



CAIROCOMMUNICATION

**Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo
2016**

Cairo Communication S.p.A.
Sede Sociale in Milano
Via Tucidide 56
Capitale Sociale Euro 4.073.856,80



Cariche sociali

Consiglio di Amministrazione

Dott. Urbano Cairo*	Presidente
Dott. Uberto Fornara	Amministratore Delegato
Avv. Laura Maria Cairo	Consigliere
Dott. Roberto Cairo	Consigliere
Avv. Marco Janni	Consigliere
Avv. Antonio Magnocavallo	Consigliere
Dott.ssa Stefania Petruccioli	Consigliere
Dott. Marco Pompignoli	Consigliere
Dott. Roberto Rezzonico	Consigliere
Dott. Mauro Sala	Consigliere

Comitato Controllo e Rischi

Dott. Roberto Rezzonico	Consigliere
Dott. Mauro Sala	Consigliere
Avv. Antonio Magnocavallo	Consigliere

Comitato per la Remunerazione

Avv. Antonio Magnocavallo	Consigliere
Dott. Roberto Rezzonico	Consigliere
Dott.ssa Stefania Petruccioli	Consigliere

Comitato Parti Correlate

Avv. Marco Janni	Consigliere
Dott. Mauro Sala	Consigliere
Dott.ssa Stefania Petruccioli	Consigliere

Collegio Sindacale

Dott. Marco Moroni	Presidente
Dott. Marco Giuliani	Sindaco effettivo
Dott.ssa Maria Pia Maspes	Sindaco effettivo
Dott. Emilio Fano	Sindaco supplente
Dott. Enrico Tamborini	Sindaco supplente

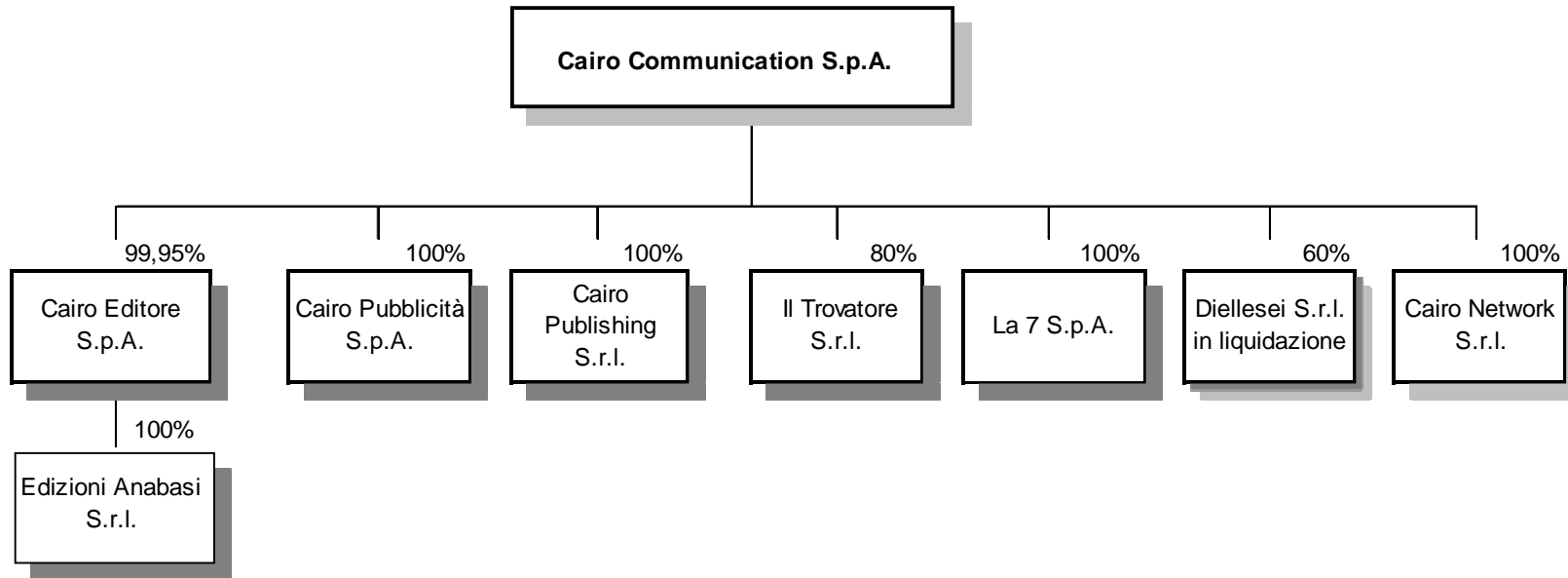
Società di revisione

KPMG S.p.A.

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



Il Gruppo al 31 marzo 2016





1. Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2016

Nel presente resoconto intermedio di gestione, i prospetti contabili sono stati predisposti secondo gli schemi riclassificati normalmente utilizzati nella “Relazione degli amministratori sulla gestione” e sono stati redatti utilizzando i principi contabili internazionali.

Il resoconto intermedio al 31 marzo 2016 è stato predisposto in accordo con quanto previsto nell’Avviso di Borsa Italiana n. 7587 del 21 aprile 2016 “Emittenti STAR: chiarimenti su resoconti intermedi di gestione/STAR Issuers’: information on interim management statements”.

I dati economici consolidati e della capogruppo sono esposti con riferimento al primo trimestre 2016 e sono confrontati con i corrispondenti periodi del precedente esercizio 2015. I dati patrimoniali e finanziari riportati nei prospetti contabili sono confrontati con i valori risultanti dal bilancio consolidato e dal bilancio di esercizio al 31 dicembre 2015.

I prospetti contabili trimestrali al 31 marzo 2016, uniformemente a quanto effettuato al 31 dicembre 2015, sono stati predisposti al netto delle imposte e degli effetti fiscali.

Nel corso del 2016 non sono intervenute variazioni nell’area di consolidamento rispetto al bilancio consolidato chiuso al 31 dicembre 2015.

Nel presente resoconto intermedio di gestione, 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

+/- Risultato delle partecipazioni

EBIT- Risultato Operativo

+ Ammortamenti

+ Svalutazione crediti



+ Accantonamenti a fondi rischi

EBITDA - Risultato Operativo ante ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti.

Il Gruppo Cairo Communication ritiene inoltre che la **posizione finanziaria netta** rappresenti un valido indicatore della propria capacità di fare fronte ad obbligazioni di natura finanziaria, attuali come, in prospettiva, future. Come risulta dalla tabella inserita nel presente resoconto intermedio di gestione che evidenzia i valori dello stato patrimoniale utilizzati per il calcolo della posizione finanziaria netta, tale voce a livello consolidato include la cassa e le altre disponibilità liquide equivalenti, i depositi vincolati e i titoli e altre attività finanziarie correnti, ridotti dei debiti bancari correnti e non correnti.

2. Andamento del Gruppo

Il Gruppo Cairo Communication nel primo trimestre 2016 ha continuato ad operare 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);
- concessionaria multimediale (Cairo Pubblicità) per la vendita di spazi pubblicitari sui mezzi televisivo, stampa, internet e stadi;
- operatore di rete (Cairo Network), attività per la quale nell'esercizio è proseguita la realizzazione del mux.

Nel primo trimestre 2016, la situazione economica e finanziaria generale ha continuato ad essere caratterizzata da fattori di incertezza e al momento resta ancora incerto il periodo necessario per un ritorno a normali condizioni di mercato.

Nei primi due mesi dell'esercizio il mercato pubblicitario - dopo avere registrato già nel secondo semestre 2015 un andamento positivo rispetto al semestre analogo del 2014 (+3,4% secondo i dati AC Nielsen) - ha dato segnali positivi, con una crescita del 3,7%, trainata dall'andamento del mercato pubblicitario televisivo (+6,3%), mentre il mercato pubblicitario dei periodici ha registrato una flessione del 4,6%

I fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo hanno contribuito a frenare, a livello di mercato editoriale, anche le vendite di periodici.

Nel primo trimestre 2016, pur operando in tale contesto economico generale e dei mercati di riferimento (pubblicità ed editoria), il Gruppo Cairo Communication ha:

- conseguito risultati in crescita rispetto al trimestre analogo dell'esercizio 2015 - rispettivamente +33,2% e +56,5% il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT)-, anche grazie all'andamento della raccolta pubblicitaria sui canali La7 e La7d e le testate del Gruppo;



- proseguito la strategia di crescita con il lancio del quindicinale “Nuovo e Nuovo TV Cucina”, venduto in opzione con i due settimanali “Nuovo” e “Nuovo TV”, che nelle prime 11 uscite ha registrato un venduto medio di circa 99 mila copie e con la fase di studio e realizzazione per il lancio, avvenuto il 20 aprile 2016, di “Enigmistica Più”, un settimanale di giochi e passatempi che segna l’ingresso di Cairo Editore nell’interessante settore dell’enigmistica, che nel primo numero, al prezzo di lancio di 50 centesimi, ha registrato un venduto di circa 250 mila copie;
- conseguito risultati fortemente positivi nel settore editoriale periodici, che ha realizzato un marginale operativo lordo (EBITDA) ed un risultato operativo (EBIT) di Euro 2,9 milioni ed Euro 2,6 milioni, confermando gli elevati livelli diffusionali delle testate pubblicate e continuando a perseguire il miglioramento dei livelli di efficienza raggiunti nel contenimento dei costi (produzione, editoriali e di distribuzione);
- continuato ad impegnarsi con l’obiettivo di consolidare i risultati degli interventi di razionalizzazione e riduzione dei costi del settore editoriale televisivo (La7) realizzati nel 2013-2015, conseguendo anche nel primo trimestre 2016 un margine operativo lordo positivo di circa Euro 31 mila.

Nel primo trimestre 2016, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) consolidati, pari a rispettivamente Euro 3,5 milioni ed Euro 1,2 milioni, sono stati in crescita rispettivamente del 33,2% e del 56,5% rispetto al trimestre analogo del 2015 (rispettivamente Euro 2,6 milioni ed Euro 0,7 milioni). Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa Euro 1,7 milioni (Euro 1,9 milioni nel primo trimestre 2015).

Con riferimento ai settori di attività, nel primo trimestre 2016:

- per il **settore editoriale periodici**, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 2,9 milioni ed Euro 2,6 milioni (rispettivamente Euro 3,2 milioni ed Euro 3 milioni nel primo trimestre 2015). Per il lancio di “Nuovo e Nuovo TV Cucina” sono stati sostenuti costi complessivi per circa Euro 0,1 milioni. Nel periodo in esame sono stati confermati ottimi risultati diffusionali (Euro 17,7 milioni rispetto ad Euro 17,7 milioni nel primo trimestre 2015);
- per il **settore editoriale televisivo (La7)**, il Gruppo ha continuato ad impegnarsi con l’obiettivo di consolidare i risultati degli interventi di razionalizzazione e riduzione dei costi realizzati nel triennio 2013-2015, riuscendo a conseguire anche nel primo trimestre 2016 un marginale operativo lordo (EBITDA) positivo di circa Euro 31 mila. Il risultato operativo



(EBIT) è stato pari a circa negativi Euro 2 milioni ed ha beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 1,9 milioni per effetto delle svalutazioni delle attività materiali e immateriali effettuate nel 2013 nell'ambito della allocazione del prezzo di acquisto della partecipazione in La7. Nel primo trimestre 2015 il marginale operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) erano stati negativi e rispettivamente pari a circa Euro -1,4 milioni e Euro -2,7 milioni ed il risultato operativo (EBIT) aveva beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 3,5 milioni;

- per il **settore concessionarie**, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 0,6 milioni ed Euro 0,5 milioni (rispettivamente Euro 0,8 milioni ed Euro 0,5 milioni nel primo trimestre 2015). Nel primo trimestre 2016 la raccolta pubblicitaria lorda sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi Euro 36,6 milioni in crescita di circa il 4% rispetto al primo trimestre 2015 (Euro 35,2 milioni). La raccolta pubblicitaria sulle testate del Gruppo ha registrato un andamento molto positivo raggiungendo Euro 5,1 milioni, in crescita del 16% (+6% a perimetro omogeneo di testate e numero uscite) rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente (Euro 4,4 milioni);
- per il settore **operatore di rete**, la società del Gruppo Cairo Network ha proseguito l'attività di realizzazione del mux, la rete di diffusione televisiva in tecnica digitale terrestre, che a regime avrà una copertura almeno pari al 94% della popolazione nazionale, con standard di livelli di servizio di alta qualità.

Con riferimento ai settimanali, il Gruppo con circa 1,7 milioni di copie medie vendute nei due mesi gennaio-febbraio 2016 si conferma il primo editore per copie di settimanali vendute in edicola, con una quota di mercato di circa il 30%. Considerando anche il venduto medio delle testate non ancora rilevate da ADS, ossia "Nuovo TV" e "Nuovo e Nuovo TV Cucina" e le vendite del primo numero di "Enigmistica Più" le copie medie vendute aumentano a circa 2,2 milioni.

Nel primo trimestre 2016 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 2,79% nel totale giorno e al 3,34% in *prime time* (ovvero la fascia oraria 20,30-23,30), con un target di ascolti altamente qualitativo. Lo share di La7d è stato pari allo 0,56% (0,59% in *prime time*). I risultati di ascolto dei programmi informativi e di approfondimento della rete - in particolare il TG delle 20 (5,1% da lunedì a venerdì), "Otto e mezzo" (5%), "Piazza Pulita" (3,1%), "Crozza nel Paese delle Meraviglie" (7,1%), "Coffee Break" (3,7%), "Omnibus" (3,4%), "La Gabbia" (2,9%), "L'aria che tira" (4,7%), "Bersaglio Mobile" (3,3%), "Di martedì" (5,2%) e il nuovo "Eccezionale



Veramente” (3,3%) - sono stati positivi. Nel mese di aprile 2016 lo *share* del canale La7 è salito al 3,08%.

Gruppo Cairo Communication – Dati consolidati

I principali **dati economici consolidati** del primo trimestre 2016 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2015:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2016 (Trimestre)	31/03/2015 (Trimestre)
Ricavi operativi lordi	62.149	60.155
Sconti di agenzia	(5.831)	(5.714)
Ricavi operativi netti	56.318	54.441
Variazione delle rimanenze	(33)	4
Altri ricavi e proventi	1.513	3.993
Totale ricavi	57.798	58.438
Costi della produzione	(38.127)	(41.519)
Costo del personale	(16.191)	(14.307)
Margine operativo lordo	3.480	2.612
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(2.308)	(1.863)
Risultato operativo	1.172	749
Gestione finanziaria	152	161
Risultato delle partecipazioni	-	-
Risultato prima delle imposte	1.324	910
Imposte sul reddito	349	1.019
Quota di terzi	(4)	(2)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	1.669	1.927
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	-	-
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	1.669	1.927

Nel primo trimestre 2016, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 63,7 milioni (comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 62,1 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 1,6 milioni) ed hanno sostanzialmente confermato quelli realizzati nel trimestre analogo dell’esercizio precedente (Euro 64,1 milioni, comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 60,1 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 4 milioni). Il margine operativo lordo (EBITDA) consolidato ed il risultato operativo (EBIT) consolidato sono stati pari a rispettivamente circa Euro 3,5 milioni ed Euro 1,2 milioni, in crescita rispettivamente del 33,2% e del 56,5% rispetto al trimestre analogo del 2015 (rispettivamente Euro 2,6 milioni ed Euro 0,7 milioni). Il risultato netto consolidato è stato pari a circa Euro 1,7 milioni (Euro 1,9 milioni nel primo trimestre 2015).



Come già commentato, nel primo trimestre 2016 il risultato operativo (EBIT) del settore editoriale televisivo (La7) ha beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 1,9 milioni per effetto delle svalutazioni delle attività materiali e immateriali effettuate nel 2013 nell'ambito della allocazione del prezzo di acquisto della partecipazione in La7. Nel primo trimestre 2015, il risultato operativo (EBIT) del settore editoriale televisivo (La7) aveva beneficiato in bilancio consolidato, per lo stesso motivo, di minori ammortamenti per Euro 3,5 milioni.

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

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2016 (Trimestre)	31/03/15 (Trimestre)
Conto economico consolidato complessivo		
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	1.669	1.927
<i>Altre componenti del conto economico complessivo non riclassificabili</i>		
Utile (perdita) attuariale dei piani a benefici definiti	(33)	-
Effetto fiscale	13	-
Totale conto economico complessivo del periodo	1.649	1.927

Per una migliore comprensione dell'andamento economico del Gruppo è possibile concentrare l'analisi sui risultati conseguiti nel primo trimestre del 2016 a livello dei singoli **principali settori** (editoria periodici, concessionarie, editoria televisiva (La 7), operatore di rete (Cairo Network) e Il Trovatore), comparandoli con i risultati di settore dei periodi analoghi del 2015:



31/03/2016	Editoria Periodici	Concessionarie	Editoria televisiva	Trovatore	Operatore di rete	Infra gruppo	Totale
(Valori in migliaia di Euro)			La7		(Cairo Network)	e non allocate	
Ricavi operativi lordi	22.177	40.922	26.870	231	218	(28.269)	62.149
Sconti di agenzia	-	(5.831)	-	-	-	-	(5.831)
Ricavi operativi netti	22.177	35.091	26.870	231	218	(28.269)	56.318
Variazione delle rimanenze	(33)	-	-	-	-	-	(33)
Altri proventi	590	106	783	1	33	-	1.513
Totale ricavi	22.734	35.197	27.653	232	251	(28.269)	57.798
Costi della produzione	(14.975)	(32.620)	(18.351)	(187)	(263)	28.269	(38.127)
Costo del personale	(4.897)	(1.973)	(9.271)	(13)	(37)	-	(16.191)
Margine operativo lordo	2.862	604	31	32	(49)	-	3.480
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(243)	(62)	(2.003)	-	-	-	(2.308)
Risultato operativo	2.619	542	(1.972)	32	(49)	-	1.172
Risultato delle partecipazioni	-	-	-	-	-	-	-
Gestione finanziaria	(4)	11	146	(1)	-	-	152
Risultato prima delle imposte	2.615	553	(1.826)	31	(49)	-	1.324
Imposte sul reddito	(926)	(216)	1.489	(11)	13	-	349
Quota di terzi	-	-	-	(4)	-	-	(4)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	1.689	337	(337)	16	(36)	-	1.669
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	-	-	-
Risultato netto del periodo	1.689	337	(337)	16	(36)	-	1.669

31/03/2015	Editoria Periodici	Concessionarie	Editoria televisiva	Trovatore	Operatore di rete	Infra gruppo	Totale
(Valori in migliaia di Euro)			La7		(Cairo Network)	e non allocate	
Ricavi operativi lordi	21.674	39.939	25.617	232	-	(27.307)	60.155
Sconti di agenzia	-	(5.714)	-	-	-	-	(5.714)
Ricavi operativi netti	21.674	34.225	25.617	232	-	(27.307)	54.441
Variazione delle rimanenze	4	-	-	-	-	-	4
Altri proventi	515	125	3.353	-	-	-	3.993
Totale ricavi	22.193	34.350	28.970	232	-	(27.307)	58.438
Costi della produzione	(14.398)	(31.775)	(22.463)	(190)	-	27.307	(41.519)
Costo del personale	(4.585)	(1.753)	(7.948)	(21)	-	-	(14.307)
Margine operativo lordo	3.210	822	(1.441)	21	-	-	2.612
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(216)	(363)	(1.284)	-	-	-	(1.863)
Risultato operativo	2.994	459	(2.725)	21	-	-	749
Risultato delle partecipazioni	-	-	-	-	-	-	-
Gestione finanziaria	(25)	(6)	192	-	-	-	161
Risultato prima delle imposte	2.969	453	(2.533)	21	-	-	910
Imposte sul reddito	(990)	(189)	2.206	(8)	-	-	1.019
Quota di terzi	-	-	-	(2)	-	-	(2)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	1.979	264	(327)	11	-	-	1.927
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	-	-	-
Risultato netto del periodo	1.979	264	(327)	11	-	-	1.927



3. Dati patrimoniali consolidati

I principali **dati patrimoniali consolidati** al 31 marzo 2016 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 31 dicembre 2015:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2016	31/12/2015
<u>Dati patrimoniali</u>		
Attività materiali	3.032	3.080
Attività immateriali	61.443	60.917
Attività finanziarie	1.022	1.702
Imposte anticipate	3.944	4.186
Circolante netto	(19.253)	(17.438)
Totale mezzi impiegati	50.188	52.447
Passività a lungo termine e fondi	40.871	41.973
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(108.586)	(105.776)
Patrimonio netto del gruppo	117.845	116.196
Patrimonio netto di terzi	58	54
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	50.188	52.447

L'Assemblea degli Azionisti del 27 aprile 2016 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,20 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola il 9 maggio 2016. Alla data del 31 marzo 2016 tale importo, pari a complessivi Euro 15,7 milioni, è ancora incluso nelle riserve patrimoniali.

Nel corso del 2016, nell'ambito dei programmi di acquisto di azioni proprie, non sono state vendute né acquistate azioni proprie. Alla data del 31 marzo 2016, 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.

Il Gruppo Cairo Communication:

- non presenta esposizione al rischio di liquidità in quanto, da un lato, detiene significative disponibilità finanziarie, con una posizione finanziaria netta disponibile positiva di Euro 108,6 milioni e dall'altro nei suoi settori tradizionali genera flussi di cassa positivi,
- non presenta sostanzialmente esposizione al tasso di cambio, mentre il rischio di tasso di interesse influenza il rendimento delle disponibilità finanziarie (Euro 127,3 milioni) ed il costo del finanziamento bancario (Euro 18,7 milioni) ottenuto dalla Cairo Network; il Gruppo fa un uso limitato di strumenti finanziari di copertura, finalizzato alla copertura del rischio di cambio per l'acquisto di diritti televisivi dalle case cinematografiche,
- è in parte esposto al rischio di credito, principalmente con riferimento alla attività di raccolta pubblicitaria, rischio peraltro mitigato dal fatto che l'esposizione è suddivisa su un largo numero di clienti e a fronte del quale sono state implementate procedure di



controllo e monitoraggio. La concentrazione dei clienti rispetto al fatturato non si è sostanzialmente modificata rispetto agli esercizi precedenti. E' comunque possibile che il perdurare di fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo possano avere un impatto negativo sulla qualità del credito ed in genere sui normali tempi di incasso.

4. Posizione finanziaria netta consolidata

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 31 marzo 2016, confrontata con i valori di bilancio consolidato al 31 dicembre 2015, è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2016	31/12/2015	Variazioni
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	127.336	125.776	1.560
Attività finanziarie correnti	-	-	-
Finanziamenti bancari	(18.750)	(20.000)	1.250
Totale	108.586	105.776	2.810

Il finanziamento bancario erogato da Unicredit S.p.A, che la società Cairo Network ha utilizzato per effettuare parte del pagamento dei diritti d'uso delle frequenze televisive, è garantito da una fideiussione rilasciata dalla controllante Cairo Communication.

5. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi operativi lordi** del primo trimestre del 2016, suddivisa fra i principali settori di attività può essere analizzata come segue, confrontata con i valori del periodo analogo del 2015:



Ricavi lordi		Resoconto intermedio di gestione al 31/03/2016					
(Valori in migliaia di Euro)							
	Editoria periodici	Concessionarie di Pubblicità	Editoria televisiva (La7)	Trovatore	Operatore di rete (Cairo Network)	Eliminazioni infragruppo e non allocate	Totali
Vendita pubblicazioni	17.690	-	-	-	-	-	17.690
Pubblicità su stampa	3.964	5.170	-	-	-	(3.904)	5.230
Pubblicità televisiva	-	34.555	26.407	-	-	(23.791)	37.171
Cartellonistica stadi	-	1.023	-	-	-	-	1.023
Pubblicità su Internet	-	24	-	144	-	(143)	25
Ricavi da spazi palinsesto	-	-	142	-	-	-	142
Altri ricavi per attività TV	-	-	321	-	-	-	321
Abbonamenti	686	-	-	-	-	-	686
Libri e cataloghi	138	-	-	-	-	-	138
Altri ricavi	13	150	-	87	-	(213)	37
Servizi di trasporto segnale	-	-	-	-	218	(218)	-
I.V.A. assolta dall'editore	(314)	-	-	-	-	-	(314)
Totale ricavi operativi lordi	22.177	40.922	26.870	231	218	(28.269)	62.149
Altri ricavi	590	106	783	1	33	-	1.513
Totale ricavi	22.767	41.028	27.653	232	251	(28.269)	63.662

Ricavi lordi		Resoconto intermedio di gestione al 31/03/2015					
(Valori in migliaia di Euro)							
	Editoria periodici	Concessionari e di Pubblicità	Editoria televisiva (La7)	Trovatore	Operatore di rete (Cairo Network)	Eliminazione infragruppo e non allocate	Totali
Vendita pubblicazioni	17.689	-	-	-	-	-	17.689
Pubblicità su stampa	3.394	4.476	-	-	-	(3.340)	4.530
Pubblicità televisiva	-	34.252	24.899	-	-	(23.499)	35.652
Cartellonistica stadi	-	860	-	-	-	-	860
Pubblicità su Internet	-	201	155	3	-	(113)	246
Ricavi da spazi palinsesto	-	-	298	-	-	-	298
Altri ricavi per attività TV	-	-	265	-	-	-	265
Abbonamenti	732	-	-	-	-	-	732
Libri e cataloghi	150	-	-	-	-	-	150
Altri ricavi	-	150	-	229	-	(355)	24
Servizi di rete	-	-	-	-	-	-	-
I.V.A. assolta dall'editore	(291)	-	-	-	-	-	(291)
Totale ricavi operativi lordi	21.674	39.939	25.617	232	-	(27.307)	60.155
Altri ricavi	515	125	3.353	-	-	-	3.993
Totale ricavi	22.189	40.064	28.970	232	-	(27.307)	64.148



EDITORIA STAMPA

CAIRO EDITORE - CAIRO PUBLISHING

Nel primo trimestre 2016 Cairo Editore ha consolidato i risultati delle sue testate e continuato a perseguire il miglioramento dei livelli di efficienza raggiunti nel contenimento dei costi di produzione, editoriali e di distribuzione. In particolare:

- ha proseguito la propria strategia di continuo ampliamento e arricchimento del portafoglio prodotti, al fine di cogliere i segmenti di mercato con maggiore potenziale, con il lancio del quindicinale “Nuovo e Nuovo TV Cucina” e con la fase di studio e realizzazione per il lancio, avvenuto il 20 aprile 2016, di “Enigmistica Più”;
- ha continuato a conseguire risultati economici fortemente positivi;
- sono stati sostanzialmente confermati ottimi risultati diffusionali, con ricavi diffusionali pari ad Euro 17,7 milioni (Euro 17,7 milioni nel primo trimestre 2015);
- la raccolta pubblicitaria lorda è stata pari a Euro 5,1 milioni a livello di Gruppo, in crescita del 16% (+6% a perimetro omogeneo di testate e numero uscite) rispetto al primo trimestre 2015 (Euro 4,4 milioni).

Nel trimestre, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente circa Euro 2,9 milioni e circa Euro 2,6 milioni, (rispettivamente Euro 3,2 milioni ed Euro 3 milioni nel primo trimestre 2015), pur sostenendo costi di lancio del nuovo del quindicinale “Nuovo e Nuovo TV Cucina” per complessivi circa Euro 0,1 milioni.

I settimanali del Gruppo hanno confermato gli ottimi risultati diffusionali raggiunti, con diffusioni medie ADS nei due mesi gennaio-febbraio 2016 di 486.477 copie per “Settimanale DIPIU”, 309.672 copie per “DIPIU’ TV”, 171.539 copie per “Settimanale DIPIU’ e DIPIU’TV Cucina”, 176.083 copie per “Diva e Donna”, 213.517 copie per “Settimanale Nuovo”, 119.852 copie per “F”, 137.173 copie per “TVMia” e 98.886 copie per “Settimanale Giallo” per complessivi circa 1,7 milioni di copie medie vendute, che fanno del Gruppo il primo editore per copie di settimanali vendute in edicola, con una quota di mercato di circa il 30%. Considerando anche il venduto medio delle testate non ancora rilevate da ADS, ossia “NuovoTV”, “Nuovo e Nuovo TV Cucina” e il venduto del primo numero di “Enigmistica Più” le copie medie vendute aumentano a circa 2,2 milioni.

Il 26 gennaio 2016 è stato lanciato il quindicinale “Nuovo e Nuovo TV Cucina”, dedicato alla buona tavola accessibile a tutti, con ricette facili, economiche e di successo, venduto in opzione



con i due settimanali “Nuovo” e “Nuovo TV”, che nelle prime 11 uscite ha registrato un venduto medio di circa 99 mila copie.

Nel corso del trimestre è avvenuta anche la fase di studio del nuovo “Enigmistica Più”, un settimanale di giochi e passatempi che segna l’ingresso della casa editrice nell’interessante settore dell’enigmistica, che nel primo numero, al prezzo di lancio di 50 centesimi, ha registrato un venduto di circa 250 mila copie.

Negli ultimi anni, le testate lanciate sono normalmente riuscite a conseguire velocemente risultati in termini di marginalità. Gli ultimi tre settimanali lanciati prima del 2015 (“Settimanale Nuovo” nel gennaio 2012, il settimanale femminile “F” nel giugno 2012, il settimanale “Giallo” in aprile 2013) hanno generato nell’esercizio 2015 ricavi complessivi per un totale di Euro 22,9 milioni e un margine di contribuzione di complessivi Euro 4,1 milioni.

Con riferimento alle diffusioni, le caratteristiche delle testate edite dal Gruppo così come la sua strategia, sono tali da continuare a costituire un forte vantaggio competitivo nell’attuale contesto del settore editoriale. In particolare:

- i prezzi di copertina dei settimanali sono inferiori, in alcuni casi della metà, rispetto a quelli dei principali *competitor* diretti; questo differenziale ne aumenta l’attrattiva e lascia spazio per potenziali incrementi di prezzo, e quindi di margini;
- i ricavi diffusionali sono realizzati prevalentemente in edicola (95%), con una incidenza minima di ricavi generati da gadget e collaterali (circa il 2% sui ricavi editoriali complessivi, comprensivi della pubblicità), la cui vendita a livello di settore editoriale è stata negli ultimi anni in sensibile flessione; la scelta strategica del Gruppo è stata quella di privilegiare la qualità delle sue testate; inoltre per le testate del Gruppo nel 2015 i ricavi pubblicitari lordi a livello di Gruppo hanno avuto un’incidenza percentuale del 26% - molto bassa e quindi con una minore dipendenza dal ciclo economico - mentre il restante 74% è stato generato da ricavi da diffusione e abbonamenti a dimostrazione della forte valenza editoriale delle testate pubblicate;
- le testate settimanali, che rappresentano circa il 90% dei ricavi diffusionali del settore editoriale vengono vendute da sole e non vengono fatti abbinamenti tra le stesse e/o con quotidiani per incrementarne i risultati diffusionali;



-
- gli eccellenti livelli diffusionali, sia in valore assoluto che in relazione ai livelli diffusionali dei *competitor* nelle arene in cui Cairo Editore è presente, rendono il prezzo delle pagine pubblicitarie molto conveniente in termini di costo della pubblicità per copia venduta (pari al rapporto tra prezzo pagina pubblicitaria e copie vendute), inferiore rispetto a quello di testate concorrenti.

Nel 2016 Cairo Editore proseguirà nella strategia di crescita con il lancio di nuovi prodotti e continuerà a perseguire le opportunità di ottimizzazione dei costi di produzione, editoriali e di distribuzione, con la revisione e riorganizzazione dei processi di stampa, la negoziazione al ribasso dei costi della carta, l'ottimizzazione dei costi di borderò e la revisione di alcuni altri processi aziendali.

CONCESSIONARIE DI PUBBLICITA'

Con riferimento al settore concessionarie, il Gruppo Cairo Communication anche nel primo trimestre 2016 ha operato, assieme alla società controllata Cairo Pubblicità, nella raccolta pubblicitaria sul mezzo stampa per Cairo Editore ("For Men Magazine", "Natural Style", "Settimanale DIPIU'", "DIPIU' TV" e gli allegati settimanali "Settimanale DIPIU' e DIPIU'TV Cucina" e "Settimanale DIPIU' e DIPIU'TV Stellare", "Diva e Donna", "TV Mia", "Settimanale Nuovo", "F", "Settimanale Giallo" e "NuovoTV", "Nuovo e Nuovo TV Cucina"), la sua divisione Editoriale Giorgio Mondadori ("Bell'Italia", "Bell'Europa", "In Viaggio", "Airone", "Gardenia", "Arte" e "Antiquariato") e per Editoriale Genesis ("Prima Comunicazione" e "Uomini e Comunicazione"), nella raccolta pubblicitaria sul mezzo TV per i canali La7 e La7d e per Turner Broadcasting (Cartoon Network, Boomerang, CNN), su internet (Cartoon Network.it) e per la vendita degli spazi pubblicitari a bordo campo presso lo stadio Olimpico di Torino per il Torino FC.

Nel primo trimestre 2016, la raccolta pubblicitaria lorda complessiva, comprensiva anche dei ricavi pubblicitari televisivi fatturati direttamente da La7 (Euro 2,7 milioni) è stata pari a circa Euro 43,6 milioni (Euro 41,5 milioni nel 2015). La raccolta pubblicitaria lorda sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi Euro 36,6 milioni in crescita di circa il 4% rispetto al primo trimestre 2015 (Euro 35,2 milioni). La raccolta pubblicitaria sulle testate del Gruppo ha registrato un andamento molto positivo raggiungendo Euro 5,1 milioni, in crescita del 16% (+6% a perimetro omogeneo di testate e numero uscite) rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente (Euro 4,4 milioni).



Il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 0,6 milioni ed Euro 0,5 milioni (rispettivamente Euro 0,8 milioni ed Euro 0,5 milioni nel primo trimestre 2015).

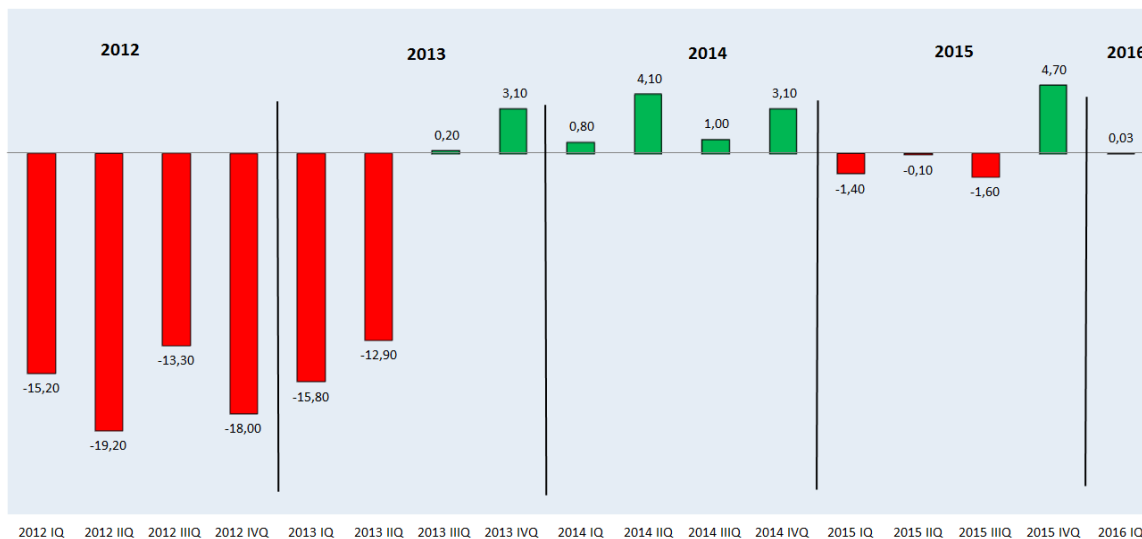
EDITORIA TELEVISIVA (La7)

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. 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, pari a Euro 3,7 milioni. Nel 2014 e 2015 sono stati consolidati i risultati degli interventi di razionalizzazione dei costi implementati, conseguendo in entrambi gli anni un margine operativo lordo (EBITDA) positivo.

L'evoluzione dei risultati (il margine operativo lordo, EBITDA) di La7 può essere analizzata nel seguente grafico:



Nel primo trimestre 2016 il settore editoriale televisivo (La7) ha conseguito un marginale operativo lordo (EBITDA) positivo di circa Euro 31 mila, anche per effetto dell'andamento della raccolta pubblicitaria dei canali La7 e La7d che nel trimestre è cresciuta di circa il 4% rispetto



allo stesso periodo del 2015. Il risultato operativo (EBIT) è stato pari a negativi circa Euro 2 milioni ed ha beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 1,9 milioni per effetto delle svalutazioni delle attività materiali e immateriali effettuate nel 2013 nell'ambito della allocazione del prezzo di acquisto della partecipazione in La7. Nel primo trimestre 2015 il margine operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) erano stati negativi e pari rispettivamente di circa Euro -1,4 milioni e Euro -2,7 milioni ed il risultato operativo (EBIT) aveva beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 3,5 milioni.

Nel primo trimestre 2016 il sito La7.it ha generato ricavi internet pari a circa Euro 285 mila (Euro 155 mila nel primo trimestre 2015)

Nel primo trimestre 2016 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 2,79% nel totale giorno e al 3,34% in *prime time* (ovvero la fascia oraria 20,30-23,30), con un target di ascolti altamente qualitativo. Lo *share* di La7d è stato pari allo 0,56% (0,59% in *prime time*). I risultati di ascolto dei programmi informativi e di approfondimento della rete - in particolare il TG delle 20 (5,1% da lunedì a venerdì), "Otto e mezzo" (5%), "Piazza Pulita" (3,1%), "Crozza nel Paese delle Meraviglie" (7,1%), "Coffee Break" (3,7%), "Omnibus" (3,4%), "La Gabbia" (2,9%), "L'aria che tira" (4,7%), "Bersaglio Mobile" (3,3%), "Di martedì" (5,2%), il nuovo "Eccezionale Veramente" (3,3%) - sono stati positivi. Nel mese di aprile 2016 lo *share* del canale La7 è salito al 3,08%.

OPERATORE DI RETE (CAIRO NETWORK)

Come già commentato in precedenza, la società del Gruppo Cairo Network - che 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, di un lotto di frequenze ("mux") ed ha quindi sottoscritto nel gennaio 2015 con EI Towers S.p.A. un accordo per la realizzazione e la successiva gestione tecnica pluriennale in modalità full service (ospitalità, assistenza e manutenzione, utilizzo dell'infrastruttura di trasmissione, ecc.) della rete di comunicazione elettronica per la diffusione *broadcast* di servizi *media* audiovisivi sulle risorse frequenziali assegnate - ha proseguito l'attività di realizzazione del mux che a regime avrà una copertura almeno pari al 94% della popolazione nazionale, con standard di livelli di servizio di alta qualità. Con la realizzazione del mux, il Gruppo Cairo Communication potrà, pertanto, disporre di una autonoma capacità trasmissiva di circa 22,4 Mbit/s - rispetto agli attuali 7,2 Mbit/s forniti da operatori esterni al Gruppo Cairo Communication - che potrà essere utilizzata per trasmettere, a



partire dal 2017, i canali La7 e La7d e nuovi canali che il Gruppo Cairo Communication intendesse lanciare, nonché, per la fornitura a terzi di capacità trasmissiva.

IL TROVATORE

Nel 2016 è continuata la attività de Il Trovatore che eroga principalmente servizi tecnologici, per lo sviluppo e manutenzione delle piattaforme internet delle società del Gruppo.

6. Dati economici della capogruppo

I principali **dati economici di Cairo Communication S.p.A.** del primo trimestre 2016 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2015:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2016 (Trimestre)	31/03/2015 (Trimestre)
Ricavi operativi lordi	26.258	26.166
Sconti di agenzia	-	-
Ricavi operativi netti	26.258	26.166
Altri ricavi e proventi	52	39
Totale ricavi	26.310	26.205
Costi della produzione	(25.176)	(25.085)
Costo del personale	(744)	(743)
Margine operativo lordo	390	377
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(60)	(60)
Risultato operativo	330	317
Gestione finanziaria	1	13
Risultato delle partecipazioni	-	-
Risultato prima delle imposte	331	330
Imposte sul reddito	(125)	(123)
Quota di terzi	-	-
Risultato netto delle attività in continuità	206	207
Risultato netto delle attività cessate	-	-
Risultato netto	206	207

Nel 2016 Cairo Communication ha continuato ad operare nella raccolta pubblicitaria TV (La7, La7d ed i canali tematici Cartoon Network, Boomerang e CNN) ed internet per il tramite della società controllata Cairo Pubblicità, che opera quale sub concessionaria, fatturando direttamente ai clienti gli spazi pubblicitari e retrocedendo a Cairo Communication una percentuale dei ricavi generati con i mezzi sub concessi. In particolare:

- i ricavi operativi lordi sono stati pari a circa Euro 26,3 milioni (Euro 26,2 milioni nel primo trimestre 2015);



- il marginе operativo lordo della capogruppo (EBITDA) è stato pari a circa Euro 0,4 milioni (Euro 0,4 milioni nel primo trimestre del 2015);
- il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa Euro 0,3 milioni (Euro 0,3 milioni nel primo trimestre 2015);
- il risultato netto è stato pari a circa Euro 0,2 milioni (Euro 0,2 nel primo trimestre 2015).

Il **conto economico complessivo** della Capogruppo può essere analizzato come segue:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2016 (Trimestre)	31/03/2015 (Trimestre)
Conto economico complessivo della Capogruppo	206	207
Risultato netto		
<i>Altre componenti del conto economico complessivo non riclassificabili</i>		
Utile (perdita) attuariale dei piani a benefici definiti	53	-
Effetto fiscale	(13)	-
Totale conto economico complessivo	246	207

7. Dati patrimoniali di Cairo Communication S.p.A.

I principali **dati patrimoniali** al 31 marzo 2016 della Cairo Communication S.p.A. possono essere confrontati come segue con i valori di bilancio al 31 dicembre 2015:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2016	31/12/2015
<u>Dati patrimoniali</u>		
Attività materiali	361	368
Attività immateriali	276	295
Attività finanziarie	23.226	23.027
Altre attività finanziarie non correnti	10.263	8.963
Circolante commerciale netto	1.234	3.908
Totale mezzi impiegati	35.360	36.562
Passività a lungo termine e fondi	1.283	1.452
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(10.318)	(9.039)
Patrimonio netto	44.395	44.149
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	35.360	36.562

L'Assemblea degli Azionisti del 27 aprile 2016 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,20 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola il 9 maggio 2016. Alla data del 31 marzo 2016 tale importo, pari a complessivi Euro 15,7 è ancora incluso nelle riserve patrimoniali



L'incremento della voce "altre attività finanziarie non correnti" è riconducibile, per Euro 1,3 milioni, al finanziamento soci erogato alla società controllata Cairo Network S.r.l.

8. Posizione finanziaria netta di Cairo Communication S.p.A.

La **posizione finanziaria netta** della capogruppo al 31 marzo 2016, confrontata con i valori di bilancio al 31 dicembre 2015 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2016	31/12/2015	Variazione
Disponibilità liquide	10.318	9.039	1.279
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	-	-	-
Totale	10.318	9.039	1.279

9. Rapporti con società controllanti e controllate

Le operazioni effettuate nel corso del 2016 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.

Nel corso del primo trimestre 2016 i rapporti e le operazioni con la società controllante U.T. Communications e con le imprese sottoposte al controllo di quest'ultima possono essere analizzati come segue:

- l'accordo di concessione in essere tra Cairo Pubblicità e Torino FC S.p.A. (società controllata da UT Communications), per la vendita degli spazi pubblicitari a bordo campo e di pacchetti di sponsorizzazione promo-pubblicitaria. Per effetto di tale contratto nel 2016 sono state riconosciute al concedente quote per Euro 0,8 milioni a fronte di ricavi per Euro 0,9 milioni al netto degli sconti di agenzia. Cairo Pubblicità ha maturato anche ulteriori provvigioni attive per Euro 25 mila. Nel contesto dell'accordo, Cairo Pubblicità ha anche acquistato biglietti di accesso allo stadio per un controvalore di circa Euro 5 mila;
- l'accordo in essere tra la Cairo Communication S.p.A. ed il Torino F.C. per la erogazione di servizi amministrativi quali la tenuta della contabilità, che prevede un corrispettivo annuale di Euro 100 mila;
- l'accordo di consolidamento fiscale.



10. Eventi successivi alla chiusura dell'esercizio ed evoluzione prevedibile della gestione

In data successiva alla chiusura del trimestre, l'8 aprile 2016, il Consiglio di Amministrazione della Cairo Communication ha deliberato di promuovere un'offerta pubblica di scambio volontaria, ai sensi degli articoli 102 e 106, comma 4, del TUF, avente a oggetto la totalità delle azioni ordinarie emesse da RCS Mediagroup S.p.A. ("RCS"), pari a n. 521.864.957 (l'"**Offerta**").

L'Offerta, che è finalizzata a creare un grande gruppo editoriale multimediale, dotato di una leadership stabile e indipendente, e a rafforzare il profilo economico-finanziario di RCS, accelerandone il processo di ristrutturazione e rilancio:

- è stata annunciata al mercato in pari data mediante apposito comunicato diffuso ai sensi degli articoli 102, comma 1, del TUF e 37 del Regolamento Emittenti - consultabile sul sito internet della società www.cairocommunication.it, nella sezione "offerta pubblica di scambio" - che contiene, tra l'altro, la descrizione dei motivi dell'Offerta, dei suoi elementi essenziali e delle condizioni cui è subordinata l'efficacia della stessa;
- prevede che, per ciascuna azione ordinaria RCS portata in adesione, Cairo Communication riconosca agli azionisti di RCS un corrispettivo pari a n. 0,12 azioni ordinarie Cairo Communication di nuova emissione (il "**Corrispettivo**"). Pertanto, ogni circa 8,333 (otto virgola trecento trenta tre) azioni RCS apportate all'Offerta, gli aderenti riceveranno 1 (una) azione Cairo Communication.

Il Consiglio di Amministrazione, nella seduta dell'8 aprile 2016, ha deliberato, tra l'altro, anche di convocare per il 12 maggio 2016 l'Assemblea Straordinaria della società per deliberare l'aumento di capitale finalizzato all'emissione delle azioni Cairo Communication da offrire quale corrispettivo delle azioni RCS portate in adesione all'Offerta.

L'adesione all'Offerta da parte degli azionisti RCS implica, dal punto di vista tecnico, il conferimento in natura di azioni ordinarie RCS a fronte della sottoscrizione dell'aumento di capitale, che costituisce, quindi, presupposto imprescindibile dell'Offerta. Ai sensi dell'art. 2441, comma 4, cod. civ., il diritto di opzione non spetta ai soci Cairo Communication rispetto alle azioni da emettersi in forza dell'aumento di capitale.

Sul sito internet della società. www.cairocommunication.it, nella sezione "assemblea straordinaria 2016" sono consultabili:

- la relazione illustrativa del Consiglio di Amministrazione della Società sul seguente unico punto all'ordine del giorno dell'assemblea straordinaria degli azionisti convocata per il



giorno 12 maggio 2016, in unica convocazione: “Proposta di aumento del capitale sociale a pagamento, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell’art. 2441, comma quarto, primo periodo, cod. civ., da liberarsi mediante conferimento in natura. Conseguente modifica dell’art. 6 dello statuto sociale. Deliberazioni inerenti e conseguenti”, la quale è stata redatta ai sensi dell’art. 2441, co. 6, del Codice Civile, dell’art. 152-ter del TUF e dell’art. 70 del Regolamento Emittenti;

- il parere di congruità della Società di Revisione, redatto ai sensi dell’art. 2441, comma 6, del Codice Civile e dell’art. 158, comma 1, del TUF;
- la valutazione dell’esperto indipendente attestante il valore delle Azioni RCS ai sensi dell’art. 2343-ter, comma 2, lett. b), del Codice Civile.

In data 28 aprile la Società ha presentato a Consob - ai sensi e per gli effetti dell’articolo 102, comma 3, del D.Lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 (il “TUF”), e dell’articolo 37-ter del Regolamento adottato dalla Consob con delibera del 14 maggio 1999 n. 11971 - il documento di offerta (il “Documento di Offerta”) e contestualmente alla presentazione del Documento di Offerta, ha rivolto apposita istanza a Consob per l’emissione del giudizio di equivalenza, ai sensi degli articoli 34-ter, comma 1, lettera j) e 57, comma 1, lettera c) del Regolamento Emittenti.

Il Documento di Offerta verrà pubblicato al termine dell’istruttoria svolta da Consob ai sensi dell’articolo 102, comma 4, del TUF.

Nel primo trimestre 2016, pur operando in un contesto economico generale e dei mercati di riferimento (pubblicità ed editoria) ancora caratterizzato da incertezza, il Gruppo Cairo Communication ha:

- conseguito risultati in crescita rispetto al trimestre analogo dell’esercizio 2015 - rispettivamente +33,2% e +56,5% il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) -, anche grazie all’andamento della raccolta pubblicitaria sui canali La7 e la7d e le testate del Gruppo;
- proseguito la strategia di crescita con il lancio del quindicinale “Nuovo e Nuovo TV Cucina”, venduto in opzione con i due settimanali “Nuovo” e “Nuovo TV”, che nelle prime 11 uscite ha registrato un venduto medio di circa 99 mila copie e con la fase di studio e realizzazione per il lancio, avvenuto il 20 aprile 2016, di “Enigmistica Più”, un settimanale di giochi e passatempi che segna l’ingresso di Cairo Editore nell’interessante settore dell’enigmistica, che nel primo numero, al prezzo di lancio di 50 centesimi, ha registrato un venduto di circa 250 mila copie;



- conseguito risultati fortemente positivi nel settore editoriale periodici, che ha realizzato un marginale operativo lordo (EBITDA) ed un risultato operativo (EBIT) di Euro 2,9 milioni ed Euro 2,6 milioni, confermando gli elevati livelli diffusionali delle testate pubblicate e continuando a perseguire il miglioramento dei livelli di efficienza raggiunti nel contenimento dei costi (produzione, editoriali e di distribuzione);
- continuato ad impegnarsi con l'obiettivo di consolidare i risultati degli interventi di razionalizzazione e riduzione dei costi del settore editoriale televisivo (La7) realizzati nel 2013-2015, conseguendo anche nel primo trimestre 2016 un margine operativo lordo positivo di circa Euro 31 mila.

Nel seguito del 2016, il Gruppo Cairo Communication continuerà:

- a perseguire lo sviluppo dei suoi tradizionali settori di attività (editoria periodica e raccolta pubblicitaria), per il settore editoriale anche continuando nella strategia di continuo ampliamento e arricchimento del portafoglio prodotti, al fine di cogliere i segmenti di mercato con maggiore potenziale, con il lancio della nuova testata "Enigmistica Più", un settimanale di giochi e passatempi che segna l'ingresso di Cairo Editore nell'interessante e a elevato potenziale settore dell'enigmistica; per tali settori, nonostante il contesto economico e competitivo, in considerazione della qualità delle testate edite e dei mezzi in concessione, considera realizzabile l'obiettivo di continuare a conseguire risultati gestionali positivi;
- ad impegnarsi con l'obiettivo di consolidare i risultati degli interventi realizzati nel 2013-2015 di razionalizzazione e riduzione dei costi del settore editoriale televisivo e sviluppare la propria attività in tale settore, per il quale si prevede il conseguimento anche nell'anno 2016 di un margine operativo lordo (EBITDA) positivo.

L'evoluzione della situazione generale dell'economia potrebbe condizionare il pieno raggiungimento di questi obiettivi.

Per il Consiglio di Amministrazione

Il Presidente Dott. Urbano Cairo

