo, gli ulteriori e necessari sforzi richiesti per sostenere lo sviluppo atteso saranno accompagnati da investimenti mirati e continuativi, a partire dalla rivisitazione editoriale e dallo sviluppo delle edizioni locali *on* e *off-line*. Per *La Gazzetta dello Sport* gli obiettivi sono il consolidamento della leadership e l'ulteriore sviluppo dei ricavi non editoriali; per *City* il raggiungimento dell'equilibrio economico. EBITDA margin stimato al +14,7% nel 2010 e al +16,1% nel 2013.

- **Unidad Editorial**: sviluppo multiplatforma dei ricavi dei power brand Quotidiani, attraverso il potenziamento dei contenuti digitali a pagamento su Orbyt, incrementi dei prezzi di copertina, il consolidamento della nuova organizzazione editoriale e della concessionaria pubblicitaria. Si prevede inoltre l'ulteriore sviluppo nel DTT con Veo7 e Marca TV e l'aumento dei ricavi non editoriali. EBITDA margin stimato al +8,3% nel 2010 e al +18% nel 2013.

- **Periodici**: concentrazione sui Verticali Periodici in Italia e all'estero, focalizzazione e rafforzamento web e tv del *Sistema Femminile* (restyling *Amica*), sviluppo del *Sistema Arredamento* (restyling *Bravacasa*) e del *Sistema Viaggi* (rafforzamento brand *Dove*), crescita del *Sistema Infanzia* (ricavi digitali e sviluppo internazionale) e recupero di marginalità per il *Sistema Familiari* (sviluppo *Sistema Oggi*). Previste inoltre ulteriori azioni di efficientamento sui costi e una semplificazione societaria. EBITDA margin stimato al +1,9% nel 2010 e al +6,3% nel 2013.

- **Libri:** in Italia e Francia consolidamento della posizione competitiva, anche attraverso eventuali acquisizioni e innovazione digitale. In particolare: per la Varia Italia rafforzamento sui segmenti più attrattivi e potenziamento offerta eBook (con sperimentazione di nuove strategie di pricing e distribuzione); per la Varia Francia rafforzamento sui segmenti con maggiore potenziale di crescita; per la Scolastica consolidamento della posizione di mercato e potenziamento dell'offerta multimediale e digitale; per la Collezionabili recupero dei margini. EBITDA margin stimato al +8,9% nel 2010 e al +9,7% nel 2013.
- **Pubblicità:** ridefinizione del modello organizzativo per aumentare presidio e penetrazione di mercato e sviluppo di una nuova offerta basata su progetti integrati, sulla valorizzazione dei power brand e su nuovi format multimediali.

Il Gruppo si prefigge di allineare l'**assetto organizzativo** agli obiettivi strategici al fine di cogliere le sinergie trasversali all'organizzazione, proseguendo le azioni di efficienza su tutte le attività e dotandosi delle risorse necessarie per affrontare le nuove sfide del Piano attraverso sviluppo interno e acquisizione di competenze all'esterno.

Per il triennio 2011-2013 RCS MediaGroup prevede quindi - sulla base delle assunzioni sopra formulate - di raggiungere i seguenti risultati, stimati con riferimento al II Forecast 2010.

I **Ricavi** di Gruppo sono stimati in crescita da 2,259 milioni nel 2010 a 2,453 milioni nel 2013. Per i Ricavi viene stimato un CAGR in crescita del 2,8%, con i ricavi da business tradizionale sostanzialmente stabili e quelli da attività digitali e multimediali in aumento del 20,8%.

L'**EBITDA** di Gruppo è stimato in miglioramento da 197 milioni nel 2010 a 296 milioni nel 2013, con un CAGR del 14,5% e con una redditività che passa dall'8,7% del 2010 al 12% del 2013, anche per il proseguimento delle azioni di efficienza.

L'**EBIT** di Gruppo è stimato in aumento da 80 milioni nel 2010* a 201 milioni nel 2013**.

Per quanto attiene la gestione finanziaria, si prevede per il triennio una generazione di **flusso di cassa** ante investimenti di circa 530 milioni, mentre gli **investimenti** ammontano a circa 160 milioni. Il debito si riduce da 979 milioni a 677 milioni, senza considerare il contributo derivante da eventuali dismissioni. Il Piano non comprende gli effetti di eventuali revisioni di perimetro; il Consiglio peraltro ha confermato l'orientamento di addivenire a dismissioni in tutto o in parte di attività o cespiti ritenuti - anche in relazione all'andamento di mercato - non strategici, o comunque ad altre forme di valorizzazione degli stessi. Continua al riguardo, anche con riferimento a Dada, il lavoro di monitoraggio del mercato affidato - come noto - ad un primario advisor finanziario.

* includendo GE Fabbri e impairment test al 30 giugno 2010. Soggetto ad ulteriore verifica dell'impairment test al 31 dicembre 2010.

**escludendo impairment test.

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