



CAIROCOMMUNICATION

Relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2024

Cairo Communication S.p.A.
Sede Sociale in Milano
Via Angelo Rizzoli 8
Capitale Sociale Euro 6.989.663,10



Consiglio di Amministrazione (*)

Urbano Cairo (**)	Presidente
Uberto Fornara	Amministratore Delegato
Daniela Bartoli	Consigliere
Valentina Beatrice Manfredi	Consigliere
Laura Maria Cairo	Consigliere
Federico Cairo	Consigliere
Roberto Cairo	Consigliere
Massimo Ferrari	Consigliere
Paola Mignani	Consigliere
Marco Pompignoli	Consigliere

Comitato Controllo e Rischi

Massimo Ferrari	Consigliere
Daniela Bartoli	Consigliere
Paola Mignani	Consigliere

Comitato per le Remunerazioni e le Nomine

Paola Mignani	Consigliere
Daniela Bartoli	Consigliere
Valentina Manfredi	Consigliere

Collegio Sindacale (*)**

Michele Paolillo	Presidente
Gloria Marino	Sindaco effettivo
Maria Pia Maspes	Sindaco effettivo
Emilio Fano	Sindaco supplente
Francesco Brusco	Sindaco supplente

Società di revisione (**)**

Deloitte & Touche S.p.A.

(*) Il Consiglio di Amministrazione è stato nominato con delibera dell'Assemblea degli Azionisti tenutasi in data 8 maggio 2023. Gli Amministratori sono in carica per gli esercizi 2023-2024-2025, e quindi sino all'Assemblea di approvazione del Bilancio relativo all'esercizio 2025

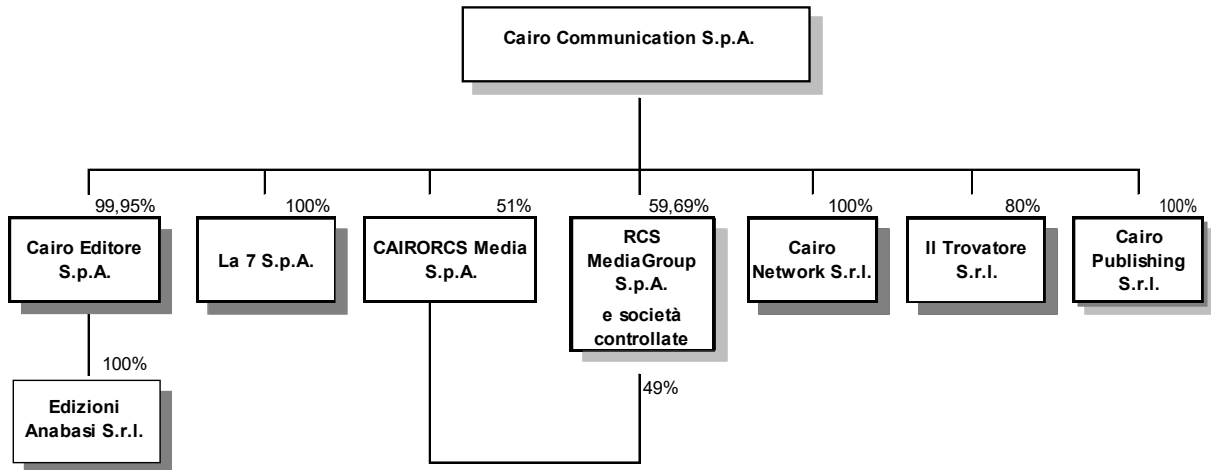
(**) Poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, con firma singola, con limiti stabiliti dal Consiglio di Amministrazione

(***) Il Collegio Sindacale in carica alla data di approvazione della presente Relazione, è stato nominato con delibera dell'Assemblea degli Azionisti tenutasi in data 8 maggio 2023. I Sindaci sono in carica per gli esercizi 2023-2024-2025 e quindi sino all'Assemblea di approvazione del Bilancio relativo all'ultimo di tali esercizi.

(****) In carica sino all'Assemblea di approvazione del Bilancio relativo all'esercizio 2028



Il Gruppo al 30 giugno 2024



Relazione intermedia sulla gestione al 30 giugno 2024

Nel primo semestre 2024 il Gruppo ha operato in qualità di:

- editore di periodici e libri (Cairo Editore/Editoriale Giorgio Mondadori e Cairo Publishing);
- editore televisivo (La7, La7d) e internet (La7.it, TG.La7.it) e operatore di rete (Cairo Network);
- concessionaria multimediale per la vendita di spazi pubblicitari (CAIRORCS Media);
- editore di quotidiani, periodici (settimanali e mensili) e libri, in Italia e Spagna, attraverso RCS MediaGroup, che è anche attiva nell'organizzazione di eventi sportivi di significativa rilevanza a livello mondiale e nella distribuzione alle edicole con la società controllata m-dis.

Il primo semestre 2024 è stato caratterizzato dal perdurare dei conflitti in Ucraina e in Medio Oriente, con le loro conseguenze anche in termini di impatti sull'economia e gli scambi, che continuano a determinare una situazione di generale significativa incertezza. Il Gruppo non presenta una esposizione diretta e/o attività commerciali nei confronti dei mercati colpiti dal conflitto e/o di soggetti sanzionati.

Gli ultimi dati pubblicati dal Fondo monetario internazionale nel luglio 2024 (con il documento *World Economic Outlook– luglio 2024*) stimano per l'Italia un incremento del PIL dello 0,7% nel 2024 e dello 0,9% nel 2025 e per la Spagna un incremento del PIL del 2,4% nel 2024 e del 2,1% nel 2025. A giugno 2024 il tasso di inflazione in Italia presenta una variazione su base annua pari al 0,8% (Fonte: ISTAT - indice FOI senza tabacchi), mentre in Spagna l'inflazione su base annua si attesta al 3,4% (Fonte: Istituto Nazionale di Statistica - INE).

In Italia, nei primi sei mesi del 2024 il mercato pubblicitario (Dati Nielsen) è stato in crescita del 6,7% rispetto al periodo analogo del 2023 con l'*on-line* (esclusi *search*, *social media* e *over the top*) e la TV in crescita rispettivamente del 5,4%, e dell'8,6%. I quotidiani e i periodici registrano una flessione rispettivamente del 7,1% e del 2,8%. In Spagna, nel primo semestre 2024 il mercato della raccolta pubblicitaria segna una crescita del 6,4% rispetto al periodo analogo del 2023 (Fonte: i2p, Arce Media). In particolare, il mercato dei quotidiani e dei periodici segna una flessione rispettivamente del 5,7% e dello 0,6% mentre la raccolta su internet (esclusi *social media*, *search*, *etc.*) e sul comparto radio registrano un incremento rispettivamente del 5,3% e del 4,8%.

Sul fronte diffusionale, nei primi cinque mesi del 2024, in Italia i quotidiani di informazione generale e i quotidiani sportivi registrano rispettivamente una contrazione delle diffusioni cartacee e digitali pari al 7,9%, e al 6,4% (Fonte: dati ADS gennaio-maggio 2024). In Spagna, nel primo semestre 2024 i dati delle diffusioni evidenziano una contrazione sia per i quotidiani di informazione generale (-8,1%)

che per i quotidiani sportivi (-8,4%) e i quotidiani economici (-9,9%) (Fonte: OJD gennaio-giugno 2024).

Il mercato diffusionale dei periodici, riferito alle testate dichiarate in ADS, a maggio 2024 evidenzia per i settimanali (copie cartacee e digitali) un calo pari al 9,6% rispetto al pari periodo dello scorso anno. Per i mensili, lo stesso dato, relativo ai primi quattro mesi dell'anno, fa registrare un calo pari al 7,9% (Fonte interna su base dati ADS; settimanali con più di 48 edizioni e mensili con più di 10 edizioni).

Nel primo semestre 2024, in un contesto caratterizzato dall'incertezza conseguente i conflitti in Ucraina e in Medioriente:

- il **Gruppo** ha conseguito margini (Ebitda, Ebit e risultato netto) in crescita rispetto a quelli realizzati nel periodo analogo del 2023;
- anche i margini (Ebitda, Ebit e risultato netto) di **RCS** sono in crescita rispetto a quelli realizzati nel primo semestre 2023. RCS ha confermato eccellenti livelli diffusionali in edicola e proseguito nella crescita del digitale, risultando anche nei primi cinque mesi del 2024 primo editore *on-line* in Italia con un dato aggregato di 31,2 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni - Fonte Audicom). A fine giugno la *customer base* digitale totale attiva (*digital edition, membership e m-site*) di *Corriere della Sera* risulta pari a 633 mila abbonamenti (595 mila a fine 2023 - Fonte interna) e quella dei prodotti pay di *Gazzetta (G ALL, G+, GPRO e Fantacampionato)* è pari a 227 mila abbonamenti (214 mila a fine 2023 - Fonte interna). Anche in Spagna gli abbonamenti digitali (*digital edition e premium*) sono cresciuti raggiungendo a giugno 2024 i 148 mila abbonamenti per *El Mundo* (136 mila a fine 2023 - Fonte interna) e i 96 mila abbonamenti per *Expansion* (82 mila a fine 2023 - Fonte Interna);
- il **settore editoriale televisivo La7 e operatore di rete** ha conseguito margini (Ebitda, Ebit e risultato netto) in crescita rispetto a quelli realizzati nel periodo analogo del 2023 ed elevati e crescenti livelli di ascolto del canale La7 (3,8% sul totale giorno e 5,4% in *prime time*, in crescita rispettivamente del 14% e 18% nel confronto con il pari periodo 2023). In particolare, nel semestre La7 è stata la terza rete per ascolti nella fascia 20:00/22:30 con uno share del 5,7% e la quarta rete per ascolti in *prime time* nei mesi di marzo, aprile e maggio. La raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi circa Euro 77,1 milioni (Euro 74,6 milioni nel primo semestre del 2023);
- anche il **settore editoriale periodici Cairo Editore**, con un'Ebitda di Euro 3,3 milioni, ha conseguito risultati in crescita rispetto a quelli del primo semestre del 2023 (Euro 1,7 milioni).

Nel primo semestre 2024, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 595,1 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 571,3 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 23,8

milioni) rispetto ad Euro 599,2 milioni nel primo semestre del 2023 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 577 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 22,2 milioni).

Il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 90,4 milioni e Euro 51,1 milioni (rispettivamente Euro 80,2 milioni e Euro 41,1 milioni nel periodo analogo dell'esercizio precedente). Gli oneri non ricorrenti netti sono negativi per Euro 1 milione (negativi Euro 0,6 milioni nel primo semestre del 2023).

Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a Euro 20,3 milioni (Euro 15,9 milioni nel primo semestre del 2023).

Con riferimento ai settori di attività, nel primo semestre 2024:

- per il **settore editoriale periodici (Cairo Editore)**, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 3,3 milioni ed Euro 2,7 milioni (rispettivamente Euro 1,7 milioni ed Euro 0,8 milioni nel primo semestre del 2023). Con riferimento ai settimanali, Cairo Editore con circa 0,8 milioni di copie medie vendute nei primi cinque mesi del 2024 (dati ADS gennaio-maggio 2024) si conferma il primo editore per copie di settimanali vendute in edicola, con una quota di mercato di circa il 29%. Considerando anche il venduto medio delle testate non rilevate da ADS, tra le quali le vendite di “*Enigmistica Più*” e di “*Enigmistica Mia*”, le copie medie vendute sono circa 1 milione;
- per il **settore editoriale televisivo (La7) e operatore di rete**, è stato conseguito un marginale operativo lordo (EBITDA) in crescita a circa Euro 6,6 milioni (Euro 5 milioni nel 2023). Il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa negativi Euro 1,5 milioni (negativi Euro 3,7 milioni nel primo semestre del 2023);
- per il **settore concessionarie**, il marginale operativo lordo (EBITDA) è stato a pari a Euro 0,8 milioni (Euro 1,1 milioni nel primo semestre del 2023) ed il risultato operativo (EBIT) è pari a negativi a Euro 0,5 milioni (negativi Euro 0,1 milioni nel primo semestre del 2023);
- per il settore **RCS**, nel bilancio consolidato di Cairo Communication, il marginale operativo lordo (EBITDA)¹ e risultato operativo (EBIT) sono pari rispettivamente a Euro 79,9 milioni e Euro 50,3 milioni (Euro 72,3 milioni e Euro 44,1 milioni nel periodo analogo dell'esercizio precedente). I ricavi operativi netti si attestano a Euro 434,1 milioni, con i ricavi digitali complessivi (Italia e Spagna) che ammontano a circa Euro 102,3 milioni e hanno raggiunto un'incidenza di circa il 23,6% sui ricavi complessivi. La raccolta pubblicitaria complessiva dei mezzi on-line di RCS si attesta nel primo

¹ Si ricorda che RCS utilizza una definizione di EBITDA differente rispetto al Gruppo Cairo Communication, come indicato nel successivo paragrafo “Indicatori alternativi di performance”. Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nel primo semestre 2024 a complessivi Euro 2,1 milioni - l'EBITDA riportato nella relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2024 di RCS, approvata in data 31 luglio 2024, è pari a Euro 77,7 milioni.



semestre 2024 ad Euro 67,6 milioni, con un'incidenza del 38,2% sul totale ricavi pubblicitari. Entrambi i quotidiani italiani, *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport*, e in Spagna *Marca* e *Expansión*, confermano la loro posizione di leadership diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: ADS per l'Italia e OJD per la Spagna). L'ultima rilevazione "*Studio Generale dei Mezzi di Comunicazione*" di EGM pubblicata nel giugno 2024 conferma Unidad Editorial leader nella stampa spagnola raggiungendo nel complesso quasi 1,6 milioni di lettori giornalieri con i suoi tre quotidiani. Marca con 950 mila lettori è il quotidiano più letto in Spagna, *El Mundo* il secondo tra i generalisti e terzo tra i quotidiani con oltre 500 mila lettori. I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS, con i brand *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* che nel periodo gennaio-maggio 2024 si attestano a rispettivamente 29,4 milioni e 15,6 milioni di utenti unici medi al mese e nel periodo gennaio-giugno 2024 rispettivamente a 3,8 milioni e 2,1 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audicom). I principali account social del *Sistema Corriere* al 30 giugno 2024 hanno raggiunto circa 13 milioni di follower totali (considerando *Facebook*, *Instagram*, *X*, *Linkedin* e *TikTok* - Fonte interna) e quelli di *La Gazzetta dello Sport* 6,3 milioni (considerando *Facebook*, *Instagram*, *X*, *Tik Tok* e *You Tube*- Fonte interna). In Spagna, nell'ambito delle attività online *elmundo.es*, *marca.com* e *expansión.com* si attestano nel primo semestre 2024 rispettivamente a 39,1 milioni, 82,2 milioni e 9,1 milioni di browser unici medi mensili tra nazionali ed esteri e comprese le app (Fonte: Google Analytics). L'audience social delle testate del gruppo Unidad Editorial (Fonte interna) si attesta a 11,1 milioni di follower per *El Mundo*, 19,4 milioni per *Marca*, 2,5 milioni per *Telva* (considerando *Facebook*, *Instagram*, *X*) e 1,5 milioni per *Expansión* (considerando *Facebook*, *Instagram*, *X* e *Linkedin*).

Nel primo semestre 2024, lo share medio del canale La7 è stato pari al 3,8% nel totale giorno e al 5,4% in prime time (ovvero la fascia oraria 20:30-22:30), in crescita rispettivamente del 14% e 18% nel confronto con il pari periodo 2023, confermando il target di ascolti altamente qualitativo. In particolare, nel semestre La7 è stata la terza rete per ascolti nella fascia 20:00/22:30 con uno share del 5,7% e la quarta rete per ascolti in *prime time* nei mesi di marzo, aprile e maggio. Anche nelle fasce mattutine (7:00/12:00), nei sei mesi La7, con uno share del 3,8%, è al quinto posto nel ranking nazionale. Nel semestre lo share del TgLa7 edizione delle 20 è stato in crescita del 20%. Lo share di La7d nel primo semestre 2024 è stato pari allo 0,4% nel totale giorno e 0,5% in prime time. A partire dal mese di aprile la programmazione di La7d si è arricchita grazie ad un palinsesto rinnovato e dinamico con nuovi contenuti esclusivi. I risultati di ascolto dei programmi informativi e di approfondimento della rete La7 nel primo semestre 2024 hanno continuato ad essere tutti eccellenti: *Otto e Mezzo* con il 7,7% di share medio da lunedì a venerdì, il TgLa7 edizione delle 20 con il 6,9% da lunedì a venerdì, *diMartedì* con il 7,7%, *Piazzapulita* con il 5,7%, *Propaganda Live* con il 6,1%, *In*



Altre Parole che al sabato raggiunge il 5,4%, *In Onda* con il 6,3%, *Omnibus La7* con il 3,9%, *Coffee Break* con il 4,3% dal lunedì al venerdì, *L'Aria che tira* con il 4,9% , *Tagadà* con il 4%, *100 minuti* con il 5,1%, i due speciali di *In Viaggio con Barbero* con il 5,8%, *La Torre di Babele* con il 4,5%, i quattro speciali di *Inchieste da fermo* con il 3,9% e *Eden un pianeta da salvare* con il 3%.

Nel primo semestre 2024 La7 conferma la propria leadership tra le tv generaliste per ore di informazione (con quasi 14 ore media al giorno) ed è stata la seconda rete per ore di diretta (con una media di 10 ore e mezza al giorno).

Sul fronte *digital*, nel primo semestre 2024 gli utenti unici medi giornalieri sono stati 421 mila, 6,3 milioni quelli medi mensili nel periodo gennaio-maggio 2024. Le stream views sono state 18,4 milioni al mese. Nel semestre i browser unici medi mensili di Tg.La7.it (2,8 milioni) sono cresciuti del 69% rispetto al periodo analogo del 2023. A fine giugno 2024 i follower di La7 e dei suoi programmi attivi su Facebook, X, Instagram e Tik Tok, Whatsapp e Threads sono 7,5 milioni.

I principali **dati economici consolidati** del primo semestre 2024 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2023:

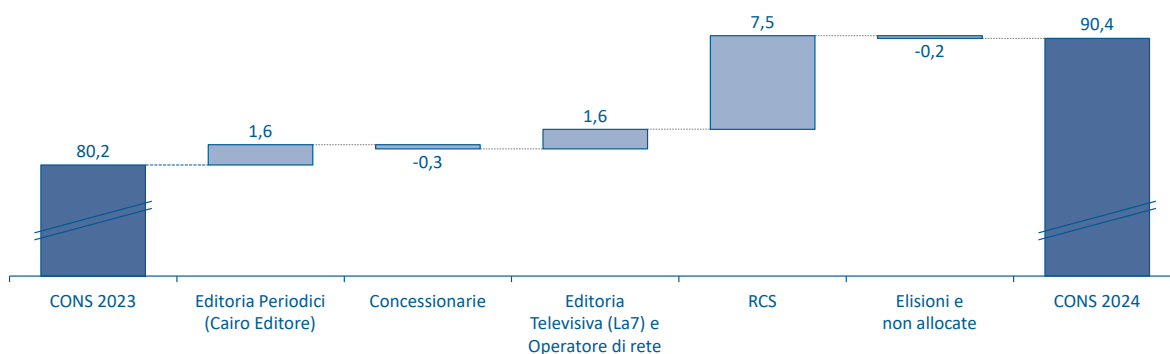
(Valori in milioni di Euro)	30/06/2024	30/06/2023
Ricavi operativi lordi	571,3	577,0
Sconti di agenzia	(29,4)	(29,6)
Ricavi operativi netti	541,9	547,4
Variazione delle rimanenze	0,8	0,9
Altri ricavi e proventi	23,8	22,2
Totale ricavi	566,6	570,5
Costi della produzione	(311,3)	(325,1)
Costo del personale	(163,9)	(164,5)
Proventi e oneri non ricorrenti	(1,0)	(0,6)
Margine operativo lordo	90,4	80,2
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(39,4)	(39,1)
Risultato operativo	51,1	41,1
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-
Gestione finanziaria	(6,2)	(6,1)
Risultato prima delle imposte	44,9	35,1
Imposte sul reddito	(11,2)	(7,2)
Quota di terzi	(13,4)	(12,0)
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	20,3	15,9

Nel primo semestre 2024, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 595,1 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 571,3 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 23,8 milioni) rispetto ad Euro 599,2 milioni nel primo semestre del 2023 (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 577 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 22,2 milioni).



Il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 90,4 milioni e Euro 51,1 milioni (rispettivamente Euro 80,2 milioni e Euro 41,1 milioni nel periodo analogo dell'esercizio precedente). Gli oneri non ricorrenti netti sono negativi per Euro 1 milione (negativi Euro 0,6 milioni nel primo semestre del 2023).

Di seguito si espone l'evoluzione dell'**EBITDA** tra il primo semestre 2024 ed il periodo analogo del 2023:



Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a Euro 20,3 milioni (Euro 15,9 milioni nel primo semestre del 2023).

Il **conto economico complessivo** di competenza del Gruppo può essere analizzato come segue:

Milioni di Euro	Semestre chiuso al 30/06/2024	Semestre chiuso al 30/06/2023
Risultato netto dell'esercizio	33,7	27,9
<i>Componenti del conto economico complessivo riclassificabili</i>		
Utili (perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci in valute estere	-	-
Utili (perdite) su coperture flussi di cassa		(0,2)
Riclassificazione di utili (perdite) su coperture flussi di cassa		(0,3)
Effetto fiscale		0,2
<i>Componenti del conto economico complessivo non riclassificabili</i>		
Utili (perdite) attuariali dei piani a benefici definiti	0,2	0,2
Effetto fiscale	(0,1)	(0,1)
Utili (perd.) der. dalla val. a fair value di strum. rapp. di capitale	(0,1)	-
Totale conto economico complessivo del periodo	33,7	27,7
- Di pertinenza del Gruppo	20,3	15,7
- Di pertinenza di terzi attribuibile alle attività in continuità	13,4	12,0
	33,7	27,7

Per una migliore comprensione dell'andamento economico del Gruppo è possibile concentrare l'analisi sui risultati conseguiti nel primo semestre 2024 a livello dei singoli **principali settori** (editoria periodici Cairo Editore, concessionarie, editoria televisiva La7 e operatore di rete e RCS), comparandoli con i risultati del periodo analogo del 2023.



2024	Editoria periodici Cairo Editore	Concessionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)						
Ricavi operativi lordi	34,2	192,0	59,9	451,1	(165,9)	571,3
Sconti di agenzia	-	(25,0)	-	(17,0)	12,7	(29,4)
Ricavi operativi netti	34,2	166,9	59,9	434,1	(153,2)	541,9
Variazione delle rimanenze	(0,0)	-	-	0,8	-	0,8
Altri ricavi e proventi	3,6	4,1	0,8	19,0	(3,7)	23,8
Totale ricavi	37,8	171,1	60,7	453,9	(156,9)	566,6
Costi della produzione	(26,4)	(157,8)	(34,4)	(249,4)	156,7	(311,3)
Costo del personale	(7,8)	(12,5)	(19,6)	(123,9)	(0,1)	(163,9)
Proventi (oneri) non ricorrenti	(0,3)	-	-	(0,7)	-	(1,0)
Margine operativo lordo	3,3	0,8	6,6	79,9	(0,2)	90,4
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(0,6)	(1,3)	(8,1)	(29,6)	0,2	(39,4)
Risultato operativo	2,7	(0,5)	(1,5)	50,3	0,0	51,1
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	(0,0)	-	-	0,1	-	0,0
Gestione finanziaria	0,0	(1,4)	0,7	(5,6)	0,0	(6,2)
Risultato prima delle imposte	2,7	(1,9)	(0,8)	44,8	0,0	44,9
Imposte sul reddito	(0,2)	0,1	(0,0)	(11,0)	(0,0)	(11,2)
Quota di terzi	-	0,1	-	(13,5)	(0,0)	(13,4)
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	2,5	(1,7)	(0,8)	20,3	0,0	20,3
2023	Editoria periodici Cairo Editore	Concessionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)						
Ricavi operativi lordi	37,2	191,8	58,0	456,0	(166,1)	577,0
Sconti di agenzia	-	(24,6)	-	(17,4)	12,5	(29,6)
Ricavi operativi netti	37,2	167,2	58,0	438,6	(153,6)	547,4
Variazione delle rimanenze	(0,0)	-	-	0,9	-	0,9
Altri ricavi e proventi	4,7	2,7	0,4	17,1	(2,8)	22,2
Totale ricavi	41,9	169,9	58,4	456,6	(156,4)	570,5
Costi della produzione	(31,9)	(156,7)	(33,7)	(259,3)	156,4	(325,1)
Costo del personale	(8,3)	(12,1)	(19,7)	(124,3)	(0,0)	(164,5)
Proventi (oneri) non ricorrenti	-	-	-	(0,6)	-	(0,6)
Margine operativo lordo	1,7	1,1	5,0	72,3	0,0	80,2
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(0,9)	(1,2)	(8,8)	(28,3)	0,0	(39,1)
Risultato operativo	0,8	(0,1)	(3,7)	44,1	0,0	41,1
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	-	-	-	0,0	-	0,0
Gestione finanziaria	(0,0)	(0,2)	(0,0)	(5,9)	(0,0)	(6,1)
Risultato prima delle imposte	0,8	(0,2)	(3,8)	38,3	0,0	35,1
Imposte sul reddito	0,6	(0,3)	0,9	(8,4)	(0,0)	(7,2)
Quota di terzi	-	0,1	-	(12,0)	(0,0)	(12,0)
Risultato netto del periodo di pertinenza del Gruppo	1,4	(0,5)	(2,9)	17,8	0,0	15,9



La composizione dei **ricavi operativi lordi** del primo semestre 2024, suddivisa fra i principali settori di attività può essere analizzata come segue, confrontata con i valori del periodo analogo del 2023:

2024	Editoria periodici Cairo Editore	Concessionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)						
Pubblicità su reti televisive	-	77,1	52,9	0,1	(53,4)	76,7
Pubblicità su stampa, internet ed eventi sportivi	3,6	112,8	0,8	193,9	(106,4)	204,7
Altri ricavi per attività televisive	-	-	1,2	1,2	(0,1)	2,3
Vendita pubblicazioni e abbonamenti	31,0	-	-	161,9	(0,8)	192,1
IVA assolta dall'editore	(0,5)	-	-	(1,6)	-	(2,1)
Ricavi diversi	-	2,1	5,1	95,6	(5,1)	97,6
Totale ricavi operativi lordi	34,2	192,0	59,9	451,1	(165,9)	571,3
Altri ricavi	3,6	4,1	0,8	19,0	(3,7)	23,8
Totale ricavi lordi	37,8	196,1	60,7	470,1	(169,5)	595,1

2023	Editoria periodici Cairo Editore	Concessionarie	Editoria televisiva La7 e operatore di rete	RCS	Elisioni e non allocate	Totale
(Valori in milioni di Euro)						
Pubblicità su reti televisive	-	74,6	50,7	0,1	(51,3)	74,2
Pubblicità su stampa, internet ed eventi sportivi	4,0	115,3	1,4	196,8	(108,6)	208,8
Altri ricavi per attività televisive	-	-	1,1	1,4	(0,1)	2,4
Vendita pubblicazioni e abbonamenti	33,7	-	-	167,0	(1,1)	199,6
IVA assolta dall'editore	(0,5)	-	-	(1,5)	-	(2,0)
Ricavi diversi	-	1,9	4,8	92,2	(5,0)	93,9
Totale ricavi operativi lordi	37,2	191,8	58,0	456,0	(166,1)	577,0
Altri ricavi	4,7	2,7	0,4	17,1	(2,8)	22,2
Totale ricavi lordi	41,9	194,6	58,4	473,1	(168,9)	599,2



I principali **dati patrimoniali consolidati** al 30 giugno 2024 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 31 dicembre 2023:

(Valori in migliaia di Euro)	30/06/2024	31/12/2023
Attività materiali	104,3	107,1
Diritti d'uso su beni in leasing	138,1	130,4
Attività immateriali	984,2	987,3
Attività finanziarie	33,7	35,0
Imposte anticipate	86,0	84,0
Circolante netto	(33,1)	(47,1)
<u>Totale mezzi impiegati</u>	1.313,2	1.296,7
Passività a lungo termine e fondi	85,7	87,8
Fondo imposte differite	163,9	163,4
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	15,8	4,8
Passività per contratti di locazione (ex IFRS 16)	154,8	145,4
Patrimonio netto del gruppo	547,2	548,4
Patrimonio netto di terzi	345,8	346,9
<u>Totale mezzi di terzi e mezzi propri</u>	1.313,2	1.296,7

Nel corso del 2024, nell'ambito dei programmi di acquisto di azioni proprie, non sono state vendute né acquistate azioni proprie. Alla data del 30 giugno 2024, Cairo Communication possedeva un totale di n. 779 azioni proprie, pari allo 0,001% del capitale sociale per le quali si applica la disciplina dell'art. 2357-ter del codice civile.

Si ricorda che:

- l'Assemblea degli Azionisti di RCS dell'8 maggio 2024 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,07 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola il 20 maggio 2024, per complessivi circa Euro 36,2 milioni (Euro 21,7 milioni la quota di competenza di Cairo Communication),
- l'Assemblea degli Azionisti di Cairo Communication dell'8 maggio 2024 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,16 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola il 27 maggio 2024, per complessivi Euro 21,5 milioni.

Per effetto della distribuzione dei dividendi, la variazione della posizione finanziaria netta a livello di Gruppo è stata di circa Euro 36 milioni.



L'**indebitamento finanziario netto** consolidato al 30 giugno 2024, confrontato con i valori di bilancio consolidato al 31 dicembre 2023, è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

Posizione finanziaria netta (milioni di Euro)	30/06/2024	31/12/2023	Variazioni
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	57,7	58,1	(0,4)
Altre attività finanziarie e crediti finanziari a breve termine	0,4	0,9	(0,5)
Attività e (Passività) finanziarie correnti per strumenti derivati	0,1	0,2	(0,1)
Debiti finanziari a breve termine e debiti verso banche	(27,8)	(23,6)	(4,2)
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) a breve termine	30,3	35,6	(5,3)
Debiti finanziari a medio lungo termine	(46,1)	(40,4)	(5,7)
Attività e (Passività) finanziarie non correnti per strumenti derivati	-	-	-
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) a medio lungo termine	(46,1)	(40,4)	(5,7)
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto)	(15,8)	(4,8)	(11,0)
Passività per contratti di locazione (ex IFRS 16)	(154,8)	(145,4)	(9,4)
Posizione finanziaria netta (Indebitamento finanziario netto) complessivo	(170,6)	(150,2)	(20,4)

L'**indebitamento finanziario netto consolidato** al 30 giugno 2024 risulta pari a circa Euro 15,8 milioni (un indebitamento netto di Euro 4,8 milioni a fine 2023). La variazione rispetto a fine 2023 è principalmente determinata dagli esborsi per i dividendi per Euro 36 milioni e per gli investimenti tecnici e oneri non ricorrenti per complessivi Euro 18,7 milioni, compensati parzialmente dall'apporto positivo della gestione tipica. La dinamica del circolante risente, oltre che della stagionalità del suo andamento, anche dei tempi di incasso dei crediti di imposta previsti a favore del settore editoriale (al 30 giugno 2024 Euro 34,6 milioni il credito residuo relativo anche agli anni 2021, 2022 e 2023), come già commentato nella relazione finanziaria annuale 2023

L'**indebitamento finanziario netto complessivo**, che comprende anche le passività finanziarie relative a contratti di locazione iscritti in bilancio ex IFRS 16 (principalmente locazioni di immobili) pari a Euro 154,8 milioni, ammonta a Euro 170,6 milioni (Euro 150,2 milioni al 31 dicembre 2023).



Prospetto di raccordo tra il patrimonio netto ed il risultato della Capogruppo ed il patrimonio netto ed il risultato del Gruppo

Il **prospetto di raccordo** tra il patrimonio netto ed il risultato di periodo della Cairo Communication S.p.A. ed il patrimonio netto ed il risultato di periodo del Gruppo può essere analizzato come segue:

(Valori in milioni di Euro)	Patrimonio Netto 30/06/2024	Risultato di periodo
Bilancio d'esercizio della Cairo Communication S.p.A.	264,5	25,9
<u>Eliminazione del valore delle partecipazioni consolidate:</u>		
Differenza tra valore di carico e valore pro quota del valore contabile del patrimonio netto delle partecipazioni	24,4	
Effetti della <i>purchase price allocation</i> di RCS S.p.A.	156,4	(0,3)
Risultati pro quota conseguiti dalle società consolidate al netto delle svalutazioni delle partecipazioni		21,6
<u>Allocazione differenze di consolidamento</u>	-	-
Avviamento RCS al netto dell'effetto fiscale	112,4	-
Altri avviamenti	7,2	
Eliminazione di utili infra gruppo al netto del relativo effetto fiscale	(17,8)	-
Eliminazione di dividendi infragruppo		(26,9)
Bilancio consolidato Cairo Communication	547,2	20,3

EDITORIA PERIODICI CAIRO EDITORE

Cairo Editore - Cairo Publishing

Cairo Editore opera nella editoria periodica con (i) i settimanali “*Settimanale DIPIU*”, “*DIPIU' TV*” e gli allegati “*Settimanale DIPIU' e DIPIU'TV Cucina e Stellare*”, “*Diva e Donna*” l'allegato quindicinale “*Cucina Mia*”, “*TV Mia*”, “*Nuovo*”, “*F*”, “*Settimanale Giallo*” “*NuovoTV*”, “*Enigmistica Più*” e “*Enigmistica Mia*”, (ii) i mensili “*Natural Style*”, “*Bell'Italia*”, “*Gardenia*” e “*Arte*”.



I risultati conseguiti dal settore editoriale nel primo semestre 2024 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2023:

Editoria Stampa <i>(valori in milioni di Euro)</i>	30 giugno 2024	30 giugno 2023
Ricavi operativi lordi	34,2	37,2
Altri proventi	3,6	4,7
Variazione delle rimanenze	-	-
Totale ricavi	37,8	41,9
Costi della produzione	(26,4)	(31,9)
Costo del personale	(7,8)	(8,3)
Proventi e oneri non ricorrenti	(0,3)	-
Margine operativo lordo	3,3	1,7
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(0,6)	(0,9)
Risultato operativo	2,7	0,8
Gestione finanziaria	-	-
Risultato prima delle imposte	2,7	0,8
Imposte sul reddito	(0,2)	0,6
Risultato netto del periodo	2,5	1,4

Nel primo semestre 2024, in un contesto ancora caratterizzato dall'incertezza conseguente ai conflitti in Ucraina e in Medio Oriente, Cairo Editore ha migliorato i risultati rispetto al periodo analogo del 2023. Il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente circa Euro 3,3 milioni e circa Euro 2,7 milioni (rispettivamente Euro 1,7 milioni ed Euro 0,8 milioni nel primo semestre del 2023).

I settimanali del Gruppo hanno conseguito elevati risultati diffusionali, con diffusioni medie settimanali ADS nei primi cinque mesi del 2024 di 251.617 copie per “*Settimanale DIPIU*”, 119.489 copie per “*DIPIU' TV*”, 33.777 copie per “*Settimanale DIPIU' e DIPIU'TV Cucina*”, 78.579 copie per “*Diva e Donna*”, 137.413 copie per “*Settimanale Nuovo*”, 57.757 copie per “*F*”, 56.163 copie per “*TVMia*”, 41.635 copie per “*Settimanale Giallo*”, 65.632 copie per “*NuovoTV*” per complessivi circa 0,8 milioni di copie settimanali medie vendute, che fanno del Gruppo il primo editore per copie di settimanali vendute in edicola, con una quota di mercato di circa il 29%. Considerando anche il venduto medio delle testate non rilevate da ADS, tra le quali le vendite di “*Enigmistica Più*” e di “*Enigmistica Mia*”, le copie medie vendute sono circa 1 milione.

Le attività di Cairo Editore hanno continuato ad essere focalizzate anche sulla valorizzazione dei contenuti editoriali, lo sviluppo dei brand esistenti ed il lancio di nuovi progetti.

Si riportano di seguito alcune delle principali iniziative realizzate nel corso del primo semestre del 2024:

- a gennaio il mensile *Arte* e il *Catalogo dell'Arte Moderna* hanno partecipato ad Arte Fiera e in giugno *Arte* è uscita con un numero speciale dedicato alla Biennale di Venezia 2024. Sempre in giugno

è uscito un approfondimento dedicato ad Art Basel. A febbraio si sono aperte le iscrizioni per la 31ª edizione del Premio Arte;

- a marzo *Bell'Italia* ha presentato l'uscita del primo volume della *Guida Osterie d'Italia 2024* e a giugno ha presentato il nuovo speciale Sardegna in edicola con il *Corriere della Sera*;
- nel semestre Gardenia ha presentato l'uscita del primo volume del *Manuale del perfetto giardiniere*, in collaborazione con la *Royal Horticultural Society*, allestito la mostra *Botanica Illustrata* in collaborazione con il Comune di Milano, celebrato i suoi 40 anni con l'allestimento floreale del cortile di Palazzo Reale a Milano;
- nel semestre *F* è uscita in edicola rinnovata nella grafica con il progetto *Evolution* e ha celebrato il suo dodicesimo compleanno con il progetto editoriale *It's time to..*;
- *Settimanale Dipiù* ha celebrato i suoi 20 anni con due numeri da collezione.

A partire dall'uscita successiva ai numeri con copertina “febbraio 2024” Cairo Editore ha sospeso le pubblicazioni di cinque testate mensili (*Bell'Europa*, *In Viaggio*, *Airone*, *For Men Magazine*, *Antiquariato*) che da alcuni anni facevano registrare marginalità negative. Ad inizio febbraio sono stati firmati con le rappresentanze sindacali di Cairo Editore, assistite dalle organizzazioni territoriali, due piani di riorganizzazione per la gestione di 32 esuberi dichiarati tra giornalisti (16) e grafici (16). Le procedure si sono concluse con esame congiunto rispettivamente con il Ministero del Lavoro il 27 febbraio 2024 e con la Regione Lombardia il 29 febbraio 2024. Nell'ambito dei piani Cairo Editore ha ottenuto l'attivazione della CIGS per riorganizzazione per la durata di 24 mesi a decorrere dal mese di marzo 2024, per un numero massimo di 16 giornalisti e 16 grafici. La Società, inoltre, ha ottenuto l'accesso a 32 prepensionamenti (16 giornalisti e 16 grafici), ai sensi della normativa vigente e nel limite delle posizioni disponibili in virtù delle risorse stanziare.

CONCESSIONARIE DI PUBBLICITÀ

Con riferimento al settore concessionarie, a fine 2020, Cairo Communication e RCS hanno conferito in una società di nuova costituzione, CAIRORCS Media S.p.A., i rami d'azienda relativi alle attività di raccolta pubblicitaria per le testate cartacee e online di RCS in Italia e le testate cartacee, televisive e online di Cairo Editore e La7, nonché per alcuni mezzi di terzi.

I risultati conseguiti dal settore concessionarie nel primo semestre 2024 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2023:



Settore concessionarie <i>(valori in milioni di Euro)</i>	30 giugno 2024	30 giugno 2023
Ricavi operativi lordi	192,0	191,8
Sconti di agenzia	(25,0)	(24,6)
Ricavi operativi netti	166,9	167,2
Altri proventi	4,1	2,7
Variazione delle rimanenze	-	-
Totale ricavi	171,1	169,9
Costi della produzione	(157,8)	(156,7)
Costo del personale	(12,5)	(12,1)
Margine operativo lordo	0,8	1,1
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(1,3)	(1,2)
Risultato operativo	(0,5)	(0,1)
Gestione finanziaria	(1,4)	(0,2)
Risultato prima delle imposte	(1,9)	(0,2)
Imposte sul reddito	0,1	(0,3)
Quota di terzi	0,1	0,1
Risultato netto del periodo	(1,7)	(0,5)

Nel primo semestre 2024, il marginale operativo lordo (EBITDA) è pari a Euro 0,8 milioni e il risultato operativo (EBIT) è pari a negativi Euro 0,5 milioni (rispettivamente Euro 1,1 e negativi Euro 0,1 milioni nel primo semestre del 2023).

Nel primo semestre 2024:

- la raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi circa Euro 77,1 milioni (Euro 74,6 milioni nel primo semestre del 2023),
- la raccolta pubblicitaria sulle testate della Cairo Editore è stata pari a Euro 5 milioni (Euro 5,4 milioni nel primo semestre del 2023),
- i ricavi pubblicitari lordi delle testate RCS in Italia sono stati pari a Euro 101,3 milioni (Euro 102,6 milioni nel primo semestre del 2023).

EDITORIA TELEVISIVA (La7) E OPERATORE DI RETE

Il Gruppo è entrato nel settore dell'editoria televisiva nel 2013, con l'acquisto da Telecom Italia Media S.p.A. dell'intero capitale di La7 S.r.l. (ora La7 S.p.A.) a far data dal 30 aprile 2013, integrando così a monte la propria attività di concessionaria per la vendita di spazi pubblicitari e diversificando la propria attività editoriale, in precedenza focalizzata nell'editoria periodica.

Alla data di acquisizione, la situazione economica di La7 comportava la necessità di dar corso ad un piano di ristrutturazione volto alla riorganizzazione e semplificazione della struttura aziendale e alla riduzione dei costi, preservando l'alto livello qualitativo del palinsesto. A partire dal mese di maggio 2013, il Gruppo ha iniziato ad implementare il proprio piano, riuscendo a conseguire già nel corso degli otto mesi maggio-dicembre 2013 un margine operativo lordo (EBITDA) positivo e consolidando negli anni successivi i risultati degli interventi di razionalizzazione dei costi implementati.



Con riferimento alla attività di operatore di rete, la società del Gruppo Cairo Network nel 2014 ha partecipato alla procedura indetta dal Ministero dello Sviluppo Economico per l'assegnazione dei diritti d'uso di frequenze in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre, aggiudicandosi i diritti d'uso, per la durata di 20 anni. Il mux ha una copertura almeno pari al 94% della popolazione nazionale, con standard di livelli di servizio di alta qualità. A partire da gennaio 2017 il mux viene utilizzato per la trasmissione dei canali di La7. Nel primo semestre 2024 ha ospitato anche il canale Dazn Channel, alcuni dei canali "Italia" e "Arte" di Elda Srl, alcuni canali di GMH.

I risultati conseguiti del settore editoriale televisivo (La7) e operatore di rete nel primo semestre 2024 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2023:

Settore televisivo e operatore di rete <i>(valori in milioni di Euro)</i>	30 giugno 2024	30 giugno 2023
Ricavi operativi lordi	59,9	58,0
Sconti di agenzia	-	-
Ricavi operativi netti	59,9	58,0
Altri proventi	0,8	0,4
Variazione delle rimanenze	-	-
Totale ricavi	60,7	58,4
Costi della produzione	(34,4)	(33,7)
Costo del personale	(19,6)	(19,7)
Margine operativo lordo	6,6	5,0
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(8,1)	(8,8)
Risultato operativo	(1,5)	(3,7)
Gestione finanziaria	-	-
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	(0,7)	-
Risultato prima delle imposte	(0,8)	(3,8)
Imposte sul reddito	-	0,9
Risultato netto del periodo	(0,8)	(2,9)

Nel primo semestre 2024 il settore editoriale televisivo (La7) e operatore di rete ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) in crescita a circa Euro 6,6 milioni (Euro 5 milioni nel primo semestre 2023) ed un risultato operativo (EBIT) pari a negativi circa Euro 1,5 milioni (negativi Euro 3,7 milioni nel primo semestre 2023).

Nel primo semestre 2024, lo share medio del canale La7 è stato pari al 3,8% nel totale giorno e al 5,4% in prime time (ovvero la fascia oraria 20:30-22:30), in crescita rispettivamente del 14% e 18% nel confronto con il pari periodo 2023. In particolare, nel semestre La7 è stata la terza rete per ascolti nella fascia 20:00/22:30 con uno share del 5,7% e la quarta rete per ascolti in *prime time* nei mesi di marzo, aprile e maggio. Anche nelle fasce mattutine (7:00/12:00), nei sei mesi La7, con uno share del 3,8%, è al quinto posto nel ranking nazionale. Nel semestre lo share del TgLa7 edizione delle 20 è stato in crescita del 20%. Lo share di La7d nel primo semestre 2024 è stato pari allo 0,4% nel totale giorno e 0,5% in prime time. A partire dal mese di aprile la programmazione di La7d si è arricchita grazie ad

un palinsesto rinnovato e dinamico con nuovi contenuti esclusivi. I risultati di ascolto dei programmi informativi e di approfondimento della rete La7 nel primo semestre 2024 hanno continuato ad essere tutti eccellenti: *Otto e Mezzo* con il 7,7% di share medio da lunedì a venerdì, il TgLa7 edizione delle 20 con il 6,9% da lunedì a venerdì, *diMartedì* con il 7,7%, *Piazzapulita* con il 5,7%, *Propaganda Live* con il 6,1%, *In Altre Parole* che al sabato raggiunge il 5,4%, *In Onda* con il 6,3%, *Omnibus La7* con il 3,9%, *Coffee Break* con il 4,3% dal lunedì al venerdì, *L'Aria che tira* con il 4,9% , *Tagadà* con il 4%, *100 minuti* con il 5,1%, i due speciali di *In Viaggio con Barbero* con il 5,8%, *La Torre di Babele* con il 4,5%, i quattro speciali di *Inchieste da fermo* con il 3,9% e *Eden un pianeta da salvare* con il 3%.

Nel primo semestre 2024 La7 conferma la propria leadership tra le tv generaliste per ore di informazione (con quasi 14 ore media al giorno) ed è stata la seconda rete per ore di diretta (con una media di 10 ore e mezza al giorno).

Sul fronte *digital*, nel primo semestre 2024 gli utenti unici medi giornalieri sono stati 421 mila, 6,3 milioni quelli medi mensili nel periodo gennaio-maggio 2024. Le stream views sono state 18,4 milioni al mese. Nel semestre i browser unici medi mensili di Tg.La7.it (2,8 milioni) sono cresciuti del 69% rispetto al periodo analogo del 2023. A fine giugno 2024 i follower di La7 e dei suoi programmi attivi su Facebook, X, Instagram e Tik Tok, Whatsapp e Threads sono 7,5 milioni.

La Nota esplicativa 28 “*Altre informazioni*” al bilancio consolidato semestrale abbreviato al 30 giugno 2024 contiene una descrizione dettagliata dell’attuale fase di evoluzione del quadro normativo e regolamentare inerente i diritti d’uso delle frequenze televisive, conseguente le previsioni delle Leggi di Bilancio 2018 e 2019, e della specifica e peculiare posizione di Cairo Network in relazione a tale contesto.

RCS

Il Gruppo è entrato nel settore dell’editoria quotidiana nel corso del 2016, con l’acquisizione del controllo di RCS.

RCS, direttamente e attraverso le sue controllate, è attiva - in Italia e in Spagna - nella pubblicazione e commercializzazione di quotidiani, periodici (settimanali e mensili) e nella distribuzione editoriale nel canale delle edicole.

In particolare, in Italia, RCS edita i quotidiani il *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport*, oltre a numerosi periodici settimanali e mensili, tra cui *Io Donna*, *Oggi*, *Amica*, *Living*, *Style Magazine*, *Sportweek*, *Sette*, *Dove* e *Abitare*.



In Spagna è attiva attraverso la controllata Unidad Editorial S.A. che pubblica i quotidiani *El Mundo*, *Marca* ed *Expansion*, oltre a diversi periodici, tra cui *Telva*.

RCS è inoltre marginalmente attiva, in Italia, nel mercato della *pay tv*, attraverso il canale televisivo satellitare e OTT *Caccia e Pesca* ed edita anche le web tv del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*.

In Spagna è presente con la prima radio sportiva nazionale *Radio Marca*, con la web tv di *El Mundo* ed emette attraverso il multiplex Veo i due canali di tv digitale *GOL* e *DMax* i cui contenuti sono prodotti da terzi.

RCS organizza, inoltre, attraverso RCS Sport ed RCS Sports & Events eventi sportivi di significativa rilevanza a livello mondiale (*inter alia*: il *Giro d'Italia*, l'*UAE Tour* e la *Milano City Marathon*).

Con *Solferino* - i libri del *Corriere della Sera* - è attiva nell'editoria libraria e a partire da giugno 2020 è operativa *RCS Academy* la Business School del Gruppo.

RCS ha conseguito negli esercizi precedenti al 2016 risultati negativi ed ha intrapreso un processo di ristrutturazione operativa mirante a ripristinare la redditività. Nel 2016 ha conseguito un risultato netto di Euro 3,5 milioni² che ha segnato il ritorno per il Gruppo RCS a un risultato netto positivo (il primo dal 2010) e nel 2017², 2018², 2019², 2020², 2021², 2022² e 2023² un risultato netto di rispettivamente Euro 71,1 milioni, Euro 85,2 milioni, Euro 68,5 milioni, Euro 31,7 milioni, Euro 72,4 milioni, Euro 50,1 milioni ed Euro 57 milioni.

I risultati conseguiti dal settore RCS nel primo semestre 2024 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2023:

RCS <i>(valori in milioni di Euro)</i>	30 giugno 2024	30 giugno 2023
Ricavi operativi lordi	451,1	456,0
Sconti di agenzia	(17,0)	(17,4)
Ricavi operativi netti	434,1	438,6
Variazione delle rimanenze	0,8	0,9
Altri ricavi e proventi	19,0	17,1
Totale ricavi	453,9	456,6
Costi della produzione	(249,4)	(259,3)
Costo del personale	(123,9)	(124,3)
Proventi e oneri non ricorrenti	(0,7)	(0,6)
Margine operativo lordo	79,9	72,3
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(29,6)	(28,3)
Risultato operativo	50,3	44,1
Gestione finanziaria	0,1	(5,9)
Altri proventi (oneri) da attività/passività finanziarie	(5,6)	-
Risultato prima delle imposte	44,8	38,3
Imposte sul reddito	(11,0)	(8,4)
Quota di terzi	(13,5)	(12,0)
Risultato netto del periodo	20,3	17,8

² Relazione finanziaria annuale 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 e 2023 di RCS

Nel primo semestre 2024, in un contesto ancora caratterizzato dall'incertezza conseguente ai conflitti in Ucraina e in Medioriente, RCS ha conseguito - nel bilancio consolidato di Cairo Communication - un margine operativo lordo (EBITDA) pari a circa Euro 79,9 milioni³ ed un margine operativo (EBIT) pari a Euro 50,3 milioni (rispettivamente Euro 72,3 milioni e Euro 44,1 milioni nel primo semestre del 2023). Gli oneri e proventi non ricorrenti netti sono negativi per Euro 0,7 milioni (Euro negativi 0,6 milioni nel primo semestre del 2023).

Nel primo semestre 2024, i ricavi operativi netti si attestano a Euro 434,1 milioni, con i ricavi digitali complessivi (Italia e Spagna) che ammontano a circa Euro 102,3 milioni e hanno raggiunto un'incidenza di circa il 23,6% sui ricavi complessivi. La raccolta pubblicitaria complessiva dei mezzi on-line di RCS si attesta nel primo semestre 2024 ad Euro 67,6 milioni, con un'incidenza del 38,2% sul totale ricavi pubblicitari.

Entrambi i quotidiani italiani confermano nel primo semestre 2024 la loro posizione di leadership diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: ADS). In Italia, nei primi cinque mesi del 2024 le copie medie giornaliere diffuse inclusive delle copie digitali di *Corriere della Sera* si attestano a 229 mila e quelle de *La Gazzetta dello Sport* a 144 mila copie (Fonte: ADS gennaio-maggio 2024). Il *Corriere della Sera* è riuscito a conseguire eccellenti risultati diffusionali in edicola e soprattutto a proseguire la crescita dello sviluppo digitale. *La Gazzetta dello Sport*, nella rilevazione Audipress 2024/I conferma la posizione di quotidiano italiano più letto con 2,1 milioni di lettori.

A fine giugno 2024 la *customer base* digitale totale attiva per il *Corriere della Sera* (*digital edition*, *membership* e *m-site*) è risultata di 633 mila abbonamenti (595 mila a fine 2023 - Fonte interna) e quella dei prodotti pay di *Gazzetta* (che include i prodotti *G ALL*, *G+*, *GPRO* e *Fantacampionato*) è pari a 227 mila abbonamenti (214 mila a fine 2023 - Fonte interna).

I principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di RCS. I *brand Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* nel periodo gennaio-maggio 2024 si attestano a rispettivamente 29,4 milioni e 15,6 milioni di utenti unici medi al mese e nel periodo gennaio-giugno 2024 rispettivamente a 3,8 milioni e 2,1 milioni di utenti unici giornalieri medi al mese (Fonte: Audicom). Anche nei primi cinque mesi 2024, RCS è risultato primo editore *on-line* in Italia con un dato aggregato di 31,2 milioni di utenti unici mensili medi (al netto delle duplicazioni - Fonte Audicom).

I principali account social del *Sistema Corriere* al 30 giugno 2024 hanno raggiunto circa 13 milioni di follower totali (considerando *Facebook*, *Instagram*, *X*, *Linkedin* e *TikTok* - Fonte interna) e quelli di *La Gazzetta dello Sport* 6,3 milioni (considerando *Facebook*, *Instagram*, *X*, *Tik Tok* e *You Tube*- Fonte

³ Si ricorda che RCS utilizza una definizione di EBITDA differente rispetto al Gruppo Cairo Communication, come indicato nel successivo paragrafo "Indicatori alternativi di performance". Per effetto di tali differenze - relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, pari nel primo semestre 2024 a complessivi Euro 2,1 milioni - l'EBITDA riportato nella relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2024 di RCS, approvata in data 31 luglio 2024, è pari a Euro 77,7 milioni.

interna).

Incluse le copie digitali, nel primo semestre 2024 la diffusione media giornaliera di *El Mundo*, *Marca* ed *Expansión* si attesta a rispettivamente circa 53 mila copie, 51 mila copie e 22 mila copie (Fonte OJD). Quest'ultimi due quotidiani confermano anche a giugno 2024 la loro posizione di *leadership* diffusionale nei rispettivi segmenti di mercato (Fonte: OJD). L'ultima rilevazione del *Estudio General de Medios* pubblicata in giugno 2024 conferma Unidad Editorial come leader dell'informazione quotidiana con quasi 1,6 milioni di lettori giornalieri complessivi per le tre testate quotidiane. Marca con 950 mila lettori è il quotidiano più letto in Spagna, *El Mundo* il secondo tra i generalisti con oltre 500 mila lettori e terzo tra i quotidiani.

Anche per la Spagna i principali indicatori di performance digitali confermano la rilevante posizione di mercato di Unidad Editorial, con *elmundo.es*, *marca.com* e *expansion.com* che nel primo semestre 2024 si attestano rispettivamente a 39,1 milioni, 82,2 milioni e 9,1 milioni di browser unici medi mensili tra nazionali ed esteri e comprese le app (Fonte: Google Analytics). La versione internazionale di *Marca* in lingua inglese ha conseguito nel primo semestre 2024, 20,8 milioni di browser unici medi mensili (Fonte interna), inclusi in quelli di *marca.com* sopra indicati. L'audience social delle testate del gruppo Unidad Editorial (Fonte interna) si attesta a 11,1 milioni di follower per *El Mundo*, 19,4 milioni per *Marca*, 2,5 milioni per *Telva* (considerando *Facebook*, *Instagram*, *X*) e 1,5 milioni per *Expansión* (considerando *Facebook*, *Instagram*, *X* e *LinkedIn*).

In Spagna a fine giugno 2024 gli abbonamenti digitali (*digital edition e premium*) sono cresciuti a circa 148 mila abbonamenti per *elmundo.es* (136 mila a fine 2023 – Fonte interna) e circa 96 mila abbonamenti per *expansion.com* (82 mila a fine 2023 - Fonte interna).

Al 30 giugno 2024, l'indebitamento finanziario netto è pari a Euro 43,8 milioni (Euro 23,4 milioni al 31 dicembre 2023). La variazione è principalmente determinata dagli esborsi per la distribuzione dei dividendi per circa Euro 36,3 milioni e per gli investimenti tecnici e oneri non ricorrenti per circa Euro 11,9 milioni, compensati parzialmente dall'apporto positivo della gestione tipica che risente della dinamica del circolante anche per la stagionalità del suo andamento. Si segnala che al 30 giugno 2024 sono iscritti nell'attivo patrimoniale crediti di imposta previsti a favore del settore editoriale per circa 24,3 milioni (comprensivi del credito residuo relativo anche agli anni 2021, 2022 e 2023).

L'indebitamento finanziario netto complessivo di RCS, comprensivo anche delle passività finanziarie relative a contratti di locazione iscritti in bilancio ex IFRS 16 pari a Euro 138,1 milioni (principalmente locazioni di immobili), è pari a Euro 181,9 milioni (Euro 151,4 milioni al 31 dicembre 2023).

Le attività di RCS hanno continuato ad essere focalizzate anche sulla valorizzazione dei contenuti editoriali, lo sviluppo dei brand esistenti ed il lancio di nuovi progetti.

Si riportano di seguito alcune delle principali iniziative realizzate **in Italia** nel corso del primo semestre 2024:

- il 23 gennaio sul canale *L'Economia* di *corriere.it* è stato lanciato il nuovo servizio digitale “*Chiedi all'Esperto*” in collaborazione con Giuffrè ed il 20 febbraio sul canale *Salute* il nuovo “*Sportello Cancro*”, in collaborazione con Fondazione Veronesi;
- *La Gazzetta dello Sport* e i suoi supplementi, *G Magazine* e *Sportweek*, hanno seguito i principali avvenimenti sportivi di questa prima parte del 2024. In particolare, per gli Europei di Calcio 2024, su *gazzetta.it* sono stati offerti una sezione editoriale dedicata con aggiornamenti live, approfondimenti e una produzione video con contributi dagli inviati, il podcast *Formidable*, la declinazione in chiave europei dei giochi online *Questo o Quello* e *GazzaQuiz* e il *Fantacampionato Europeo*;
- a inizio 2024 *La Gazzetta dello Sport* ha aperto due nuovi canali social: *LinkedIn* e *YouTube*;
- ad inizio marzo 2024 è stata lanciata la nuova app de *La Gazzetta dello Sport*, che rende disponibili sia le notizie del sito che lo sfogliatore del quotidiano in formato digitale;
- il 7 e 8 marzo si è tenuta la terza edizione di *Obiettivo5*, l'evento del *Corriere della Sera* e *iO Donna* in collaborazione con Università Sapienza di Roma dedicato ai temi della Parità di genere;
- ad inizio marzo 2024 è partito su *La Gazzetta dello Sport* il “*Torneo dei lettori del quotidiano*” di Fantacampionato;
- l'11 marzo si è tenuto “*Italia Genera Futuro*”, l'evento di *L'Economia* che presenta la classifica delle migliori mille piccole e medie imprese italiane;
- il 14 marzo è stato lanciato il canale *FAST* “*Talks by Corriere della Sera*” su Samsung TV Plus;
- nel primo semestre sono nate nuove rubriche podcast disponibili su *Gazzetta* e *Corriere della Sera*;
- nel primo semestre 2024 *La Gazzetta dello Sport* ha varato una nuova organizzazione dell'area video trasversale alle diverse piattaforme (sito e canali social). A marzo, inoltre, si è concluso il processo di migrazione alla nuova piattaforma video;
- nel semestre sono state realizzate nuove rubriche video su *Corriere TV* e nuovi appuntamenti live in diretta dagli studi di *Corriere TV* come “*Super Tuesday verso il voto Usa 2024*”;
- il 20 marzo il *Corriere della Sera* ha riportato al centro del giornale in formato cartaceo le sue prime pagine storiche;
- dal 25 al 28 marzo *Corriere della Sera* e Università Bocconi hanno organizzato la prima edizione del *Forum Internazionale Pact4Future*;
- il 25 marzo è partito da Bergamo il nuovo tour del ciclo di incontri *Le Economie d'Italia*, viaggio de *L'Economia* attraverso le piccole e medie imprese del territorio italiano;
- il 29 marzo è stata lanciata dal *Corriere della Sera* il progetto crossmediale “*Questa è l'Europa*”;
- nell'area delle *digital subscriptions* è stato organizzato un importante evento legato al compleanno del *Corriere*, “*Come cambia l'informazione, dietro le quinte del Corriere*”;

- l'8 aprile *Corriere della Sera - Buone Notizie* è stato promotore dell'iniziativa *Premio Bilancio di Sostenibilità*;
- il 10 e l'11 aprile si è tenuta la quarta edizione di *Women in Food*;
- in occasione della *Milano Design Week*, dal 15 al 21 aprile è stata aperta al pubblico la sede del *Corriere di Sera* con l'installazione «*Città Miniera: Design, Dismantle, Disseminate*», evento realizzato assieme alle testate dell'arredamento *Living e Abitare*;
- è stato realizzato il restyling di *Sportweek*, lanciato il 20 aprile;
- il 21 aprile è entrato nel catalogo newsletter di *Corriere della Sera* l'appuntamento settimanale “*Le idee*” di Ferruccio de Bortoli e Daniele Manca;
- nel mese di maggio VISA e *Corriere della Sera* hanno lanciato la seconda edizione di “*She's Next*”;
- l'8 maggio è stato lanciato il nuovo canale digitale *Figli & Genitori* e dal 17 giugno è stata inoltre pubblicata anche la relativa App;
- dal 9 al 12 maggio si è tenuta la sesta edizione di *Civil Week*;
- dal 16 al 18 maggio si è tenuta la seconda edizione dell'evento *Tech Emotion* ed il 28 e 29 maggio *Corriere della Sera* ed Emotion Network hanno organizzato l'evento “*Tech Emotion - Frames: Learnings for future vision*”;
- è proseguito il percorso del ciclo di eventi dell'*Economia d'Italia* con gli appuntamenti dedicati alle regioni Puglia, Piemonte, Lazio;
- il 5 giugno il *Corriere della Sera* ha celebrato la giornata mondiale dell'ambiente con un'edizione del quotidiano in carta verde e la prima edizione del *Festival Pianeta 2030*;
- il 6 giugno è stato portato a termine il restyling del profilo *Instagram* di *Corriere della Sera* che nel primo mese ha raddoppiato la crescita follower rispetto al mese precedente, raggiungendo quasi 1,9 milioni di follower;
- sabato 15 giugno, in occasione della prima partita della Nazionale di calcio a Euro2024, *La Gazzetta dello Sport* è uscita in edicola con un numero da collezione, stampato su carta azzurra e anche la home page di *gazzetta.it* e dell'App si sono colorate d'azzurro;
- il 18 giugno è stata lanciata la nuova App de *L'Economia*, tra i punti di forza: assistente virtuale basato su intelligenza artificiale e navigazione personalizzata sugli interessi dell'utente;
- continuano “*Le conversazioni del Corriere*”, eventi dedicati agli abbonati;
- a giugno, *La Gazzetta dello Sport*, con il patrocinio del Comune di Milano, ha organizzato la seconda edizione della *Milano Football Week*;
- nell'ambito del continuo sviluppo di *Gazzetta Motori*, a giugno è stato lanciato il nuovo progetto video multiplatforma “*Guida con Noi*”;

- sul fronte delle collane, libri e opere collaterali nel semestre *La Gazzetta dello Sport* ha pubblicato il libro “*Chiedimi chi era Pantani*”, la raccolta “*Milo Manara Collection*”, la collezione “*Pokemon*”, la collana “*I sentieri della grande guerra*”, le pubblicazioni anastatiche degli “*Album calciatori Panini*” e delle strisce de “*Il Grande Black*”, la raccolta di saggi inediti “*Terrorismo italiano*” ed ha celebrato il 20° scudetto dell’Inter con il libro “*Estasi nerazzurra*” e la collana “*Due stelle nerazzurre*”. Il *Corriere della Sera* nel semestre ha pubblicato “*Il futuro della democrazia*”, “*Lenin - La vita e la rivoluzione*”, “*Longevità. Vivere bene per vivere a lungo*”, “*Viaggi brevi - percorsi insoliti*”, “*Giovinanza*”, “*Con l’anima di traverso*”, “*Le sanguisughe di Giulietta. Storie di progresso e contraddizioni della Medicina*”, “*Interstellar*” e “*Il Cubo e io*”, la collana dedicata ad Alessandro Baricco, la riedizione delle opere di Oriana Fallaci, la collana “*Pratiche giapponesi per raggiungere la felicità*”, quella dedicata alla celebre coppia Julia Donaldson e Axel Scheffler, “*Storia del Fascismo*” e un inserto da collezione dedicato alla vittoria del 20° scudetto dell’Inter.

Nel corso del semestre, sono stati organizzati i principali eventi sportivi in portafoglio: il *Giro d’Italia*, la *Milano Sanremo*, la *Tirreno Adriatico*, l’*UAE Tour*, il *Next Gen*, la *Milano Torino*, le *Strade Bianche* e la *Milano Marathon*. Il *Giro d’Italia*, partito da Torino il 4 maggio, si è concluso il 26 maggio a Roma con la vittoria dello sloveno Tadej Pogacar ed ha generato grande entusiasmo e seguito di pubblico. In particolare, i risultati in termini di audience e di performance digitali delle corse ciclistiche sono stati molto positivi. Il *Giro d’Italia* ha migliorato (mediamente +18%) i dati di ascolto della diretta televisiva nazionale della prima parte di ogni tappa e confermato i dati già molto positivi nella sua parte finale, con una audience di 1,55 milioni di spettatori e il 16,7% di share. A livello globale, il *Giro* in televisione è seguito da quasi 700 milioni di spettatori nei cinque continenti. Le principali corse ciclistiche mostrano anche dati digitali in crescita rispetto al 2023, con il *Giro* che ha totalizzato 220 milioni di pagine viste e utenti unici in crescita del +7%. Anche quest’anno il *Giro*, che nel mese di aprile ha ricevuto il riconoscimento di “*Ambasciatore della Diplomazia dello Sport*”, ha mostrato la sua forza attrattiva portando sulle strade attraversate un numero molto ingente di appassionati italiani ed esteri, con milioni di spettatori presenti alle tappe che portano benefici economici ai territori percorsi, sia per l’impatto diretto prodotto dalla spesa degli spettatori e delle persone impegnate nell’organizzazione, sia per i benefici differiti generati dall’attrattività turistica e dagli investimenti in infrastrutture sul territorio.

Per i **periodici**:

- a febbraio *Amica* ha lanciato la sua prima serie di podcast, “*Fashion files- i feticci della moda*”;
- il 15 marzo, *Style Piccoli* e *quimamme.it*, in collaborazione con *iO Donna*, *Corriere Salute*, *Fondazione Corriere della Sera* ed il Movimento Italiano Genitori, hanno organizzato l’evento “*Elogio dell’empatia- Contributo al dialogo sul bullismo*”;

- *Amica*, in collaborazione con l'Accademia di Belle Arti, ha realizzato la prima edizione di un contest che ha invitato gli studenti a esprimersi sul tema del dialogo tra Arte e Moda;
- in aprile *Style Fashion Issue* ha celebrato i 10 anni con un numero speciale e un evento al Padiglione di Arte Contemporanea di Milano;
- dal 15 al 21 aprile, in occasione della *Design Week*, le testate dell'arredamento *Living* e *Abitare* con il *Corriere della Sera* hanno realizzato per il secondo anno una scenografica installazione all'interno del cortile della storica sede di Via Solferino a Milano;
- il 25 e 26 maggio si è ripetuto per il secondo anno l'evento "*A corpo libero*" organizzato da *iO Donna*;
- il 24 maggio il mensile *Dove* è andato in edicola con una nuova veste, rinnovata nella grafica e nei contenuti che è stata presentata al pubblico nel corso di un evento presso il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia;
- il 19 giugno è stato distribuito, allegato al *Corriere della Sera*, "*Il Tempo del Viaggio*", un nuovo inserto di *Dove Travel*;
- a partire dal 9 luglio Andrea Biavardi ha assunto l'incarico di nuovo direttore del settimanale *OGGI* in sostituzione di Carlo Verdelli.

RCS Academy, la *Business school* del Gruppo, ha completato nel primo semestre 2024 l'attività di formazione dei dieci master full time avviati nel corso dell'autunno 2023 ed il relativo *placement* di 210 *alumni*, offrendo a tutti i giovani studenti concrete opportunità di inserimento nel mondo del lavoro. Nei mesi di maggio e giugno hanno preso avvio i primi sette master del calendario accademico 2024-2025, tra cui i master full time di *Management dello Sport, Comunicazione e Media Digitali e Diritto d'Impresa* e il master part time di *Giornalismo*. Nel primo semestre, inoltre, sono stati realizzati i primi quattro *Business talks* dell'anno sui temi dell'*Economia e Sostenibilità d'Impresa*, delle *Fonti alternative di energia*, del rinnovo del sistema Salute, del *Retail & Omnichannel Strategy*. Il 20 giugno si è tenuto il primo *Advisory Board Meeting* dell'anno, incontro a invito riservato ai CEO in Sala Albertini che ha coinvolto trenta CEO delle aziende partner.

Per quanto riguarda il mercato dei Libri in Italia (dati GFK) il primo trimestre ha presentato un avvio lento rispetto all'anno precedente (a progressivo -5% a volume, -3,8% a valore) mentre il mese di marzo registra una incoraggiante ripresa (+5,3% a volume, +8,2% a valore). Le pubblicazioni relative ai marchi RCS (*Solferino, Cairo e Fuoriscena*) hanno segnato una performance decisamente migliore rispetto al mercato, con crescite verso l'anno precedente pari a +14% a volume e +18,6% a valore.

Si riportano di seguito anche alcune delle principali iniziative realizzate **in Spagna** nel primo semestre 2024:

- nel mese di gennaio è stata lanciata la nuova versione della *La Lectura*, supplemento culturale de *El Mundo*, con un ridisegno che adatta la rivista al formato del quotidiano e un arricchimento dei contenuti;
- dal 10 gennaio *Radio Marca* ha allargato la sua copertura territoriale con 11 nuove stazioni, estendendo la presenza in Castilla e Leon, un territorio con 2 milioni di abitanti;
- sempre in gennaio Unidad Editorial ha concluso un accordo con *Canela Media* per la commercializzazione pubblicitaria delle sue testate negli Stati Uniti;
- nel mese di febbraio la *Escuela de Formación* di Unidad Editorial ha lanciato un nuovo portale web completamente rinnovato, per fornire agli utenti accesso alla sua offerta formativa;
- nel mese di marzo il quotidiano economico *Expansión* ha lanciato una nuova serie di interviste video con protagonisti dell'impresaria spagnola;
- a inizio marzo si è svolto il *Foro Internacional de El Mundo "Europa, un año decisivo"* con la presenza di rilevanti esponenti politici nazionali e internazionali, che ha inaugurato una serie di iniziative volte a celebrare il 35° anniversario della testata;
- sempre nel mese di marzo il quotidiano *Marca* ha rinnovato la propria edizione cartacea con una nuova veste grafica, ampliando l'offerta di contenuti e proponendo nuovi supplementi settimanali;
- nel semestre è proseguita l'attività di organizzazione di eventi di rilievo, tra i quali la partecipazione con *El Mundo* e *La Lectura* alla Fiera Internazionale di Arte Contemporanea di Madrid e la serie di incontri "*España está de moda*" organizzati dalla rivista *Telva* in differenti province del paese. L'8 e 9 maggio si è tenuta la quinta edizione de "*El foro económico internacional Expansión*", organizzato in collaborazione con *The European House Ambrosetti*, con la partecipazione di importanti esponenti della politica e dell'economia nazionale e internazionale;
- dal 17 marzo, il sito *marca.com* ha creato una nuova sezione, "*Ganamos Juntos*", nella quale ogni mese sostiene una causa sociale dandole visibilità attraverso lo sport;
- nel mese di aprile il quotidiano *El Mundo* ha rinforzato la sua offerta del fine settimana introducendo la possibilità di acquistare con l'edizione domenicale anche la rivista *Hola* e con l'ampliamento ed il ridisegno della sezione *Papel*;
- nel mese di aprile Unidad Editorial ha concluso un accordo con *Warner Bros Discovery* per la commercializzazione pubblicitaria delle sue testate nel mondo Latino-americano;
- a fine maggio è stata lanciata la nuova rivista *Telva Living*, dedicata al design, all'architettura e all'arredamento d'interni.

Indicatori alternativi di performance

Nella presente relazione semestrale, al fine di consentire una migliore valutazione dell'andamento della gestione economico-finanziaria del Gruppo Cairo Communication, 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.

Gli indicatori alternativi di performance utilizzati sono nel seguito illustrati:

· **EBITDA:** tale indicatore è utilizzato da Cairo Communication 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 e della Capogruppo in aggiunta all'**EBIT** ed è determinato come segue:

Risultato prima delle imposte delle attività in continuità

+/- Risultato della gestione finanziaria

+/- Altri proventi (oneri) da attività e passività finanziarie

EBIT- Risultato Operativo

+ Ammortamenti

+ Svalutazione crediti

+ Accantonamenti a fondi rischi

EBITDA -Risultato Operativo ante ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti

L'EBITDA (*earnings before interest, taxes, depreciation and amortization*) non è identificato come misura contabile definita dagli IFRS e pertanto i criteri adottati per la sua determinazione possono non essere omogenei tra società o gruppi differenti.

RCS definisce l'EBITDA come risultato operativo (EBIT) ante ammortamenti e svalutazioni di immobilizzazioni.

Le principali differenze tra le due definizioni di EBITDA sono relative agli accantonamenti ai fondi rischi ed al fondo svalutazione crediti, che sono inclusi nella configurazione di EBITDA adottata da RCS e che sono invece esclusi dalla configurazione di EBITDA adottata da Cairo Communication. A motivo della non omogeneità delle definizioni di EBITDA adottate, nella presente relazione semestrale, l'EBITDA consolidato è stato determinato in continuità utilizzando la definizione applicata dalla capogruppo Cairo Communication.

Ricavi consolidati lordi: per una più completa informativa ed in considerazione della specificità del settore di riferimento, all'interno dei ricavi operativi – per i ricavi pubblicitari – viene data evidenza dei ricavi operativi lordi, degli sconti di agenzia e quindi dei ricavi operativi netti. I ricavi consolidati lordi sono pari alla somma di ricavi operativi lordi e degli altri ricavi e proventi.

Il Gruppo Cairo Communication ritiene inoltre che la **posizione finanziaria netta (indebitamento finanziario netto)** rappresenti un valido indicatore della struttura finanziaria del Gruppo determinato quale risultante dei debiti finanziari correnti e non correnti al netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti nonché delle attività finanziarie correnti, escludendo le passività finanziarie (correnti e non correnti) relative ai leasing precedentemente classificati come operativi e iscritte in bilancio ai sensi del principio contabile IFRS 16.

La **posizione finanziaria netta (indebitamento finanziario netto) complessiva/o** comprende anche le passività finanziarie relative ai leasing iscritti in bilancio ai sensi del principio contabile IFRS 16 precedentemente classificati come leasing operativi 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).

Rapporti con società controllanti, controllate, collegate e sottoposte al controllo delle controllanti

Le operazioni effettuate nel corso del periodo con parti correlate, ivi comprese quelle infragruppo, non sono qualificabili né come atipiche né come inusuali, rientrando nel normale corso di attività delle società del Gruppo. Dette operazioni sono regolate a condizioni di mercato, tenuto conto delle caratteristiche dei beni e servizi prestati.

Le informazioni sui rapporti con parti correlate sono presentate nella Nota 29 del bilancio consolidato semestrale abbreviato al 30 giugno 2024.

Principali rischi e incertezze cui il Gruppo è esposto che possono avere un impatto sulla evoluzione prevedibile della gestione del secondo semestre 2024

La Relazione degli Amministratori al bilancio al 31 dicembre 2023 include una descrizione, alla quale si rimanda, dei principali rischi ed incertezze cui Cairo Communication S.p.A. e il Gruppo sono esposti così come delle strategie e attività implementate per monitorarli ed affrontarli. In particolare, si segnalano:



- Rischi connessi alle condizioni generali dell'economia e geopolitici, ed ai potenziali effetti del permanere di fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo sull'attività, le strategie e le prospettive del Gruppo.
- Rischi connessi all'andamento del mercato pubblicitario ed editoriale, legati principalmente alla generale contrazione delle diffusioni ed all'andamento del mercato pubblicitario.
- Rischi connessi alla evoluzione del settore media, principalmente per effetto della penetrazione di nuovi mezzi di comunicazione.
- Rischi connessi a privacy, protezione dei dati e cybersecurity
- Rischi connessi al management ed alle "figure chiave", all'abilità quindi dei propri amministratori esecutivi, dei direttori, dei volti di rete e degli altri componenti del management di gestire efficacemente il Gruppo ed alla capacità del Gruppo di attrarre e trattenere risorse nuove e qualificate.
- Rischi connessi al mantenimento del valore dei brand delle testate e dei programmi del Gruppo, attraverso il mantenimento degli attuali livelli di qualità e innovazione.
- Rischi connessi ai rapporti con fornitori, clienti e dipendenti per i processi produttivi esternalizzati, in particolare la stampa e la distribuzione e la produzione di contenuti televisivi.
- Rischi connessi alla evoluzione del quadro normativo e regolamentare, in particolare per il settore televisivo.
- Rischi connessi alla valutazione delle attività immateriali, legati alla valutazione periodica al fine di verificarne la recuperabilità del valore contabile.
- Rischi legati ai contenziosi.
- Rischi correlati a tematiche ambientali, anche come conseguenza di eventuali cambiamenti climatici. In quest'ambito si segnalano anche i rischi correlati all'evoluzione della normativa per accelerare il passaggio ad una economia *low carbon* e quelli legati al cambiamento delle preferenze ed aspettative degli stakeholder del Gruppo, che possono progressivamente orientarsi verso prodotti/aziende maggiormente sensibili alle tematiche della sostenibilità.
- Rischi finanziari.

Nella presente relazione finanziaria semestrale viene ripresa la trattazione in sintesi dei principali rischi che possono avere un effetto sulla evoluzione prevedibile della gestione nel secondo semestre 2024.

Rischi connessi alle condizioni generali dell'economia e geopolitici

La situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo Cairo Communication può essere influenzata dai vari fattori che compongono il quadro macroeconomico quali l'incremento o il decremento del prodotto nazionale lordo, il livello di fiducia dei consumatori e delle imprese, il rapporto spesa pubblicitaria/PIL, l'inflazione, l'andamento dei tassi di interesse e il costo delle materie prime.

Con l'acquisizione del controllo di RCS, le attività del Gruppo si svolgono principalmente in Italia e in Spagna. Pertanto i risultati del Gruppo sono esposti ai rischi indotti dall'andamento della congiuntura in questi due Paesi e dall'efficacia delle politiche economiche attivate dai rispettivi Governi.

Gli ultimi dati pubblicati dal Fondo monetario internazionale nel luglio 2024 (con il documento *World Economic Outlook– luglio 2024*) stimano per l'Italia un incremento del PIL dello 0,7% nel 2024 e dello 0,9% nel 2025 e per la Spagna un incremento del PIL del 2,4% nel 2024 e del 2,1% nel 2025. A giugno 2024 il tasso di inflazione in Italia presenta una variazione su base annua pari al 0,8% (Fonte: ISTAT - indice FOI senza tabacchi), mentre in Spagna, l'inflazione su base annua si attesta al 3,4% (Fonte: Istituto Nazionale di Statistica - INE).

Il primo semestre 2024 è stato caratterizzato dal perdurare dei conflitti in Ucraina e in Medioriente, con le loro conseguenze anche in termini di impatti sull'economia e gli scambi, che continuano a determinare una situazione di generale significativa incertezza. Il Gruppo non presenta una esposizione diretta e/o attività commerciali nei confronti dei mercati colpiti dal conflitto e/o di soggetti sanzionati. L'attività, le strategie e le prospettive del Gruppo potrebbero essere condizionate dall'eventuale protrarsi nel tempo di questa situazione di incertezza.

Rischi connessi all'andamento del mercato pubblicitario ed editoriale

Il permanere dei fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo, acuiti dalla attuale situazione di conflitto in Ucraina e in Medioriente, può avere impatti negativi, per i quotidiani e periodici.

In Italia, nei primi sei mesi del 2024 il mercato pubblicitario (Dati Nielsen) è stato in crescita del 6,7% rispetto al periodo analogo del 2023 con l'*on-line* (esclusi *search*, *social media* e *over the top*) e la TV in crescita rispettivamente del 5,4%, e dell'8,6%. I quotidiani e i periodici registrano una flessione rispettivamente del 7,1% e del 2,8%. In Spagna, nel primo semestre 2024 il mercato della raccolta pubblicitaria segna una crescita del 6,4% rispetto al periodo analogo del 2023 (Fonte: i2p, Arce Media). In particolare, il mercato dei quotidiani e dei periodici segna una flessione rispettivamente del 5,7% e dello 0,6% mentre la raccolta su internet (esclusi *social media*, *search*, *etc.*) e sul comparto radio registrano un incremento rispettivamente del 5,3% e del 4,8%:

Sul fronte diffusionale, nei primi cinque mesi del 2024, in Italia i quotidiani di informazione generale e i quotidiani sportivi registrano rispettivamente una contrazione delle diffusioni cartacee e digitali pari al 7,9%, e al 6,4% (Fonte: dati ADS gennaio-maggio 2024). In Spagna, nel primo semestre 2024 i dati delle diffusioni evidenziano una contrazione sia per i quotidiani di informazione generale (-8,1%) che per i quotidiani sportivi (-8,4%) e i quotidiani economici (-9,9%) (Fonte: OJD gennaio-giugno 2024).

Il mercato diffusionale dei periodici, riferito alle testate dichiarate in ADS, a maggio 2024 evidenzia per i settimanali (copie cartacee e digitali) un calo pari al 9,6% rispetto al pari periodo dello scorso anno. Per i mensili, lo stesso dato, relativo ai primi quattro mesi dell'anno, fa registrare un calo pari al 7,9% (Fonte interna su base dati ADS; settimanali con più di 48 edizioni e mensili con più di 10 edizioni).

Pubblicità

Il Gruppo Cairo Communication presenta un'esposizione significativa ai ricavi pubblicitari, strutturalmente ciclici e direttamente correlati all'andamento generale del contesto economico. Per il settore editoriale televisivo i ricavi pubblicitari rappresentano attualmente la principale fonte di ricavo. La7 presenta un eccellente profilo di ascoltatori, particolarmente interessante per la comunicazione pubblicitaria.

Considerando il settore editoria periodici Cairo Editore, i ricavi pubblicitari nel primo semestre 2024 a livello di Gruppo hanno avuto un'incidenza percentuale del 14,2%, mentre il restante 85,8% è stato generato da ricavi da diffusione e abbonamenti.

Con riferimento a RCS, la pubblicità rappresenta il 40,8% dei ricavi complessivi.

L'eventuale perdurare dei fattori di incertezza dell'economia globale potrebbero incidere negativamente sulle prospettive del mercato della pubblicità. In tale contesto, l'eventuale difficoltà a mantenere o accrescere i propri ricavi pubblicitari potrebbe determinare effetti negativi sulle prospettive, attività e risultati economici e finanziari del Gruppo.

Inoltre, anche con riferimento al settore pubblicitario, in considerazione delle evoluzioni in corso, sta assumendo sempre maggiore rilevanza la capacità degli operatori di sviluppare prodotti digitali che consentano la personalizzazione dei contenuti e formati pubblicitari, la profilazione degli utenti, l'utilizzo di analytics/big data, la lead generation. Rispetto a questa evoluzione del mercato, l'eventuale difficoltà o ritardo nell'adeguarsi e rispondere alla nuova domanda - anche attraverso lo sviluppo di un prodotto tecnologico all'avanguardia, immediato e funzionale - potrebbe determinare effetti negativi sulle prospettive, attività e risultati economici e finanziari del Gruppo.

Diffusione

Oltre alla pubblicità, tra le restanti attività del gruppo è prevalente la vendita di prodotti editoriali rivolta ad un mercato caratterizzato da tempo, sia in Italia sia in Spagna, da una fase di cambiamento che comporta una sempre maggiore integrazione con sistemi di comunicazione on-line. Tale transizione può determinare impatti sulle diffusioni del prodotto cartaceo, che il Gruppo sta affrontando con l'adozione di appropriate strategie di sviluppo digitale. In tale contesto, l'eventuale difficoltà a mantenere le diffusioni dei prodotti cartacei potrebbe determinare effetti negativi sulle prospettive, attività e risultati economici e finanziari del Gruppo.

La capacità del Gruppo Cairo Communication di incrementare i propri ricavi e perseguire i propri obiettivi di crescita e sviluppo e di mantenere adeguati livelli di redditività, dipende anche dal successo nella realizzazione della propria strategia industriale, che si basa anche sull'ampliamento e arricchimento del proprio portafoglio prodotti, anche digitali, al fine di cogliere i segmenti di mercato con maggiore potenziale.

Qualora il Gruppo Cairo Communication non fosse in grado di proseguire in questa strategia, l'attività e le prospettive del Gruppo Cairo Communication potrebbero esserne negativamente influenzate.

Privacy protezione dei dati e cybersecurity

L'innovazione e il rafforzamento delle piattaforme tecnologiche e lo sviluppo organico di prodotti digitali e strategie "*customer centric*" portano ad un incremento dei rischi legati alla protezione dei dati. Il tema della tutela della privacy e della protezione dei dati personali è sempre più rilevante per il Gruppo e, in particolare nell'editoria, assume un ruolo chiave nel rapporto di fiducia con i propri lettori e utenti.

A ciò si devono accompagnare regole e politiche rigorose e una cultura aziendale in linea con le più recenti normative che hanno esteso e consolidato la tutela dei diritti degli interessati.

Inoltre, si osserva a livello globale una crescita della frequenza e complessità degli attacchi informatici (malware, ransomware, utilizzo di tecniche di phishing e social engineering) aventi sia scopo estorsivo che di spionaggio industriale.

Anche in relazione al conflitto in corso in Ucraina e alle sue conseguenze geopolitiche, è inoltre aumentata la minaccia da parte di organizzazioni criminali di attacchi informatici nei confronti di obiettivi industriali e strategici di alcuni paesi, tra i quali l'Italia.

In tale contesto è necessario un costante presidio ed evoluzione dei sistemi di sicurezza informatica, che richiede un impegno economico crescente per far fronte ad attacchi sempre più sofisticati.

In considerazione della attualità del rischio, il Gruppo ha introdotto ulteriori strumenti e procedure di protezione, focalizzando la sua attenzione verso un costante e progressivo rafforzamento delle proprie

piattaforme tecnologiche.

Il Gruppo si è dotato di procedure e strumenti volti a garantire l'osservanza del Regolamento Europeo in materia di protezione dei dati personali EU 679/2016, nonché del D.Lgs 196/2003 come modificato dal D.Lgs. 101/2018 in Italia della Ley Orgánica 3/2019, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales in Spagna del 5 dicembre 2019.

Rischi connessi ai rapporti con fornitori, clienti e dipendenti

Alcuni processi produttivi del Gruppo Cairo Communication, in particolare la stampa per l'editoria periodica in Italia e Spagna e per i quotidiani in Spagna e l'attività di gestione della rete per il settore editoriale televisivo, sono esternalizzati. L'esternalizzazione dei processi produttivi richiede una stretta collaborazione e un attento monitoraggio dei fornitori, al fine di garantire e preservare la qualità dei prodotti realizzati con l'ausilio di fornitori esterni. Tale esternalizzazione può portare benefici economici in termini di flessibilità ed efficienza, ma comporta che il Gruppo Cairo Communication debba fare affidamento sulla capacità dei propri fornitori di raggiungere e mantenere gli standard qualitativi richiesti dal Gruppo Cairo Communication.

I fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo, acuiti dalla situazione di conflitto in Ucraina, hanno accentuato in particolare nel 2021 e 2022 la dinamica crescente dei costi di diversi fattori di produzione, in particolare per la carta. Peraltro, già nel corso del 2023 i costi di energia e gas sono progressivamente tornati a valori sostanzialmente in linea con quelli di fine estate 2021 ed anche il costo della carta nel corso del 2023 e in questa prima parte del 2024 è stato in riduzione rispetto ai valori raggiunti nel 2022, con effetti che stanno impattando positivamente il conto economico del 2024.

Alcuni rapporti con fornitori/clienti sono basati su contratti di licenza e/o sponsorizzazione, il cui mancato rinnovo alla scadenza o il rinnovo a condizioni meno favorevoli, potrebbe condurre ad effetti negativi sulla situazione economico finanziaria del Gruppo.

Rischi connessi alla evoluzione del quadro normativo e regolamentare

Il Gruppo Cairo Communication opera in diverse aree di business, caratterizzate da una forte regolamentazione.

L'attività di La7 è regolata principalmente dal D. lgs. 28 novembre 2021, n. 208, Testo Unico dei Servizi Media Audiovisivi, di seguito "TUSMA", che ha abrogato e sostituito il precedente Testo Unico dei Servizi di Media Audiovisivi e Radiofonici (d. lgs. 31 luglio 2005, n. 177; "TUSMAR"). Il nuovo Testo Unico definisce i principi generali per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato.

L'attività di operatore di rete svolta da Cairo Network è soggetta ad un'articolata regolamentazione a livello nazionale e comunitario. In particolare, le emittenti radio-televisive sono soggette alla normativa volta alla tutela delle persone e dell'ambiente dalla esposizione a campi elettromagnetici. Benché, come già commentato, l'attività di realizzazione e gestione della rete sia stata affidata in modalità full service a un qualificato operatore del settore, che ha assunto impegni e garanzie giudicati da Cairo Communication adeguati a garantire il rispetto della normativa di settore, eventuali violazioni di tale normativa determinare conseguenze negative sulla condizione economica e patrimoniale del Gruppo Cairo Communication.

Nella Legge di Bilancio 2018 (l. n. 205 del 2017, come successivamente integrata e modificata dalla l. n. 145 del 2019), all'art. 1, co. 1026 e ss., sono state introdotte specifiche previsioni volte al rilascio da parte degli operatori televisivi in tecnica terrestre delle frequenze della banda 694-790 MHz, c.d. "banda 700" (corrispondente ai canali da 49 a 60), in favore degli operatori telefonici, e alla conseguente riorganizzazione dei diritti d'uso degli operatori televisivi esistenti sul rimanente spettro televisivo ("refarming").

In attuazione della predetta legge, l'Agcom e il Mise hanno adottato i provvedimenti conseguenti in esito ai quali nel 2019 a Cairo Network è stato assegnato un diritto d'uso senza specificazione delle frequenze, corrispondente alla metà di un mux.

Successivamente, al termine della procedura onerosa indetta, il Mise, con determina del 2 luglio 2021, ha comunicato che Cairo Network è risultata aggiudicataria di un diritto d'uso senza specificazione delle frequenze, corrispondente alla metà di un multiplex nazionale di nuova pianificazione. Cairo Network, ha proceduto al pagamento di metà dell'importo offerto in sede di gara (con riserva) e ha chiesto la prevista rateizzazione del residuo (in tre rate annuali). In data 6 agosto 2021 il Mise per effetto della combinazione dei due diritti d'uso senza specificazione di frequenze ha quindi comunicato il provvedimento di assegnazione del diritto d'uso delle frequenze ai fini dell'esercizio della rete nazionale del PNAF denominata "Rete nazionale n. 10" fino al 2032 (durata di due anni inferiore rispetto a quella del diritto originariamente acquistato nel 2014).

Cairo Network è stata udita nell'ambito dei vari procedimenti e ha partecipato alle relative consultazioni pubbliche, evidenziando le considerazioni di carattere giuridico e tecnico che depongono per l'esclusione della Società dall'applicazione della Legge di Bilancio (e, in particolare, dal procedimento di conversione del diritto d'uso originario e di assegnazione dei diritti d'uso di nuova pianificazione), allegando anche documentazione a supporto.

Cairo Network ha poi impugnato anche le delibere e i provvedimenti dell'Agcom e del Mise, di attuazione della Legge di Bilancio, con ricorsi al Tar Lazio, Roma, e successivi motivi aggiunti (r.g. n. 6740/2018, n. 7017/18, n. 440/2021 e 6040/2021), con cui sono stati dedotti anche al giudice

amministrativo le medesime considerazioni evidenziate alle autorità pubbliche e ulteriori profili di illegittimità dei provvedimenti impugnati.

Il TAR Lazio, con sentenze pubblicate il 28 gennaio 2021 nei citati giudizi r.g. n. 6740/2018 e 7017/2018, ha respinto le domande di annullamento, sia pure non affrontando interamente il merito delle questioni poste da Cairo Network, e le predette sentenze sono oggetto di appello al Consiglio di Stato (r.g. n. 4335/2021 e n. 4334/2021) che con ordinanza del 1° dicembre 2023, n. 10415, dopo le udienze di discussione del 28 settembre 2023 ha disposto il rinvio pregiudiziale ex art. 267 TFUE innanzi alla Corte di Giustizia dell'Unione Europea C-764/23. Il giudizio di rinvio pregiudiziale è in corso, e Cairo in quella sede ha già depositato le proprie osservazioni, insistendo per l'incompatibilità euorunitaria delle disposizioni della Legge di Bilancio 2018 e dei successivi atti applicativi. Allo stato, si è in attesa della comunicazione da parte della Cancelleria della Corte delle osservazioni delle altre parti, e della fissazione dell'udienza di discussione. È ragionevole ritenere che il giudizio si concluderà nel 2025.

In data 8 febbraio 2022, il MISE ha poi pubblicato il decreto relativo alle misure compensative a beneficio degli operatori di rete per i costi sostenuti per la predisposizione di impianti di trasmissione idonei a garantire lo standard di trasmissione T2, che Cairo Network ha impugnato con ricorso al Tar, pendente (r.g. n. 4515/2022).

Da ultimo, con decreto del 17 aprile 2023 (pubblicato il 10 luglio 2023), il Ministero delle imprese e del made in Italy (Mimit) ha determinato i contributi per i diritti d'uso delle frequenze digitali per gli anni 2022-2023, chiedendo agli operatori di rete il pagamento di un importo annuale (per ciascuna rete) pari a euro 3,8 milioni. Cairo Network non dovrebbe essere assoggettata alle previsioni del predetto decreto, e, in particolare, non dovrebbe essere tenuta a corrispondere i contributi per gli anni 2022 e 2023, dal momento che negli atti della procedura di gara indetta nel 2014 e conclusasi con l'assegnazione a Cairo Network del diritto d'uso della durata di 20 anni era previsto che: i) al termine del refarming delle frequenze, Cairo avrebbe ottenuto una frequenza di analoga copertura e durata di quella assegnata; ii) il versamento dell'importo dell'offerta di Cairo era effettuato anche a titolo di contributo per la concessione di diritti d'uso delle frequenze radio e ne assolveva quindi l'obbligo di pagamento. In data 3 agosto 2023 il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha pubblicato un avviso in cui rendeva noto che è in corso la revisione di tale decreto del 17 aprile 2023 ad oggi ancora in corso.

Inoltre, Cairo Network è in procinto di avviare azioni, anche di carattere giudiziale (e in aggiunta ai contenziosi già promossi), volte a ottenere il risarcimento dei danni e dei pregiudizi subiti (i) per il pagamento richiesto per riottenere la titolarità di un diritto d'uso di frequenze che Cairo aveva già pagato in esito alla procedura di gara del 2014, ii) per la diversa durata del nuovo diritto d'uso e iii) per la perdita di occasioni commerciali subita negli ultimi anni per effetto dell'incertezza generata

dalla procedura di refarming, iv) per essere stato discriminato (sostanzialmente unico tra gli operatori di rete) dalle misure compensative previste dal decreto del MISE del 17 novembre 2021 e pubblicato l'8 febbraio 2022.

Allo stato, non è ancora possibile prevedere con certezza l'effetto l'esito dei giudizi di impugnazione al TAR e al Consiglio di Stato, anche ad esito della fase incidentale avanti la Corte di Giustizia e di quelli che potranno essere nel futuro intrapresi.

Rischi connessi alla valutazione delle attività immateriali

Alla data del 30 giugno 2024 il Gruppo detiene attività immateriali per complessivi Euro 984,2 milioni. Le attività immateriali devono essere oggetto di valutazione periodica in accordo con i principi contabili internazionali, al fine di verificarne la recuperabilità del valore contabile ed accertare la congruenza dello stesso rispetto al valore di iscrizione in bilancio (*impairment test*). Tale test si basa su parametri finanziari e su stime dell'evoluzione delle attività cui sono legate le attività stesse, molto sensibili ai mercati finanziari ed economici. Le principali scelte valutative e le fonti di incertezza nell'effettuazione delle stime sono commentati nel paragrafo “Principali fattori di incertezza nell'effettuazione delle stime” delle note ai prospetti contabili consolidati della presente relazione finanziaria semestrale, cui si rinvia per maggiori dettagli. Al sensibile variare del contesto economico finanziario potrebbero evidenziarsi scostamenti, anche rilevanti, nei parametri e nelle previsioni così come stimati e utilizzati nell'*impairment test*. Qualora dette variazioni fossero negative si potrebbero configurare svalutazioni con impatti anche significativi sui risultati.

Rischi legati ai contenziosi

Per la natura del suo business, il Gruppo Cairo Communication è soggetto, nello svolgimento delle proprie attività, al rischio di azioni giudiziarie. Il Gruppo Cairo Communication monitora lo sviluppo di tali contenziosi, anche con l'ausilio di consulenti esterni, e procede ad accantonare le somme necessarie a far fronte ai contenziosi in essere in relazione al diverso grado di probabilità di soccombenza negli stessi.

Nelle note di commento relative alle “Impegni, rischi e altre informazioni” (Nota 28 delle note esplicative ai prospetti contabili consolidati), viene riportata l'informativa relativa ad alcuni contenziosi. La valutazione delle passività potenziali di natura legale e fiscale, che richiede da parte della Società il ricorso a stime e assunzioni, viene effettuata a fronte delle previsioni effettuate dagli Amministratori, sulla base delle valutazioni espresse dai consulenti legali e fiscali della Società, in merito al probabile onere che si ritiene ragionevole verrà sostenuto. I risultati che si consuntiveranno potrebbero differire da tali stime.

Si ricorda che in virtù dell'attività svolta, il Gruppo Cairo Communication è parte di alcuni contenziosi civili e penali per diffamazione a mezzo stampa. Con riferimento ai contenziosi per diffamazione a mezzo stampa, si segnala che, sulla base dell'esperienza del Gruppo Cairo Communication, tali procedimenti, per i casi in cui le società del Gruppo Cairo Communication siano riconosciute soccombenti, si concludono normalmente con il riconoscimento di un risarcimento danno per importi esigui rispetto al *petitum* originario. Peraltro, per l'attività televisiva, La7 ha stipulato un'apposita polizza assicurativa che copre la responsabilità professionale.

Rischi correlati a tematiche ambientali

Il cambiamento climatico costituisce un tema di particolare attenzione per ogni settore industriale, compreso quello dell'editoria, le cui emissioni di gas a effetto serra sono legate principalmente ai consumi energetici, ai trasporti (per esempio la flotta aziendale e i *business travel*) e al ciclo produttivo del prodotto cartaceo gestito internamente.

Il Gruppo si caratterizza per una catena di fornitura centrata principalmente sull'approvvigionamento della materia prima "carta", con processi produttivi (stampa) completamente esternalizzati in Spagna e in entrambi i paesi per la stampa dei periodici. In Italia i processi produttivi sono invece gestiti principalmente in via diretta per quanto attiene alla stampa quotidiana. Il processo distributivo dei prodotti editoriali cartacei in Spagna è esternalizzato e in Italia è gestito in via diretta attraverso la società m-dis.

L'industria cartaria in Europa è storicamente una delle industrie più attente all'ambiente poiché utilizza risorse rinnovabili che danno origine a prodotti riciclabili. In tale ambito il Gruppo utilizza i principali fornitori italiani ed europei, dotati di certificazioni di un processo produttivo eco-compatibile.

Altro aspetto rilevante è la gestione dei rifiuti per la quale il Gruppo si impegna ad operare nel rispetto delle normative locali e nel garantire la tracciabilità degli stessi. Inoltre, il Gruppo conferisce i rifiuti ad aziende specializzate ed autorizzate per il recupero o lo smaltimento nonché provvede al riciclo della carta dei prodotti editoriali da parte di maceratori specializzati.

Per quel che concerne la propria catena di fornitura (in particolare per la produzione editoriale e la catena distributiva), il Gruppo, oltre a richiedere il rispetto della normativa vigente, ha adottato attente politiche di tutela dell'ambiente. Il Gruppo ritiene fondamentale operare adeguate selezioni dei fornitori anche sulla base della comprovata attenzione alle tematiche ambientali, come commentato nella Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario.

Il Gruppo monitora costantemente i rischi in materia ambientale in modo da prevenirne e limitarne gli impatti potenziali. I rischi ambientali a cui è potenzialmente esposto il Gruppo comprendono non solo quelli legati ai processi produttivi direttamente gestiti, ma anche prevalentemente quelli generati indirettamente attraverso terzi, come ad esempio le forniture "strategiche" di carta o i processi di

stampa ed agli uffici in cui il Gruppo è locatario di edifici “*multitenant*”. Mentre nei casi di produzione interna il Gruppo può adottare delle politiche per la riduzione del proprio impatto ambientale, attraverso il monitoraggio di KPI specifici, nel caso di acquisti di beni o servizi il Gruppo può agire solo indirettamente, attraverso una scelta accurata dei fornitori e attraverso la condivisione delle proprie politiche ambientali.

Si segnala che nel corso del 2023 il Gruppo, anche al fine di recepire le indicazioni ESMA (nell’ambito degli *European common enforcement priorities for 2023 financial statements*) in tema di rischio climatico, all’interno del proprio processo di risk assessment ha posto un focus specifico anche sui rischi legati al cambiamento climatico ed il loro potenziale impatto sulle attività del Gruppo.

In particolare, sono stati individuati i principali rischi potenziali causati o influenzati dai cambiamenti climatici e che potrebbero impattare gli obiettivi sia economici sia di *reputation* perseguiti dal Gruppo. Coerentemente con le linee guida e prassi operative sono stati identificati sia i “rischi fisici”, ovvero le perdite prodotte dalla maggiore frequenza e gravità di eventi meteorologici estremi (es, inondazioni, raffiche di vento, terremoti, ecc.) sia i “rischi di transizione” originati dal passaggio verso una economia *low carbon*. Questi ultimi potrebbero incidere sulla competitività e le prospettive aziendali attraverso l’incremento dei costi (per esempio in termini di compliance, di accesso a nuove tecnologie, ecc.) o per il cambiamento delle preferenze del mercato e dei consumatori verso prodotti meno impattanti e aziende con una reputazione consolidata su queste tematiche, con conseguente necessità di adattare processi produttivi, effettuare investimenti o rivedere la vita utili degli assets e/o la valutazione della loro obsolescenza. La valutazione sulla rilevanza di detti rischi in termini di probabilità di accadimento ed eventuale impatto sulla società, è stata svolta coinvolgendo i responsabili di funzioni operative e corporate rappresentativi di tutte le principali aree aziendali del Gruppo.

A conclusione del Risk Assessment, in considerazione anche del settore di appartenenza, non sono stati segnalati da parte di tali responsabili di funzioni rischi ritenuti significativi collegati al cambiamento climatico. Sono comunque emersi i seguenti rischi, valutati di rilevanza media, riconducibili a:

- evoluzione della normativa, legato a eventuali interventi regolatori finalizzati ad accelerare il passaggio ad una economia *low carbon* da cui possano derivare costi di gestione diretti o indiretti;
- cambiamento delle preferenze e aspettative dei consumatori ed in genere degli stakeholder del Gruppo, che possono progressivamente orientarsi verso prodotti e aziende che dimostrano forte sensibilità rispetto alle tematiche delle sostenibilità.

Il Gruppo, in conformità a quanto previsto dall’articolo 5, comma 3, lettera b, del D. Lgs. 254/2016 in attuazione della direttiva UE 2014/95, predispose la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario.



Rischi finanziari

Il Gruppo gestisce la struttura del capitale e i rischi finanziari in coerenza con la struttura dell'attivo patrimoniale, con l'obiettivo di mantenere nel tempo un rating creditizio e livelli degli indicatori di capitale adeguati e coerenti, tenendo conto dell'attuale dinamica di offerta di credito nel sistema Italia. Nessuna variazione significativa è stata apportata agli obiettivi, alle politiche e alle procedure di gestione durante il primo semestre 2024 rispetto all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023.

Nelle note di commento relative alle "Informazioni sui rischi finanziari" (Nota 31 delle note esplicative ai prospetti contabili consolidati), viene riportata l'informativa relativa al rischio di liquidità, rischio di tasso e rischio di credito.

Altre informazioni

Risorse umane

Le risorse umane costituiscono, per il tipo di attività che svolge, uno dei fattori critici di successo del Gruppo. La valorizzazione delle persone, lo sviluppo delle loro capacità e competenze ed il riconoscimento dei meriti e responsabilità, sono i principi a cui si ispira la gestione del personale, fin dalla fase di selezione, che risulta peraltro facilitata dalla buona visibilità e capacità di attrazione del Gruppo.

Di seguito si evidenziano gli organici puntuali del Gruppo alla data del 30 giugno 2024, suddivisi per qualifica e per area geografica:

	CAIRO COMMUNICATION E ALTRE SOC.		RCS		TOTALE
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	
<i>Dirigenti</i>	37	6	53	19	115
<i>Direttori di testata</i>	7	1	23	9	40
<i>Quadri</i>	63	50	117	85	315
<i>Impiegati</i>	273	274	599	665	1.811
<i>Operai</i>	1	0	136	11	148
<i>Giornalisti e pubblicisti</i>	88	119	707	470	1.384
TOTALE	469	450	1.635	1.259	3.813

	ITALIA		ESTERO		TOTALE
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	
<i>Dirigenti</i>	79	17	11	8	115
<i>Direttori di testata</i>	27	7	3	3	40
<i>Quadri</i>	154	117	26	18	315
<i>Impiegati</i>	580	624	292	315	1.811
<i>Operai</i>	137	11	0	0	148
<i>Giornalisti e pubblicisti</i>	522	410	273	179	1.384
TOTALE	1.499	1.186	605	523	3.813

Con riferimento alle Altre società del Gruppo il maggior numero di dipendenti è impiegato nel settore televisivo (pari a 484 risorse) e a seguire dal settore concessionarie (CairoRCS Media) che per la sua attività si avvale di 242 dipendenti e di una rete di vendita composta da circa 200 agenti (tra diretti ed indiretti) coordinati da dirigenti e funzionari commerciali.

Con riferimento a RCS, l'organico puntuale al 30 giugno 2024 è pari a 2.894 dipendenti dei quali 1.128 operanti all'estero.

Eventi successivi alla chiusura del semestre ed evoluzione prevedibile della gestione

Il primo semestre 2024 è stato caratterizzato dal perdurare dei conflitti in Ucraina e in Medio Oriente, con le loro conseguenze anche in termini di impatti sull'economia e gli scambi, che continuano a determinare una situazione di generale significativa incertezza. Il Gruppo non presenta una esposizione diretta e/o attività commerciali nei confronti dei mercati colpiti dal conflitto e/o di soggetti sanzionati.

I rispettivi conflitti, con i loro impatti, sono ancora in corso anche alla data di approvazione della presente relazione finanziaria semestrale.

Nel corso dei primi mesi del 2024, il Gruppo con la sua offerta informativa è venuto incontro al forte bisogno del pubblico di essere informato, garantendo un servizio puntuale ai propri telespettatori e lettori. I programmi di *La7*, 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, hanno svolto un ruolo centrale nell'informazione, mettendo al centro la propria vocazione di servizio pubblico, imparziale e puntuale e affermandosi come attori autorevoli dell'informazione quotidiana televisiva, cartacea e *on-line*, con importanti numeri di ascolti televisivi e traffico digitale. Lo sviluppo della situazione e i suoi potenziali effetti sulla evoluzione della gestione, che sono oggetto di monitoraggio costante, non sono al momento ancora prevedibili in quanto dipendono, tra l'altro dall'evoluzione, gli sviluppi e la durata del conflitto in Ucraina e di quello in Medio Oriente e dei loro effetti geopolitici.

In considerazione delle azioni già messe in atto e di quelle previste, in assenza di un peggioramento delle conseguenze riconducibili alla prosecuzione e sviluppi dei conflitti in Ucraina e in Medio Oriente e/o della dinamica dei costi, il Gruppo ritiene che sia possibile confermare l'obiettivo di conseguire nel 2024 margini (EBITDA) fortemente positivi, in crescita rispetto a quelli realizzati nel 2023 e di proseguire con un'ulteriore generazione di cassa dalla gestione operativa.

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

Per il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente Dott. Urbano Cairo