

## **Rcs in rosso prepara un programma di cessioni** – Il Sole24 Ore -11-11-09

Rcs Mediagroup ha chiuso i primi nove mesi con ricavi netti consolidati in calo del 17,2% a 1,6 miliardi (1,9 nello stesso periodo 2008). I ricavi pubblicitari sono scesi del 27,2% a 496,8 milioni, l'ebitda post oneri e proventi non ricorrenti si è attestato a 30,3 milioni (-80,1%) e il risultato netto è negativo per 73,3 milioni (utile netto 20,3 milioni a fine settembre 2008). Rcs conferma la previsione che il 2009 chiuderà con risultati «significativamente negativi».

Secondo il gruppo che controlla il Corriere della Sera, il perdurare della scarsa visibilità di scenario non attenua le difficoltà del settore «che sconta a livello globale situazioni problematiche sul fronte diffusionale ed in particolare su quello del mercato pubblicitario per i quali non sembra prevedibile un'inversione di tendenza a breve». Per far fronte all'evoluzione dello scenario di mercato Rcs MediaGroup ha a suo tempo definito, ed è in progressiva fase di realizzazione, un piano di interventi focalizzato sulla riduzione dei costi e sulla revisione del modello di business, trasversale alle società del gruppo in Italia e all'estero.

Nel maggio 2009 Rcs MediaGroup ha approvato una serie di misure strutturali trasversali alle società del gruppo e volte a ridurre complessivamente i costi per oltre 200 milioni, di cui 130 milioni di obiettivo entro il 2009. Le azioni poste in essere hanno permesso a settembre 2009 una riduzione dei costi per 112,7 milioni, pari all'86,7% dell'obiettivo dei piani di ristrutturazione per l'anno in corso, che potrà quindi essere superato. Per far fronte alle difficoltà del settore, il gruppo non esclude inoltre, come già ribadito in precedenza, una modifica al perimetro, compatibilmente con l'andamento del mercato, rispetto alle attività che «verranno ritenute non strategiche».

Nei nove mesi il gruppo ha registrato ricavi diffusionali pari a 921 milioni, in flessione di 122,9 milioni (-11,8%) attribuibile prevalentemente al settore collezionabili, caratterizzato da una drastica riduzione dei lanci in Italia e all'estero. L'indebitamento finanziario netto, in miglioramento di 71,1 milioni, si attesta a 1,12 miliardi (1,14 mld a dicembre 2008). Al decremento dei nove mesi ha contribuito, oltre all'operazione straordinaria di conferimento delle attività di stampa di Quotidiani Spagna e la cessione di immobili di Unidad Editorial, il miglioramento del flusso di cassa della gestione tipica, che ha generato 41 milioni (25 milioni nel pari periodo 2008), al netto degli investimenti effettuati dal gruppo. Per quanto riguarda l'andamento dell'area Quotidiani Italia si registrano ricavi per 457,8 milioni (531,3 mln 9 mesi 2008).

I ricavi pubblicitari sono in flessione del 19,8% (il calo del 21% del I semestre 2009 si è ridotto in parte nel terzo trimestre, che flette del 16,3%). Nonostante i ricavi diffusionali flettano del 9,3% Corriere della Sera e Gazzetta dello Sport si confermano - spiega la nota Rcs - le testate leader nei settori di riferimento (fonte Ads luglio 2009). I siti online corriere.it e gazzetta.it registrano un costante incremento di utenti medi giornalieri nei giorni feriali, rispettivamente con 1,4 milioni (+27%) e 884 mila (+16%) nel mese di settembre 2009. In Spagna Unidad Editorial registra ricavi a 372,2 milioni (-95,1 milioni). I ricavi pubblicitari, a 137,5 milioni, scendono del 31,2%, ma considerando il terzo trimestre 2009 paragonato all'analogo periodo 2008, il calo è del 17,3%.

I ricavi editoriali, pari a 200,4 milioni, in flessione di 19,9 milioni, riflettono i minori lanci di prodotti collaterali (-22,3 milioni) e il calo delle diffusioni, bilanciato in parte da maggiori fatturati di distribuzione di prodotti di terzi e dall'aumento dei prezzi di El Mundo e Expansión. I ricavi dell'area Libri passano da 510,2 a 430,5 milioni (-15,6%), quasi esclusivamente per la programmata diminuzione dei lanci di opere collezionabili (-61,9 milioni) e i ricavi dell'area Periodici passano da 223,9 a 179,1 milioni (-20%). L'area Attività televisive (Digicast) registra ricavi in crescita del 4,5% a 20,9 milioni, grazie al buon andamento dei ricavi pubblicitari in aumento del 62,5%, essenzialmente realizzati grazie alla raccolta del canale Lei e del Sistema Nautica.