



**CAIROCOMMUNICATION**

---

Relazione  
trimestrale al 31 dicembre 2001

**Cairo Communication S.p.A.**  
Sede Sociale in Milano  
Via Tucidide 56  
Capitale Sociale € 4.030.000



---

## Sommario

---

<b>Relazione trimestrale</b> al 31 dicembre 2001	
Criteri applicati nella redazione della Relazione trimestrale	2
Andamento del Gruppo	3
Dati economici consolidati	4
Dati patrimoniali consolidati	5
Variazione della posizione finanziaria netta consolidata	6
Dati economici della capogruppo	6
Dati patrimoniali della capogruppo	8
Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo	8
Andamento dei ricavi	9
Evoluzione prevedibile della gestione	12

---

**La Relazione trimestrale non è oggetto di revisione contabile**



## **1. Criteri applicati nella redazione della relazione trimestrale**

La presente Relazione trimestrale è predisposta ai sensi dell'art.2.6.2, comma 5, del "Regolamento del Nuovo Mercato" approvato dalla Consob con Delibere n. 12463 del 29.3.2000 e n. 12469 del 4.4.2000 ed è redatta secondo i criteri indicati nelle "Istruzioni al Regolamento del Nuovo Mercato" titolo IA.2.5.1.

I criteri utilizzati nella redazione della Relazione trimestrale al 31 dicembre 2001 sono omogenei a quelli utilizzati per la redazione del bilancio d'esercizio e del bilancio consolidato al 30 settembre 2001.

Nel corso del trimestre è entrata nell'area di consolidamento la società editoriale Edizioni Anabasi, che è stata acquistata a fine novembre 2001 dalla società controllante ultima U.T. Communications S.p.A. per un valore di circa Euro 88 mila, pari a quanto pagato dalla U.T. Communications S.p.A. stessa per l'acquisto. La Edizioni Anabasi S.r.l. ha propriamente iniziato la sua operatività nel mese di dicembre 2001.

I dati economici della controllante e consolidati sono esposti con riferimento al primo trimestre del corrente esercizio 2001/2002 e sono confrontati con il corrispondente periodo del precedente esercizio 2000/2001.

I prospetti contabili trimestrali al 31 dicembre 2001 sono stati predisposti al lordo delle imposte e degli effetti fiscali. Al fine di consentire il raffronto, anche i dati trimestrali consolidati e della controllante al 31 dicembre 2000 sono stati esposti al lordo di tali effetti fiscali.

L'Assemblea straordinaria della Cairo Communication del 30 marzo 2001 ha deliberato la fusione per incorporazione della società interamente controllata Cairo Pubblicità e in data 13 settembre 2001 è stato depositato l'atto di fusione. Le operazioni attive e passive delle società partecipanti alla fusione, sia della società incorporante che della società incorporata, sono state imputate al bilancio dell'esercizio 2001 della Cairo Communication S.p.A.

La situazione trimestrale della controllante Cairo Communication S.p.A. al 31 dicembre 2000 era stata predisposta senza considerare gli effetti di tale fusione, deliberata successivamente. Al fine di consentire il raffronto dei dati trimestrali della controllante al 31 dicembre 2001 con quelli al 31 dicembre 2000 è stato pertanto predisposto uno schema di conto economico pro forma per il trimestre ottobre – dicembre 2000, ottenuto aggregando i dati del trimestre relativi alle due società Cairo Communication S.p.A. e Cairo Pubblicità S.p.A.

I dati patrimoniali e finanziari riportati nei prospetti contabili sono confrontati con i valori risultanti dal bilancio di esercizio e dal bilancio consolidato al 30 settembre 2001.



---

Le note di commento di seguito riportate sono riferite al periodo trimestrale che è intercorso fra il 1 ottobre 2001 ed il 31 dicembre 2001. Per i commenti relativi ai periodi precedenti si fa rinvio ai bilanci di esercizio e consolidato al 30 settembre 2001.

## **2. Andamento del Gruppo**

Anche nel trimestre in esame, il primo dell'esercizio 2001/2002, il Gruppo Cairo Communication ha operato in qualità di concessionaria multimediale per la vendita di spazi pubblicitari sui mezzi televisivo, stampa, stadi e internet e di editore di periodici, libri e contenuti elettronici.

Nel periodo ottobre-dicembre 2001 il Gruppo Cairo ha proseguito nel suo trend di forte sviluppo del fatturato pubblicitario televisivo, che ha registrato una crescita del 15 % rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente, a fronte di un decremento del mercato pubblicitario televisivo nel complesso pari a circa l'11,3 % nello stesso periodo (Stime Nielsen).

La raccolta pubblicitaria sugli altri mezzi (periodici, internet e stadi) ha invece registrato un leggero decremento soprattutto per effetto della generale contrazione fatta registrare dal mercato pubblicitario italiano (-10,6 % nel complesso secondo le stime Nielsen), anche a seguito dei fatti tristemente noti dell'11 settembre scorso. In particolare poi, la contrazione fatta registrare nel trimestre dalla raccolta pubblicitaria per i periodici della arena turismo, cui sono riconducibili alcune testate della Editoriale Giorgio Mondadori, è stata pari a circa il 24% (Dati FCP FIEG).

A livello consolidato il Gruppo ha realizzato nel trimestre ricavi complessivi per circa Euro 43,5 milioni rispetto a circa Euro 48,5 milioni realizzati nel trimestre analogo dell'esercizio precedente, confermando sostanzialmente la marginalità percentuale in termini di EBITDA.

Per una migliore comprensione della effettiva evoluzione dei ricavi consolidati è necessario però prendere in considerazione sia il cambiamento del portafoglio delle testate in concessione da RCS rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente (dal gennaio 2001 le testate "Anna", "Anna in cucina" e "Salve" hanno infatti sostituito "Io Donna"), sia il fatto che da gennaio 2001 il Gruppo Cairo ha iniziato la vendita diretta degli spazi pubblicitari sulle testate del gruppo Editoriale Giorgio Mondadori "Airone", "Bell'Italia", "Bell'Europa", "In Viaggio", "Gardenia", gestite fino al dicembre 2000 da PubliKompas (PK) e delle testate "Arte" e "Antiquariato" gestite fino a tale data direttamente dall'editore.

Per effetto della eliminazione delle operazioni infragruppo realizzate con la Editoriale Giorgio Mondadori, il cambiamento di portafoglio ha comportato una diminuzione del fatturato pubblicitario realizzato pari a quanto retrocesso alla Editoriale Giorgio Mondadori in accordo con il contratto di concessione, circa Euro 3 milioni nei tre mesi ottobre - dicembre 2001.

A partire dal mese di ottobre 2001 il Gruppo Cairo ha iniziato anche la vendita degli spazi pubblicitari sulla testata settimanale "Bella" e le tre testate mensili "Pratica", "Buona Cucina" e "La mia



Boutique” per effetto del contratto di concessione stipulato con la Edit S.r.l. I ricavi generati dalle testate Edit nel trimestre sono stati pari a circa Euro 1,1 milioni, principalmente riconducibili al portafoglio rilevato dalla precedente concessionaria. Le quattro testate, anche in considerazione dei buoni risultati diffusionali rappresentano dei prodotti editoriali interessanti e dalle elevate potenzialità di raccolta pubblicitaria.

Al lordo delle partite infra gruppo (Euro 3 milioni) ed al netto dei ricavi generati dalle quattro testate Edit (Euro 1,1 milioni), i ricavi consolidati sarebbero pari a circa Euro 45,4 milioni.

### **3. Dati economici consolidati**

I principali **dati economici** consolidati del primo trimestre dell’esercizio 2001/2002 possono essere confrontati come segue con i valori pro forma del trimestre analogo dell’esercizio precedente:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2001 (Trimestre)	31/12/2000 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	41.606	47.647
Sconti di agenzia	(5.425)	(5.737)
Variazione delle rimanenze	(283)	(15)
Altri ricavi	1.882	899
Valore della produzione	37.780	42.794
Costi della produzione	(32.677)	(37.271)
Costo del personale	(2.002)	(2.008)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>3.101</b>	<b>3.515</b>
Ammortamenti e accantonamenti	(1.208)	(1.191)
<b>Risultato operativo</b>	<b>1.893</b>	<b>2.324</b>
Gestione finanziaria	646	1.098
<b>Risultato prima delle poste straordinarie</b>	<b>2.539</b>	<b>3.422</b>
Gestione straordinaria	(2)	297
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>2.537</b>	<b>3.719</b>

Nel primo trimestre dell’esercizio 2001/2002 i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 43,5 milioni rispetto a circa Euro 48,5 milioni dello stesso periodo dell’esercizio precedente, facendo segnare un decremento del 10,4 %.

In particolare i ricavi lordi delle concessionarie pubblicitarie del Gruppo, pari a circa Euro 37,2 milioni, hanno registrato un decremento del 10,6 %, mentre i ricavi lordi del settore editoriale, pari a circa Euro 6,3 milioni, hanno registrato una flessione del 9%.

Come già commentato, per una migliore comprensione della reale crescita dei ricavi pubblicitari bisogna considerare una riduzione di fatturato di circa Euro 3 milioni nei tre mesi ottobre – dicembre 2001 per effetto della eliminazione delle partite infra gruppo relative al contratto di concessione con Editoriale Giorgio Mondadori, solo in parte compensata dai ricavi generati dal nuovo contratto sottoscritto con la Edit. Al lordo delle partite infra gruppo (Euro 3 milioni) ed al netto dei ricavi generati dalle quattro testate Edit (Euro 1,1 milioni), i ricavi lordi del settore concessionarie sarebbero



stati pari a Euro 39,1 milioni con un decremento di circa il 6 % rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente, a fronte del decremento di circa il 10,6 % fatto registrare dal mercato pubblicitario nel suo complesso (Stima Nielsen).

Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) è stato pari a circa Euro 3,1 milioni, con una incidenza sul totale dei ricavi generati pari a circa il 7,1 %, che sostanzialmente conferma il livello di marginalità percentuale del trimestre analogo dell'esercizio precedente (7,2 %), pur a fronte della generale contrazione del mercato pubblicitario.

In particolare, a fronte di una riduzione dei ricavi di circa Euro 0,6 milioni, il settore editoriale ha ottenuto risultati a livello di margine operativo lordo superiori a quelli realizzati nel periodo analogo dell'esercizio precedente grazie alla razionalizzazione della struttura di costo ed alla crescita di efficienza, frutto del lavoro svolto nell'esercizio 2000/2001 e continuato nel trimestre.

Il risultato operativo ed il risultato prima dei componenti straordinari consolidati sono stati pari rispettivamente a circa Euro 1,9 milioni e Euro 2,5 milioni.

Il decremento della componente finanziaria è principalmente riconducibile alla forte riduzione dei tassi di interesse rispetto all'analogo trimestre dell'esercizio precedente (- 30%).

I componenti straordinari di reddito del primo trimestre dell'esercizio 2000/2001 erano riconducibili principalmente alla plusvalenza realizzata nella vendita di un immobile, pari a circa Euro 0,3 milioni.

#### **4. Dati patrimoniali consolidati**

I principali **dati patrimoniali** consolidati della situazione trimestrale al 31 dicembre 2001 possono essere confrontati come segue con i valori di bilancio al 30 settembre 2001:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2001	30/09/2001
<b><u>Dati patrimoniali</u></b>		
Immobilizzazioni materiali nette	2.980	2.986
Immobilizzazioni immateriali nette	20.148	21.038
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	233	221
Partecipazioni iscritte nelle attività finanziarie non immobilizzate	4.908	4.908
Circolante netto	13.612	14.168
<b>Totale mezzi impiegati</b>	<b>41.881</b>	<b>43.321</b>
Passività a lungo e fondi	3.569	3.535
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(98.030)	(97.119)
Debiti verso società controllate	5.165	5.165
Patrimonio netto del gruppo *	131.156	131.719
Patrimonio netto di terzi	21	21
<b>Totale mezzi di terzi e mezzi propri</b>	<b>41.881</b>	<b>43.321</b>

*\* I dati di patrimonio netto al 31 dicembre 2001 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali del trimestre.*

L'Assemblea della Cairo Communication S.p.A. del 30 gennaio 2002 ha deliberato la distribuzione ai soci di un dividendo di Euro 0,4 per azione, pari a complessivi Euro 3,1 milioni con stacco cedola l'11



febbraio 2002 e valuta il 14 febbraio 2002. Nella situazione trimestrale consolidata al 31 dicembre 2001, il dividendo deliberato, è stato classificato negli altri debiti con conseguente riduzione del patrimonio netto consolidato di pari importo.

### **5. Variazione della posizione finanziaria netta consolidata**

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 31 dicembre 2001, confrontata con i valori di bilancio consolidato al 30 settembre 2001 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(valori in migliaia di Euro)	Totale 31/12/01	Totale 30/09/01	Variazioni
Disponibilità liquide	101.095	101.282	(187)
Attività finanziarie che non costituiscono immob.ni	90	90	
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	(573)	(1.671)	1.098
Quota a breve finanziamento Interbanca	(1.033)	(1.033)	-
Quota a lungo finanziamento Interbanca	(1.549)	(1.549)	-
<b>Totale</b>	<b>98.030</b>	<b>97.119</b>	<b>911</b>
Debiti verso Immobiliedit	(5.165)	(5.165)	-
<b>Totale generale</b>	<b>92.865</b>	<b>91.954</b>	<b>911</b>

Nel trimestre la liquidità si incrementa di circa Euro 0,9 milioni. Tale risultato è sicuramente positivo in considerazione del generale rallentamento della situazione economica, che ha portato i clienti ad allungare i tempi di pagamento rispetto alle scadenze concordate.

Nella liquidità è compreso un importo di circa Euro 5,2 milioni, rilevato nei debiti verso società controllate, affidato alla Cairo Communication S.p.A. a tassi di interesse di mercato dalla società controllata non consolidata (in quanto destinata alla vendita o alla liquidazione) Immobiliedit S.r.l., nell'ottica della ottimizzazione del rendimento delle risorse finanziarie infragruppo.

Su tale liquidità nel trimestre sono stati riconosciuti alla società controllata interessi pari a circa Euro 46,5 mila. Al 31 dicembre 2001 la Immobiliedit S.r.l. disponeva di ulteriori circa Euro 1,8 milioni di liquidità, impiegate in operazioni di pronti contro termine.

### **6. Dati economici della capogruppo**

Come già commentato, l'Assemblea straordinaria della Cairo Communication del 30 marzo 2001 ha deliberato la fusione per incorporazione della società interamente controllata Cairo Pubblicità. Poiché la situazione trimestrale della controllante Cairo Communication S.p.A. al 31 dicembre 2000 era stata predisposta senza considerare gli effetti della fusione, per dare evidenza del reale andamento gestionale della Società, è stato predisposto un conto economico pro forma per il trimestre ottobre -



dicembre 2000 aggregando i bilanci civilistici della Cairo Communication e della Cairo Pubblicità S.p.A. a tale data.

I principali **dati economici** della capogruppo Cairo Communication S.p.A. del primo trimestre dell'esercizio 2001/2002 possono essere confrontati come segue con i valori del trimestre analogo dell'esercizio precedente:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2001 (Trimestre)	31/12/2000 (Trimestre)	31/12/2000 (Trimestre) Pro forma
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	25.124	2.846	29.555
Sconti di agenzia	(3.312)	(55)	(4.024)
Altri ricavi	635	97	665
Valore della produzione	22.447	2.888	26.196
Costi della produzione	(21.061)	(1.979)	(23.843)
Costo del personale	(688)	(300)	(461)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>698</b>	<b>609</b>	<b>1.892</b>
Ammortamenti e accantonamenti	(533)	(397)	(507)
<b>Risultato operativo</b>	<b>165</b>	<b>212</b>	<b>1.385</b>
Gestione finanziaria	645	1.097	1.043
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>810</b>	<b>1.309</b>	<b>2.428</b>

Confrontando il risultato del trimestre con la situazione pro forma al 31 dicembre 2000, i ricavi lordi presentano un decremento di circa Euro 4,5 milioni, riconducibile a minori ricavi per vendita di pubblicità statica per circa Euro 1 milione, per vendita pubblicità televisiva per circa Euro 0,8 milioni (vendite realizzate direttamente dalla Cairo TV S.p.A.) e per vendite di pubblicità sui periodici per circa Euro 2,7 milioni. La contrazione dei ricavi è principalmente riconducibile alla generale situazione del mercato pubblicitario italiano.

Il risultato operativo lordo (EBITDA) è stato pari a circa Euro 0,7 milioni rispetto a circa Euro 1,9 milioni realizzati nel periodo analogo dell'esercizio precedente a livello proforma.

Il decremento della marginalità è in parte imputabile ai minori ricavi per vendita pubblicità statica, principalmente riconducibili al mancato rinnovo del contratto con SS Lazio, così come alle diverse condizioni contrattuali rispetto alla stagione calcistica 2000/2001 previste nella stagione 2001/2002 dai contratti di concessione per la vendita della pubblicità negli stadi in gestione.

Il decremento di marginalità della Capogruppo è anche riconducibile sia ad una diversa distribuzione delle attività economiche tra le società del Gruppo stesso ed alla diversa composizione del fatturato pubblicitario rispetto all'esercizio precedente, sia alla riduzione registrata dal fatturato pubblicitario.





## 7. Dati patrimoniali della capogruppo

I principali dati patrimoniali della situazione trimestrale al 31 dicembre 2001 della Cairo Communication S.p.A. possono essere confrontati come segue con i valori di bilancio al 30 settembre 2001:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2001	30/09/2001
<b>Dati patrimoniali</b>		
Immobilizzazioni materiali nette	459	445
Immobilizzazioni immateriali nette	5.081	5.177
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	20.938	21.306
Circolante commerciale netto	12.663	14.496
<b>Totale mezzi impiegati</b>	<b>39.141</b>	<b>41.424</b>
Passività a lungo e fondi	614	536
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto *	(86.392)	(86.320)
Patrimonio netto	124.919	127.208
<b>Totale mezzi di terzi e mezzi propri</b>	<b>39.141</b>	<b>41.424</b>

\* I dati di patrimonio netto al 31 dicembre 2001 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali del trimestre

L'Assemblea della Cairo Communication S.p.A. del 30 gennaio 2002 ha deliberato la distribuzione ai soci di un dividendo di Euro 0,4 per azione, pari a complessivi Euro 3,1 milioni con stacco cedola l'11 febbraio 2002 e valuta il 14 febbraio 2002. Come per la situazione trimestrale consolidata, al 31 dicembre 2001 il dividendo deliberato dalla Assemblea della Cairo Communication S.p.A. del 30 gennaio 2002 è stato classificato negli altri debiti con conseguente riduzione del patrimonio netto della Cairo Communication di pari importo.

La riduzione del valore delle immobilizzazioni finanziarie è principalmente riconducibile alla riduzione del valore di carico della partecipazione Editoriale Giorgio Mondadori per effetto della finalizzazione anche nei confronti della parte che doveva attendere la autorizzazione del Tribunale alla sottoscrizione dell'accordo transattivo con cui è stato definito l'arbitrato instaurato dalla Cairo Communication S.p.A. contro i venditori delle azioni costituenti il capitale sociale della Editoriale Giorgio Mondadori S.p.A (descritto nella Nota Integrativa al bilancio al 30 settembre 2001).

## 8. Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo

La **posizione finanziaria** della capogruppo al 31 dicembre 2001, confrontata con i valori di bilancio al 30 settembre 2001 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:



<b>Cairo Communication S.p.A.</b>	<b>31/12/2001</b>	<b>30/09/2001</b>
Disponibilità liquide	95.877	96.003
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	90	90
Debiti finanziari verso banche	(21)	(219)
Quota a breve finanziamento Interbanca	(1.033)	(1.033)
Quota a lungo finanziamento Interbanca	(1.549)	(1.549)
<b>Totale</b>	<b>93.364</b>	<b>93.292</b>
Debiti verso società controllate	(6.972)	(6.972)
<b>Totale generale</b>	<b>86.392</b>	<b>86.320</b>

### **9. Andamento dei ricavi**

La composizione dei ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi, suddivisa fra i due principali settori di attività (concessionaria di pubblicità ed attività editoriale) può essere analizzata come segue:

<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi</b>	<b>Situazione trimestrale al 31/12/2001</b>			<b>Situazione trimestrale al 31/12/2000</b>		
	<b>(tre mesi)</b>			<b>(tre mesi)</b>		
(Valori in migliaia di Euro)	<b>Concessionarie</b>	<b>Editoriale</b>	<b>TOTALI</b>	<b>Concessionarie</b>	<b>Editoriale</b>	<b>TOTALI</b>
Pubblicità televisiva	16.607		16.607	14.438		14.438
Pubblicità su stampa	17.889		17.889	23.758		23.758
Cartellonistica stadi	895		895	1.952		1.952
Pubblicità su Internet	344		344	845		845
Pubblicità EGM		3.182	3.182		3.706	3.706
Vendita pubblicazioni		1.391	1.391		1.684	1.684
Abbonamenti		813	813		801	801
Audiovisivi e vari		49	49		119	119
Libri e cataloghi		530	530		454	454
I.V.A. assolta dall'editore		(94)	(94)		(114)	(114)
Prestazioni di servizi					5	5
<b>TOTALE</b>	<b>35.735</b>	<b>5.871</b>	<b>41.606</b>	<b>40.993</b>	<b>6.655</b>	<b>47.648</b>
Altri ricavi	1.433	449	1.882	600	299	899
<b>TOTALE GENERALE</b>	<b>37.168</b>	<b>6.320</b>	<b>43.488</b>	<b>41.593</b>	<b>6.954</b>	<b>48.547</b>

I ricavi delle vendite e delle prestazioni sono realizzati esclusivamente in Italia e non è significativa una ripartizione per area geografica.



## Concessionarie

### **A) Televisione -Cairo TV S.p.A.**

Nel trimestre in esame, è proseguita la raccolta pubblicitaria per i canali analogici e digitali del Gruppo Telepiù, con il quale è in essere un contratto di concessione decennale, così come per i due canali tematici Discovery Channel e Cartoon Network.

Il fatturato pubblicitario televisivo, pari a circa Euro 16,6 milioni, presenta una crescita del 15% rispetto all'analogo trimestre dell'esercizio precedente. Tale crescita rappresenta un risultato straordinario se raffrontato con il decremento del 11,3 % (Stime Nielsen) fatto registrare dal mercato pubblicitario televisivo nel suo complesso, a conferma del notevole potenziale della televisione a pagamento che sta ulteriormente incrementando la penetrazione sulla popolazione raggiungendo un numero di abbonati complessivi e un numero di telespettatori (incluso anche le multi utenze e il fenomeno delle carte pirata) tale da renderla sempre più interessante. Inoltre è ragionevole attendere innovazioni di prodotto imminenti legate alla interattività.

### **B) Stampa -Cairo Pubblicità' S.p.A.**

Nel corso del trimestre il rapporto di concessione è proseguito

- per le testate RCS "Anna", "Anna in cucina" e "Salve", "Oggi", "Novella 2000" e "Visto",
- per testate del gruppo Editoriale Giorgio Mondadori "Airone", "Bell'Italia", "Bell'Europa", "In Viaggio", "Gardenia", "Arte" e "Antiquariato",
- per i mensili "Prima Comunicazione" e "Burda" ed il settimanale "Borsa & Finanza"

Nel complesso i ricavi generati dal settore concessionarie per la vendita di pubblicità sui periodici sono stati pari a Euro 17,9 milioni. Al lordo delle partite infra gruppo (Euro 3 milioni) i ricavi generati per la vendita di pubblicità sui periodici sarebbero stati pari a Euro 20,9 milioni

Riteniamo che l'integrazione all'interno del Gruppo Cairo Communication della gestione editoriale e commerciale delle testate Giorgio Mondadori, superato l'attuale rallentamento del mercato pubblicitario, consentirà di valorizzare propriamente le testate e l'alta qualità del loro target, così come di ottimizzare il coordinamento con l'Editore e l'efficienza a livello di Gruppo.

Come già commentato, a partire dal mese di ottobre 2001 il Gruppo Cairo ha iniziato anche la vendita degli spazi pubblicitari sulla testata settimanale "Bella" e le tre testate mensili "Pratica", "Buona Cucina" e "La mia Boutique" per effetto del contratto di concessione stipulato con la Edit S.r.l.

Anche nel trimestre i risultati raggiunti con la raccolta pubblicitaria sul settimanale "Borsa & Finanza" sono stati molto positivi con una crescita del fatturato superiore al 100 % rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente.



### **C) Internet -Cairo Web S.r.l.**

Nel trimestre il fatturato internet è diminuito significativamente in conseguenza della forte contrazione fatta registrare dal mercato della raccolta pubblicitaria “on line”, sia rispetto alle attese, sia rispetto al periodo analogo dell’anno precedente, ed anche perché il Gruppo Cairo ha deciso di ridurre temporaneamente gli sforzi su tale mercato, pur mantenendo una presenza tale da consentirgli di monitorare con attenzione le evoluzioni del settore internet che, pure a fronte di una riduzione delle aspettative di crescita di raccolta pubblicitaria, ha fatto registrare un notevole incremento del numero di utenti (sia per lavoro che per utilizzo personale) e rappresenta un mezzo capace di generare un elevatissimo numero di contatti “targettizzabili”.

Nel periodo in esame è continuata la attività di sviluppo de Il Trovatore, che nel trimestre ha maturato perdite complessive per circa Euro 44 mila, in linea con quelle realizzate nel trimestre analogo dell’esercizio precedente.

### **D) Stadi**

Nel corso del trimestre la Cairo Communication ha svolto attività di concessionaria degli spazi pubblicitari presso alcuni stadi italiani.

I ricavi generati da attività di vendita di pubblicità statica sono ammontati nel trimestre a circa Euro 0,9 milioni, in riduzione rispetto al periodo analogo dell’esercizio precedente soprattutto per effetto della mancata prosecuzione del rapporto contrattuale con la SS Lazio, che nel trimestre ottobre – dicembre 2000 aveva generato ricavi complessivi per circa Euro 0,9 milioni.

### **EDITORIA - Gruppo Editoriale Giorgio Mondadori**

Nel trimestre il settore editoriale presenta un decremento dei ricavi delle vendite e delle prestazioni di circa 11,8% rispetto al trimestre analogo dell’esercizio precedente.

In particolare i ricavi per vendita pubblicazione ammontano a circa Euro 1,4 milioni ed i ricavi pubblicitari ammontano a circa Euro 3,2 milioni.

La riduzione sia dei ricavi per vendita pubblicazioni che dei ricavi pubblicitari rispetto al periodo analogo dell’esercizio precedente è anche riconducibile alla scelta aziendale di ridurre il numero di allegati alle riviste in considerazione di una analisi dei benefici ottenuti in termini di raccolta pubblicitaria e ricavi diffusionali rispetto ai relativi costi di produzione.

Come già commentato, la riduzione del fatturato del settore editoriale non ha avuto però impatti negativi sulla redditività del settore editoriale stesso, in considerazione della razionalizzazione della struttura di costo e della crescita di efficienza frutto del lavoro svolto nell’esercizio precedente e continuato nel periodo, che si è concretizzato principalmente con:

- riduzione di costi di produzione
- riduzione del costo carta.



---

- razionalizzazione delle tirature

### **10. Evoluzione prevedibile della gestione ed eventi successivi al 31 dicembre 2001**

Le stime per il mercato pubblicitario per il 2002 indicano un miglioramento a partire dal secondo semestre.

I mezzi in concessione alle società del Gruppo presentano caratteristiche tali, sia per la novità intrinseca (televisione a pagamento e digitale) che per la novità del rapporto di concessione (testate EGM, “Anna”, e “Salve”), da consentirci di attendere nel 2002 tassi di crescita superiori a quelli del mercato.

In particolare, con riferimento al settore della TV a pagamento, la raccolta pubblicitaria sulle reti televisive analogiche e digitali del Gruppo Tele+ e sui canali tematici in concessione Cartoon Network e Discovery Channel nel trimestre gennaio – marzo 2002 è attesa con una crescita superiore al 10% rispetto al periodo analogo dell’esercizio precedente.

Con riferimento al settore editoriale, la Editoriale Giorgio Mondadori, completato il risanamento, sta studiando nuovi progetti editoriali da realizzare nei prossimi mesi.

L’auspicata ripresa del mercato a partire dalla primavera-estate 2002, dovrebbe consentire di realizzare le prospettive di sviluppo del fatturato pubblicitario, in considerazione della qualità delle riviste editate (e dell’avvenuta integrazione nella struttura di vendita del gruppo). Le attenzioni del Gruppo continuano ad essere rivolte anche alla ricerca di ulteriori possibilità di miglioramento della efficienza. A tale proposito è stato rinnovato il contratto per la stampa delle riviste con una significativa riduzione dei costi.

Anche nel trimestre Cairo Communication è stata molto attiva nella valutazione di alcune aziende per verificare l’opportunità di eventuali acquisizioni ed è probabile che la strategia di sviluppo esterno riprenda nel 2002. Riteniamo infatti che il mercato dei media possa offrire interessanti opportunità di acquisizione e che il calo del mercato borsistico in generale e del settore dei media in particolare (-50% nel 2001) abbia aumentato il potere di acquisto della liquidità detenuta.

Il Gruppo Cairo Communication è pertanto in una posizione ottimale per procedere ad acquisizioni, cogliendo opportunità presenti sul mercato, così come ad acquisire nuove concessioni sfruttando al meglio il suo know how nella raccolta pubblicitaria in un momento di mercato non favorevole in cui gli editori sono maggiormente inclini a rivolgersi a professionisti della raccolta. Nell’esame delle potenziali acquisizioni l’attenzione è sempre stata orientata ad aziende nel settore editoriale e pubblicitario con elevate possibilità di sviluppo e/o potenzialità sinergiche con le attività del Gruppo.

Il Consiglio di Amministrazione della Cairo Communication del 30 gennaio 2002 ha approvato il piano di assegnazione della prima *tranche* di 60.000 azioni del piano di *stock option* deliberato dalla Assemblea Straordinaria del 19 aprile 2000.



---

Il prezzo di emissione, pari al prezzo di collocamento con uno sconto del 15%, era stato fissato dal Consiglio stesso, a ciò delegato dalla predetta Assemblea Straordinaria, con la delibera del 20 giugno 2000, il cui contenuto era stato riportato nel Prospetto Informativo relativo alla quotazione.

Il Regolamento relativo alla assegnazione della suddette azioni era stato approvato dal Consiglio di Amministrazione nella riunione del 17 dicembre 2001.

Il piano di assegnazione proposto dal Presidente ed approvato dal Consiglio attribuisce i diritti di *stock option* ad alcuni dirigenti ed agenti della Società in relazione al livello di conseguimento degli obiettivi aziendali fissati.

Il periodo di esercizio delle opzioni decorre dall'approvazione da parte dell'Assemblea del bilancio al 30 settembre 2001 fino al 30 settembre 2003 con i vincoli di inalienabilità stabiliti dal Regolamento.

Il Presidente del Consiglio  
Dott. Urbano R. Cairo