



CAIROCOMMUNICATION

**Resoconto intermedio di gestione al 31
dicembre 2015**

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

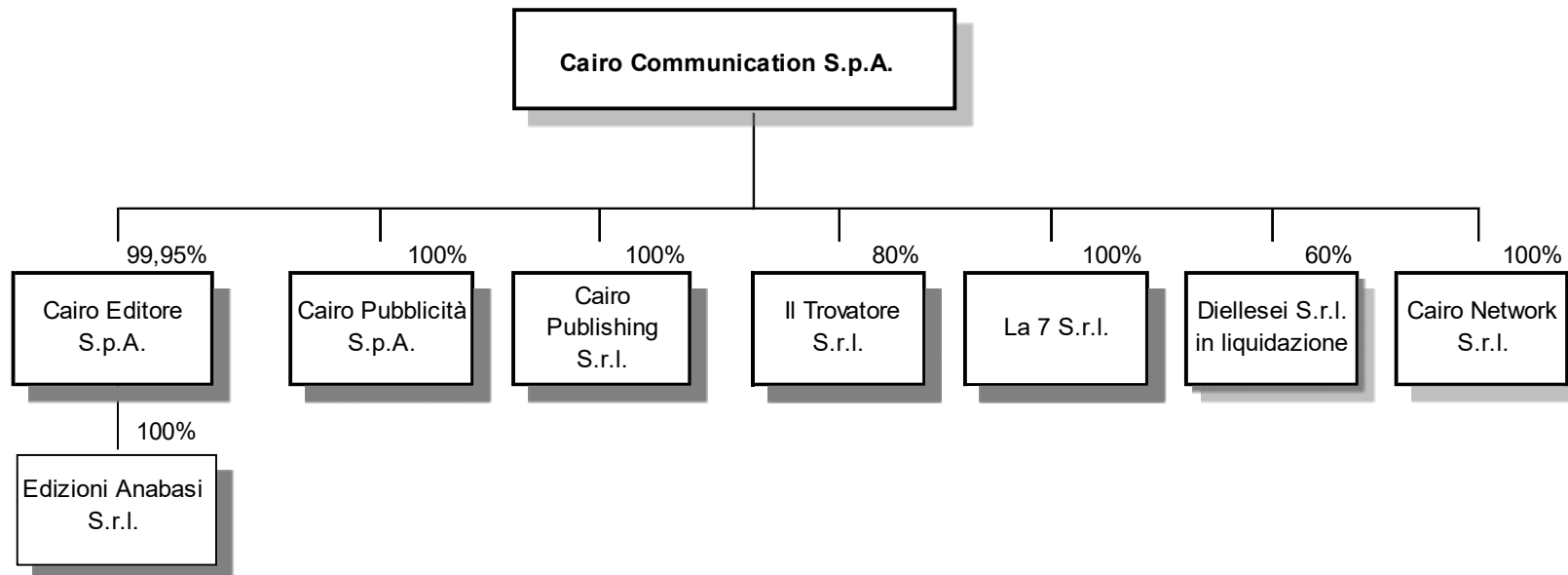
Società di revisione

KPMG S.p.A.

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



Il Gruppo al 31 dicembre 2015





1. Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione al 31 dicembre 2015

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.

I dati economici consolidati e della capogruppo sono esposti con riferimento al quarto trimestre ed all'esercizio 2015 e sono confrontati con i corrispondenti periodi del precedente esercizio 2014. 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 2014.

I prospetti contabili trimestrali al 31 dicembre 2015, uniformemente a quanto effettuato al 31 dicembre 2014, sono stati predisposti al netto delle imposte e degli effetti fiscali.

Nel corso del 2015 non sono intervenute variazioni nell'area di consolidamento rispetto al bilancio consolidato chiuso al 31 dicembre 2014.

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 2015 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);
- 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 2015, la situazione economica e finanziaria generale, caratterizzata da forti fattori di incertezza, ha continuato a manifestare i propri effetti negativi. Al momento resta ancora incerto il periodo necessario per un ritorno a normali condizioni di mercato.

Secondo i dati AC Nielsen, nel 2015 gli investimenti pubblicitari in Italia sono ammontati a circa Euro 6,3 miliardi, in flessione dello 0,5% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente.

L'analisi per mezzo di Nielsen evidenzia che nel 2015:

- il mercato pubblicitario dei periodici ha registrato una flessione del 4,1% rispetto al 2014, quando nello stesso periodo aveva registrato un decremento del 6,5% rispetto al 2013,
- il mercato pubblicitario televisivo ha sostanzialmente confermato (0,7%) i valori del 2014, quando nello stesso periodo aveva confermato (-0,5%) i valori del 2013.

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 2015, pur operando in tale contesto economico generale e dei mercati di riferimento (pubblicità ed editoria) e nonostante la flessione registrata dai ricavi pubblicitari anche per effetto dell'andamento del mercato, il Gruppo Cairo Communication ha:

- conseguito nell'ultimo trimestre risultati in netto miglioramento rispetto all'andamento dei primi nove mesi dell'esercizio, realizzando un marginale operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 6,8 milioni, che ha superato quello realizzato nel trimestre analogo del 2014 (Euro 6,6 milioni);



- proseguito la strategia di crescita con il lancio del nuovo settimanale televisivo “Nuovo TV”, diretto da Riccardo Signoretti, in edicola dal 21 settembre, che nei primi 15 numeri ha registrato un venduto medio di circa 143 mila copie, risultati estremamente soddisfacenti ed in linea con le previsioni. Anche alla luce dei risultati conseguiti con “Nuovo TV”, 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”. Il primo numero, con una tiratura di 250 mila copie, è andato in edicola per il lancio abbinato a “Nuovo TV”, al prezzo speciale di 1 Euro per le due riviste ed ha ottenuto eccellenti risultati, con circa 226 mila copie vendute;
- conseguito risultati in forte crescita nel settore editoriale periodici che, pur sostenendo nei mesi di settembre e ottobre costi di lancio del nuovo settimanale per complessivi Euro 1,4 milioni, ha realizzato un margine operativo lordo (EBITDA) ed un risultato operativo (EBIT) di Euro 14,6 milioni ed Euro 13,5 milioni (in crescita rispettivamente di circa il 6,1% ed il 7,7% rispetto al 2014), 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 - in un mercato pubblicitario ancora debole - con l’obiettivo di consolidare i risultati degli interventi di razionalizzazione e riduzione dei costi del settore editoriale televisivo (La7) realizzati nel 2013 e 2014, conseguendo anche nell’anno 2015 un margine operativo lordo positivo, pari a circa Euro 1,6 milioni; in particolare, nell’ultimo trimestre il margine operativo lordo (EBITDA), pari a circa Euro 4,7 milioni, è stato in crescita di circa il 50% rispetto al margine operativo lordo conseguito nell’ultimo trimestre 2014, anche per effetto dell’andamento della raccolta pubblicitaria dei canali La7 e La7d che nel mese di dicembre è cresciuta di oltre il 10% rispetto allo stesso mese del 2014.

Nel **2015**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) consolidati sono stati pari a rispettivamente Euro 17,5 milioni ed Euro 9,3 milioni (rispettivamente Euro 28,2 milioni ed Euro 23 milioni nel 2014). Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa Euro 11 milioni (Euro 23,8 milioni nel 2014).

Con riferimento ai settori di attività, nell’esercizio 2015:

- per il **settore editoriale periodici**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 14,6 milioni ed Euro 13,5 milioni (rispettivamente Euro 13,8 milioni ed Euro 12,5 milioni nel 2014). Nel periodo in esame



sono stati confermati ottimi risultati diffusionali (Euro 72,6 milioni rispetto ad Euro 73,4 milioni nel 2014). “Nuovo TV” nei primi 15 numeri ha registrato un venduto medio di circa 143 mila copie. Per il lancio - che è stato supportato da una campagna pubblicitaria e sul punto vendita - nei mesi di settembre e ottobre 2015 sono stati sostenuti costi complessivi per circa Euro 1,4 milioni;

- 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 2013 e 2014, riuscendo a conseguire anche nel 2015 un marginale operativo lordo (EBITDA) positivo di circa Euro 1,6 milioni. Il risultato operativo (EBIT) è stato negativo e pari a circa Euro 4,9 milioni ed ha beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 9,2 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 2014 il marginale operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) erano stati rispettivamente circa Euro 9 milioni e Euro 6,2 milioni ed il risultato operativo (EBIT) aveva beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 18,2 milioni;
- per il **settore concessionarie**, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 1,3 milioni ed Euro 0,7 milioni (rispettivamente Euro 5,2 milioni ed Euro 4 milioni nel 2014). Nel 2015 la raccolta pubblicitaria lorda sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi Euro 140,1 milioni (Euro 152,9 milioni nel 2014) ed in particolare, grazie ai risultati conseguiti nel mese di dicembre, nel quarto trimestre 2015 ha registrato un andamento (circa -3%) in netto miglioramento rispetto a quello dei primi nove mesi dell’esercizio (oltre -10%);
- per il **settore operatore di rete**, nel mese di gennaio 2015 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”) - ha sottoscritto con EI Towers S.p.A. (“EIT”) gli accordi per la realizzazione - tuttora in corso - e la successiva gestione tecnica pluriennale in modalità full service (ospitalità, assistenza e manutenzione, utilizzo dell’infrastruttura di trasmissione, ecc.) del mux.

Nell’**ultimo trimestre** dell’esercizio sono stati conseguiti risultati in netto miglioramento rispetto all’andamento dei dodici mesi dell’esercizio. Il marginale operativo lordo (EBITDA)



consolidato, pari a circa Euro 6,8 milioni, ha superato quello realizzato nel trimestre analogo del 2014 (Euro 6,6 milioni). Il risultato operativo (EBIT) è stato pari ad Euro 4,5 milioni (Euro 5,4 milioni nel quarto trimestre 2014). Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa Euro 4,4 milioni (Euro 4,9 milioni nel quarto trimestre 2014). In particolare, come già commentato, nel quarto trimestre 2015 il settore editoriale televisivo (La7) del Gruppo ha conseguito un marginale operativo lordo (EBITDA) di Euro 4,7 milioni in crescita di circa il 50% rispetto al risultato del periodo analogo del 2014.

Con riferimento ai settimanali, il Gruppo con circa 1,8 milioni di copie medie vendute negli undici mesi gennaio-novembre 2015 si conferma il primo editore per copie di settimanali vendute in edicola, con una quota di mercato di circa il 28%. Considerando anche il venduto medio di “Nuovo TV” dei primi 15 numeri, le copie complessive vendute aumentano a circa 2 milioni.

Nel 2015 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 3,06% nel totale giorno e al 3,7% 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 0,51%. 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” (5,1%), “Piazza Pulita” (4,4%), “Crozza nel Paese delle Meraviglie” (7,5%) “Servizio Pubblico” (5,5%), “Le invasioni Barbariche” (3%), “Coffee Break” (4,4%), “Omnibus” (4,3%), “La Gabbia” (3,5%), “L’aria che tira” (5,5%), “Bersaglio Mobile” (4%), “Di martedì” (5,3%), “In Onda” (4%), L’Aria d’estate” (4,6%) - sono stati positivi.

Gruppo Cairo Communication – Dati consolidati

I principali **dati economici consolidati** del 2015 possono essere confrontati come segue con i valori del 2014:



(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2015 (Dodici mesi)	31/12/2014 (Dodici mesi)
Ricavi operativi lordi	250.603	266.014
Sconti di agenzia	(24.021)	(25.748)
Ricavi operativi netti	226.582	240.266
Variazione delle rimanenze	33	(28)
Altri ricavi e proventi	9.403	11.627
Totale ricavi	236.018	251.865
Costi della produzione	(157.547)	(163.048)
Costo del personale	(60.955)	(60.634)
Margine operativo lordo	17.516	28.183
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(8.216)	(5.221)
Risultato operativo	9.300	22.962
Gestione finanziaria	691	1.829
Risultato delle partecipazioni	-	(2)
Risultato prima delle imposte	9.991	24.789
Imposte sul reddito	1.077	(973)
Quota di terzi	(18)	(24)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	11.050	23.792
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	(1)	(1)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	11.049	23.791

Nel 2015, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 260 milioni, comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 250,6 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 9,4 milioni (Euro 277,6 milioni nel 2014, comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 266 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 11,6 milioni). Il margine operativo lordo (EBITDA) consolidato ed il risultato operativo (EBIT) consolidato sono stati pari a rispettivamente circa Euro 17,5 milioni ed Euro 9,3 milioni (rispettivamente Euro 28,2 milioni ed Euro 23 milioni nel 2014). Per il lancio del nuovo settimanale televisivo nei mesi di settembre e ottobre 2015 sono stati sostenuti costi di lancio per complessivi circa Euro 1,4 milioni. Il risultato netto consolidato è stato pari a circa Euro 11 milioni (Euro 23,8 milioni nel 2014). L'incremento della voce "ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti" del 2015 è riconducibile all'ammortamento dei diritti televisivi acquistati da La7 a decorrere dal 1 maggio 2013.

Come già commentato, nel 2015 il risultato operativo (EBIT) del settore editoriale televisivo (La7) ha beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 9,2 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 2014, il risultato



operativo (EBIT) del settore editoriale televisivo (La7) aveva beneficiato in bilancio consolidato, per lo stesso motivo, di minori ammortamenti per Euro 18,2 milioni.

I principali **dati economici consolidati** del **quarto trimestre** del 2015 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2014:

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2015 (Tre mesi)	31/12/2014 (tre mesi)
Ricavi operativi lordi	73.226	75.210
Sconti di agenzia	(7.461)	(7.439)
Ricavi operativi netti	65.765	67.771
Variazione delle rimanenze	(13)	(1)
Altri ricavi e proventi	1.119	3.828
Totale ricavi	66.871	71.598
Costi della produzione	(43.251)	(48.416)
Costo del personale	(16.855)	(16.555)
Margine operativo lordo	6.765	6.627
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(2.264)	(1.254)
Risultato operativo	4.501	5.373
Gestione finanziaria	171	106
Risultato delle partecipazioni	-	(1)
Risultato prima delle imposte	4.672	5.478
Imposte sul reddito	(218)	(595)
Quota di terzi	(4)	(10)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	4.450	4.873
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	(1)	(1)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	4.449	4.872

Nel **quarto trimestre** 2015, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 74,3 milioni, comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 73,2 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 1,1 milioni (Euro 79 milioni nel trimestre analogo del 2014, comprensivi di ricavi operativi lordi per Euro 75,2 milioni e altri ricavi e proventi per Euro 3,8 milioni). Il margine operativo lordo (EBITDA) consolidato, pari a circa Euro 6,8 milioni ha superato quello realizzato nel trimestre analogo del 2014 (Euro 6,6 milioni) ed il risultato operativo (EBIT) consolidato è stato pari a circa Euro 4,5 milioni (Euro 5,4 milioni nel 2014). Per il lancio del nuovo settimanale televisivo nel mese di ottobre 2015 sono stati sostenuti costi di lancio per complessivi circa Euro 0,5 milioni. La variazione del risultato operativo è principalmente riconducibile, oltre che ai costi di lancio sostenuti per il nuovo settimanale, anche all'incremento degli ammortamenti di La7, relativi ai diritti televisivi acquistati a partire dal 1 maggio 2013. Il risultato netto consolidato nei tre mesi è stato pari a circa Euro 4,4 milioni (Euro 4,9 milioni nel periodo analogo del 2014).



Nel trimestre, il risultato operativo (EBIT) del settore editoriale televisivo (La7) ha beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per circa Euro 1,3 milioni per effetto delle svalutazioni delle attività materiali e immateriali effettuate nel 2013 nell'ambito della allocazione del prezzo di acquisto della partecipazione. Nel quarto trimestre 2014, il risultato operativo (EBIT) del settore editoriale televisivo (La7) aveva beneficiato in bilancio consolidato, per lo stesso motivo, di minori ammortamenti per circa Euro 2,8 milioni.

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

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2015 (Dodici mesi)	31/12/2015 (Trimestre)	31/12/2014 (Dodici mesi)	31/12/2014 (Trimestre)
Conto economico consolidato complessivo				
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	11.049	4.449	23.791	4.872
<i>Altre componenti del conto economico complessivo non riclassificabili</i>				
Utile (perdita) attuariale dei piani a benefici definiti	(38)	(515)	(1.367)	(671)
Effetto fiscale	10	141	376	185
Totale conto economico complessivo del periodo	11.021	4.075	22.800	4.386

Per una migliore comprensione dell'andamento economico del Gruppo è possibile concentrare l'analisi sui risultati conseguiti nei dodici mesi e nel quarto trimestre del 2015 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 2014:



2015 (Dodici mesi) (Valori in migliaia di Euro)	Editoria Periodici	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7	Trovatore	Operatore di rete (Cairo Network)	Infra gruppo e non allocate	Totale
Ricavi operativi lordi	95.037	168.588	102.098	893	-	(116.013)	250.603
Sconti di agenzia	-	(24.021)	-	-	-	-	(24.021)
Ricavi operativi netti	95.037	144.567	102.098	893	-	(116.013)	226.582
Variazione delle rimanenze	33	-	-	-	-	-	33
Altri proventi	1.803	1.151	6.349	2	98	-	9.403
Totale ricavi	96.873	145.718	108.447	895	98	(116.013)	236.018
Costi della produzione	(62.634)	(136.415)	(73.684)	(684)	(143)	116.013	(157.547)
Costo del personale	(19.615)	(8.015)	(33.191)	(77)	(57)	-	(60.955)
Margine operativo lordo	14.624	1.288	1.572	134	(102)	-	17.516
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(1.139)	(631)	(6.445)	-	(1)	-	(8.216)
Risultato operativo	13.485	657	(4.873)	134	(103)	-	9.300
Risultato delle partecipazioni	-	-	-	-	-	-	-
Gestione finanziaria	(16)	72	631	4	-	-	691
Risultato prima delle imposte	13.469	729	(4.242)	138	(103)	-	9.991
Imposte sul reddito	(4.660)	(696)	6.456	(51)	28	-	1.077
Quota di terzi	-	-	-	(18)	-	-	(18)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	8.809	33	2.214	69	(75)	-	11.050
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	-	(1)	(1)
Risultato netto del periodo	8.809	33	2.214	69	(75)	(1)	11.049

2014 (Dodici mesi) (Valori in migliaia di Euro)	Editoria Periodici	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7	Trovatore	Operatore di rete (Cairo Network)	Infra gruppo e non allocate	Totale
Ricavi operativi lordi	96.708	181.332	110.913	834	-	(123.773)	266.014
Sconti di agenzia	-	(25.748)	-	-	-	-	(25.748)
Ricavi operativi netti	96.708	155.584	110.913	834	-	(123.773)	240.266
Variazione delle rimanenze	(28)	-	-	-	-	-	(28)
Altri proventi	1.321	919	9.323	62	2	-	11.627
Totale ricavi	98.001	156.503	120.236	896	2	(123.773)	251.865
Costi della produzione	(65.098)	(144.026)	(77.016)	(673)	(8)	123.773	(163.048)
Costo del personale	(19.120)	(7.251)	(34.221)	(42)	-	-	(60.634)
Margine operativo lordo	13.783	5.226	8.999	181	(6)	-	28.183
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(1.261)	(1.181)	(2.778)	-	(1)	-	(5.221)
Risultato operativo	12.522	4.045	6.221	181	(7)	-	22.962
Risultato delle partecipazioni	-	(2)	-	-	-	-	(2)
Gestione finanziaria	17	390	1.423	(1)	-	-	1.829
Risultato prima delle imposte	12.539	4.433	7.644	180	(7)	-	24.789
Imposte sul reddito	(4.502)	(1.795)	5.385	(61)	-	-	(973)
Quota di terzi	-	-	-	(24)	-	-	(24)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	8.037	2.638	13.029	95	(7)	-	23.792
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	-	(1)	(1)
Risultato netto del periodo	8.037	2.638	13.029	95	(7)	(1)	23.791



2015 (Tre mesi) (Valori in migliaia di Euro)	Editoria Periodici	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7	Trovatore	Operatore di rete (Cairo Network)	Infra gruppo e non allocate	Totale
Ricavi operativi lordi	23.785	52.831	32.202	231	-	(35.823)	73.226
Sconti di agenzia	-	(7.461)	-	-	-	-	(7.461)
Ricavi operativi netti	23.785	45.370	32.202	231	-	(35.823)	65.765
Variazione delle rimanenze	(13)	-	-	-	-	-	(13)
Altri proventi	457	383	259	-	20	-	1.119
Totale ricavi	24.229	45.753	32.461	231	20	(35.823)	66.871
Costi della produzione	(16.719)	(43.017)	(19.050)	(178)	(110)	35.823	(43.251)
Costo del personale	(5.342)	(2.775)	(8.734)	(20)	16	-	(16.855)
Margine operativo lordo	2.168	(39)	4.677	33	(74)	-	6.765
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(355)	(39)	(1.870)	-	-	-	(2.264)
Risultato operativo	1.813	(78)	2.807	33	(74)	-	4.501
Risultato delle partecipazioni	-	-	-	-	-	-	-
Gestione finanziaria	(14)	(3)	188	-	-	-	171
Risultato prima delle imposte	1.799	(81)	2.995	33	(74)	-	4.672
Imposte sul reddito	(734)	(203)	713	(14)	20	-	(218)
Quota di terzi	-	-	-	(4)	-	-	(4)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	1.065	(284)	3.708	15	(54)	-	4.450
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	-	(1)	(1)
Risultato netto del periodo	1.065	(284)	3.708	15	(54)	(1)	4.449

2014 (Tre mesi) (Valori in migliaia di Euro)	Editoria Periodici	Conces- sionarie	Editoria televisiva La7	Trovatore	Operatore di rete (Cairo Network)	Infra gruppo e non allocate	Totale
Ricavi operativi lordi	24.058	53.624	33.640	223	-	(36.335)	75.210
Sconti di agenzia	-	(7.439)	-	-	-	-	(7.439)
Ricavi operativi netti	24.058	46.185	33.640	223	-	(36.335)	67.771
Variazione delle rimanenze	(1)	-	-	-	-	-	(1)
Altri proventi	203	314	3.248	62	1	-	3.828
Totale ricavi	24.260	46.499	36.888	285	1	(36.335)	71.598
Costi della produzione	(16.324)	(43.582)	(24.733)	(187)	75	36.335	(48.416)
Costo del personale	(5.022)	(2.485)	(9.031)	(17)	-	-	(16.555)
Margine operativo lordo	2.914	432	3.124	81	76	-	6.627
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(475)	(24)	(755)	-	-	-	(1.254)
Risultato operativo	2.439	408	2.369	81	76	-	5.373
Risultato delle partecipazioni	-	(1)	-	-	-	-	(1)
Gestione finanziaria	(19)	13	(1.310)	(1)	-	-	106
Risultato prima delle imposte	2.420	420	2.482	80	76	-	5.478
Imposte sul reddito	(775)	(313)	523	(30)	-	-	(595)
Quota di terzi	-	-	-	(10)	-	-	(10)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	1.645	107	3.005	40	76	-	4.873
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	-	(1)	(1)
Risultato netto del periodo	1.645	107	3.005	40	76	(1)	4.872



3. *Dati patrimoniali consolidati*

I principali **dati patrimoniali consolidati** al 31 dicembre 2015 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 31 dicembre 2014:

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2015	31/12/2014
<u>Dati patrimoniali</u>		
Attività materiali	3.080	3.069
Attività immateriali	60.917	56.871
Attività finanziarie	1.704	1.175
Imposte anticipate	4.045	3.983
Circolante netto	(17.305)	(19.071)
Totale mezzi impiegati	52.441	46.027
Passività a lungo termine e fondi	41.973	43.741
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(105.776)	(124.061)
Patrimonio netto del gruppo	116.191	126.311
Patrimonio netto di terzi	53	36
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	52.441	46.027

L'Assemblea degli Azionisti del 28 aprile 2015 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,27 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola l'11 maggio 2015.

Nel corso del 2015, nell'ambito dei programmi di acquisto di azioni proprie, non sono state vendute né acquistate azioni proprie. Alla data del 31 dicembre 2015, 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 105,8 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 125,8 milioni) ed il costo del finanziamento bancario (Euro 20 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 dicembre 2015, confrontata con i valori di bilancio consolidato al 31 dicembre 2014, è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2015	31/12/2014	Variazioni
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	125.776	149.061	(23.285)
Attività finanziarie correnti	-	-	-
Finanziamenti bancari	(20.000)	(25.000)	5.000
Totale	105.776	124.061	(18.285)

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.

Al 31 dicembre 2015 la posizione finanziaria netta di La7 è pari a Euro 104,1 milioni (Euro 106,5 milioni al 31 dicembre 2014).

5. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi operativi lordi** dei dodici mesi e del quarto trimestre del 2015, suddivisa fra i principali settori di attività può essere analizzata come segue, confrontata con i valori del 2014:



Ricavi lordi	Trimestrale al 31/12/2015						
(Valori in migliaia di Euro)	(Dodici mesi)						
	Editoria periodici	Concessionarie di Pubblicità	Editoria televisiva (La7)	Trovatore	Operatore di rete (Cairo Network)	Eliminazioni infragruppo e non allocate	Totali
Vendita pubblicazioni	72.557	-	-	-	-	-	72.557
Pubblicità su stampa	20.106	26.675	-	-	-	(19.865)	26.916
Pubblicità televisiva	-	137.427	98.706	-	-	(94.284)	141.849
Cartellonistica stadi	-	3.057	-	-	-	-	3.057
Pubblicità su Internet	-	828	971	552	-	(1.021)	1.330
Ricavi da spazi palinsesto	-	-	1.200	-	-	-	1.200
Altri ricavi per attività TV	-	-	1.221	-	-	-	1.221
Abbonamenti	2.831	-	-	-	-	-	2.831
Libri e cataloghi	971	-	-	-	-	-	971
Altri ricavi	4	601	-	341	-	(843)	103
I.V.A. assolta dall'editore	(1.432)	-	-	-	-	-	(1.432)
Totale ricavi operativi lordi	95.037	168.588	102.098	893	-	(116.013)	250.603
Altri ricavi	1.803	1.151	6.349	2	98	-	9.403
Totale ricavi	96.840	169.739	108.447	895	98	(116.013)	260.006

Ricavi lordi	Trimestrale al 31/12/2014						
(Valori in migliaia di Euro)	(Dodici mesi)						
	Editoria periodici	Concessionarie di Pubblicità	Editoria televisiva (La7)	Trovatore	Operatore di rete (Cairo Network)	Eliminazioni infragruppo e non allocate	Totali
Vendita pubblicazioni	73.400	-	-	-	-	-	73.400
Pubblicità su stampa	20.931	27.687	-	-	-	(20.641)	27.977
Pubblicità televisiva	-	149.636	106.991	-	-	(101.412)	155.215
Cartellonistica stadi	-	2.537	-	-	-	-	2.537
Pubblicità su Internet	-	870	759	494	-	(878)	1.245
Ricavi da spazi palinsesto	-	-	982	-	-	-	982
Altri ricavi per attività TV	-	-	2.181	-	-	-	2.181
Abbonamenti	2.883	-	-	-	-	-	2.883
Libri e cataloghi	980	-	-	-	-	-	980
Altri ricavi	-	602	-	340	-	(842)	100
I.V.A. assolta dall'editore	(1.486)	-	-	-	-	-	(1.486)
Totale ricavi operativi lordi	96.708	181.332	110.913	834	-	(123.773)	266.014
Altri ricavi	1.321	919	9.323	62	2	-	11.627
Totale ricavi	98.029	182.251	120.236	896	2	(123.773)	277.641



Ricavi lordi	Trimestrale al 31/12/2015						
(Valori in migliaia di Euro)	(Tre mesi)						
	Editoria periodici	Concessionarie di Pubblicità	Editoria televisiva (La7)	Trovatore	Operatore di rete (Cairo Network)	Eliminazioni infragruppo e non allocate	Totali
Vendita pubblicazioni	17.421		-	-	-	-	17.421
Pubblicità su stampa	5.514	7.444	-	-	-	(5.448)	7.510
Pubblicità televisiva	-	44.019	30.745	-	-	(29.859)	44.905
Cartellonistica stadi	-	973	-	-	-	-	973
Pubblicità su Internet	-	245	642	144	-	(304)	727
Ricavi da spazi palinsesto	-		382	-	-	-	382
Altri ricavi per attività TV	-		433	-	-	-	433
Abbonamenti	690		-	-	-	-	690
Libri e cataloghi	508		-	-	-	-	508
Altri ricavi	2	150	-	87	-	(212)	27
I.V.A. assolta dall'editore	(350)		-	-	-	-	(350)
Totale ricavi operativi lordi	23.785	52.831	32.202	231	-	(35.823)	73.226
Altri ricavi	457	383	259	-	20	-	1.119
Totale ricavi	24.242	53.214	32.461	231	20	(35.823)	74.345

Ricavi lordi	Trimestre al 31/12/2014						
(Valori in migliaia di Euro)	(Tre mesi)						
	Editoria periodici	Concessionarie di Pubblicità	Editori a televisiva (La7)	Trovatore	Operatore di rete (Cairo Network)	Eliminazioni infragruppo e non allocate	Totali
Vendita pubblicazioni	17.396	-	-	-	-	-	17.396
Pubblicità su stampa	5.773	7.586	-	-	-	(5.531)	7.828
Pubblicità televisiva	-	44.631	32.152	-	-	(30.377)	46.406
Cartellonistica stadi	-	1.056		-	-	-	1.056
Pubblicità su Internet	-	201	445	137	-	(215)	568
Ricavi da spazi palinsesto	-	-	327	-	-	-	327
Altri ricavi per attività TV	-	-	716	-	-	-	716
Abbonamenti	705		-	-	-	-	705
Libri e cataloghi	535		-	-	-	-	535
Altri ricavi		150	-	86	-	(212)	24
I.V.A. assolta dall'editore	(351)		-	-	-	-	(351)
Totale ricavi operativi lordi	24.058	53.624	33.640	223	-	(36.335)	75.210
Altri ricavi	203	314	3.248	62	1	-	3.828
Totale ricavi	24.261	53.938	36.888	285	1	(36.335)	79.038



EDITORIA STAMPA

CAIRO EDITORE - CAIRO PUBLISHING

Nel 2015 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:

- Cairo Editore ha proseguito la strategia di crescita con il lancio del nuovo settimanale televisivo “Nuovo TV”, diretto da Riccardo Signoretti, in edicola dal 21 settembre 2015, che nei primi 15 numeri ha registrato un venduto medio di circa 143 mila copie, risultati estremamente soddisfacenti ed in linea con le previsioni;
- il settore editoriale del Gruppo ha conseguito risultati economici in forte crescita rispetto all’esercizio precedente, pur sostenendo nei mesi di settembre e ottobre costi per il lancio del nuovo settimanale per complessivi circa Euro 1,4 milioni;
- sono stati sostanzialmente confermati ottimi risultati diffusionali, con ricavi diffusionali pari ad Euro 72,6 milioni (Euro 73,4 milioni nel 2014);
- la raccolta pubblicitaria lorda è stata pari a Euro 26,1 milioni a livello di Gruppo (Euro 27,2 milioni nel 2014), in flessione rispetto ai valori del 2014 di circa il 4%.

Nei dodici mesi, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente circa Euro 14,6 milioni e circa Euro 13,5 milioni, in crescita di circa il 6,1% ed il 7,7% rispetto al 2014 (rispettivamente Euro 13,8 milioni ed Euro 12,5 milioni), pur sostenendo costi di lancio del nuovo settimanale per complessivi circa Euro 1,4 milioni.

Nel quarto trimestre 2015 per il settore editoriale periodici, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 2,2 milioni ed Euro 1,8 milioni (rispettivamente Euro 2,9 milioni ed Euro 2,4 milioni nel trimestre analogo del 2014), pur sostenendo nel mese di ottobre costi di lancio del nuovo settimanale per Euro 0,5 milioni.

I settimanali del Gruppo hanno confermato gli ottimi risultati diffusionali raggiunti, con diffusioni medie ADS negli undici mesi gennaio-novembre 2015 di 527.029 copie per “Settimanale DIPIU”, 321.019 copie per “DIPIU’ TV”, 152.283 copie per “Settimanale DIPIU’ e DIPIU’TV Cucina”, 196.856 copie per “Diva e Donna”, 221.288 copie per “Settimanale Nuovo”, 127.483 copie per “F”, 144.559 copie per “TVMia” e 111.786 copie per “Settimanale Giallo” per complessivi circa 1,8 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 28%. Considerando



anche il venduto medio di “Nuovo TV” dei primi 15 numeri, le copie complessive vendute aumentano a circa 2 milioni.

Anche alla luce dei risultati conseguiti con “Nuovo TV”, 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”. Il primo numero, con una tiratura di 250 mila copie, è andato in edicola per il lancio abbinato a “Nuovo TV”, al prezzo speciale di 1 Euro per le due riviste ed ha ottenuto eccellenti risultati, con circa 226 mila copie vendute.

Con riferimento alle diffusioni, le caratteristiche delle testate editate 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% (26% anche nel precedente esercizio 2014) - molto bassa e quindi con una minore dipendenza dal ciclo economico - mentre il restante 74% (74% anche nel precedente esercizio 2014) 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 2015 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"), 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 (La7.it, TG.La7.it, Cartoon Network.it) e per la vendita degli spazi pubblicitari a bordo campo presso lo stadio Olimpico di Torino per il Torino FC.

Nel 2015, la raccolta pubblicitaria lorda complessiva, comprensiva anche dei ricavi pubblicitari televisivi fatturati direttamente da La7 (Euro 5,4 milioni) è stata pari a circa Euro 173 milioni (Euro 187,5 milioni nel 2014). La raccolta pubblicitaria lorda sui canali La7 e La7d è stata pari a complessivi Euro 140,1 milioni (Euro 152,9 milioni nel 2014) ed in particolare, grazie ai risultati conseguiti nel mese di dicembre, nel quarto trimestre 2015 ha registrato un andamento (circa -3%) in netto miglioramento rispetto a quello dei primi nove mesi dell'esercizio (oltre -10%);

Il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati pari a rispettivamente Euro 1,3 milione ed Euro 0,7 milioni (rispettivamente Euro 5,2 milioni ed Euro 4 milioni nel 2014).

Nel quarto trimestre 2015, il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati negativi e pari a rispettivamente Euro -0,04 milioni ed Euro -0,08 milioni (rispettivamente Euro 0,4 milioni ed Euro 0,4 milioni nel 2014).



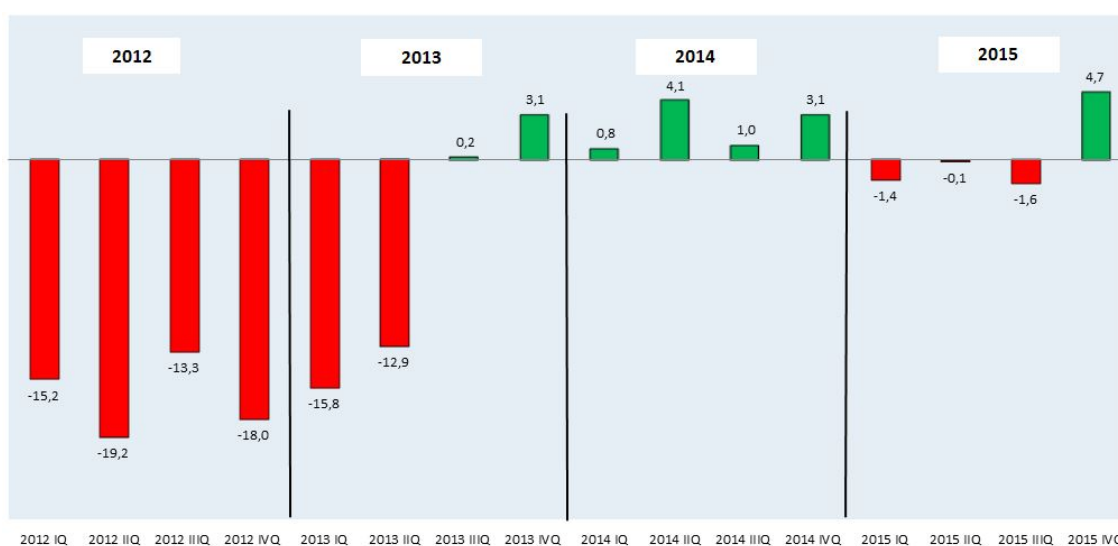
EDITORIA TELEVISIVA (La7)

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 e a consolidare nel 2014 e nel 2015 i risultati degli interventi di razionalizzazione dei costi implementati, conseguendo nel 2014 un margine operativo lordo (EBITDA) positivo e pari a Euro 9 milioni e nel 2015, pur con la contrazione dei ricavi pubblicitari, un margine operativo lordo (EBITDA) positivo e pari a Euro 1,6 milioni.

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



Nel 2015 il settore editoriale televisivo (La7) ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) positivo di circa Euro 1,6 milioni. Il risultato operativo (EBIT) è stato negativo e pari a circa Euro 4,9 milioni ed ha beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 9,2 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. L'incremento della voce "ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti" è riconducibile



all'ammortamento dei diritti televisivi acquistati da La7 a decorrere dal 1 maggio 2013. Nel 2014 il margine operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) erano stati rispettivamente circa Euro 9 milioni e Euro 6,2 milioni ed il risultato operativo (EBIT) aveva beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 18,2 milioni.

Nel quarto trimestre 2015, il settore editoria televisiva Gruppo ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) positivo di Euro 4,7 milioni, in crescita di circa il 50% rispetto al margine operativo lordo conseguito nell'ultimo trimestre 2014, anche per effetto dell'andamento della raccolta pubblicitaria dei canali La7 e La7d che nel mese di dicembre è cresciuta di oltre il 10% rispetto allo stesso mese del 2014. Il risultato operativo (EBIT) è stato positivo e pari a circa Euro 2,8 milioni e nel trimestre ha beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 1,3 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 quarto trimestre 2014 il margine operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) erano stati rispettivamente circa Euro 3,1 milioni e Euro 2,4 milioni ed il risultato operativo (EBIT) aveva beneficiato in bilancio consolidato di minori ammortamenti per Euro 2,8 milioni.

Nel 2015 lo *share* medio del canale La7 è stato pari al 3,06% nel totale giorno e al 3,7% 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 0,51%. 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" (5,1%), "Piazza Pulita" (4,4%), "Crozza nel Paese delle Meraviglie" (7,5%) "Servizio Pubblico" (5,5%), "Le invasioni Barbariche" (3%), "Coffee Break" (4,4%), "Omnibus" (4,3%), "La Gabbia" (3,5%), "L'aria che tira" (5,5%), "Bersaglio Mobile" (4%), "Di martedì" (5,3%), "In Onda" (4%), L'Aria d'estate" (4,6%) - sono stati positivi.

A fine 2015, in un'ottica di focalizzazione dell'attività, anche a livello di Gruppo, La7 ha affidato a WebSystem 24 (Gruppo 24 ORE) la raccolta pubblicitaria in esclusiva dei siti La7.it, Tgla7.it, La7d.it e delle App Tgla7 e Crozza nel Paese delle Meraviglie, al fine anche di accelerare lo sviluppo dei ricavi del proprio business digitale. Il contratto ha scadenza il 31 dicembre 2016 ed è rinnovabile per un ulteriore anno al raggiungimento di un importante obiettivo di ricavi pubblicitari annui predefinito.



IL TROVATORE

Nel 2015 è continuata la attività de Il Trovatore che eroga principalmente servizi tecnologici, per lo sviluppo e manutenzione delle piattaforme internet delle società del Gruppo.

OPERATORE DI RETE (CAIRO NETWORK)

Come già commentato in precedenza, nel corso del 2014 la società controllata Cairo Network 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, presentando la propria offerta vincolante ed aggiudicandosi i diritti d'uso - per la durata di 20 anni - di un lotto di frequenze ("mux").

Nel mese di gennaio 2015 Cairo Network ha sottoscritto con EI Towers S.p.A. ("EIT") gli accordi per la realizzazione prima e la successiva gestione tecnica pluriennale in modalità full service (ospitalità, assistenza e manutenzione, utilizzo dell'infrastruttura di trasmissione, ecc.) del mux.

6. Dati economici della capogruppo

I principali **dati economici di Cairo Communication S.p.A.** del 2015 e del quarto trimestre del 2015 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo del 2014:

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2015	31/12/2015	31/12/2014	31/12/2014
	(Dodici mesi)	(Trimestre)	(Dodici mesi)	(Trimestre)
Ricavi operativi lordi	106.026	33.757	116.595	34.806
Sconti di agenzia	-	-	-	-
Ricavi operativi netti	106.026	33.757	116.595	34.806
Altri ricavi e proventi	515	100	350	165
Totale ricavi	106.541	33.857	116.945	35.156
Costi della produzione	(101.633)	(32.480)	(108.636)	(32.894)
Costo del personale	(3.045)	(873)	(2.990)	(841)
Margine operativo lordo	1.863	504	5.319	1.235
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(259)	(76)	(290)	(141)
Risultato operativo	1.604	428	5.029	1.094
Gestione finanziaria	23	(1)	365	2
Risultato delle partecipazioni	7.265	(200)	7.084	6.045
Risultato prima delle imposte	8.892	227	12.478	7.141
Imposte sul reddito	(715)	(184)	(1.891)	(441)
Risultato netto delle attività in continuità	8.177	43	10.587	6.700
Risultato netto delle attività cessate	(1)	(1)	(1)	-
Risultato netto	8.176	42	10.586	6.700



Nel 2015 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 106,5 milioni (Euro 116,9 milioni nel 2014);
- il marginale operativo lordo della capogruppo (EBITDA) è stato pari a circa Euro 1,9 milioni (Euro 5,3 milioni nel 2014);
- il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa Euro 1,6 milioni (Euro 5 milioni nel 2014);
- il risultato netto è stato pari a circa Euro 8,2 milioni (Euro 10,6 milioni nel 2014).

La voce “risultato delle partecipazioni” include i dividendi deliberati dalla società controllata Cairo Editore per Euro 7,5 milioni e l’adeguamento di valore della partecipazione detenuta in Cairo Publishing S.r.l., pari a negativi Euro 0,2 milioni. Nel 2014 la voce includeva i dividendi deliberati dalle società Cairo Pubblicità per Euro 1 milione e Cairo Editore per Euro 6,2 milioni e l’adeguamento di valore della partecipazione detenuta in Cairo Publishing S.r.l., pari a negativi Euro 0,2 milioni.

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

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2015 (Dodici mesi)	31/12/2015 (Trimestre)	31/12/2014 (Dodici mesi)	31/12/2014 (Trimestre)
Conto economico complessivo della Capogruppo				
Risultato netto	8.176	42	10.586	6.700
<i>Altre componenti del conto economico complessivo non riclassificabili</i>				
Utile (perdita) attuariale dei piani a benefici definiti	(22)	(118)	(135)	(96)
Effetto fiscale	6	32	37	26
Totale conto economico complessivo	8.160	(44)	10.488	6.630

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

I principali **dati patrimoniali** al 31 dicembre 2015 della Cairo Communication S.p.A. possono essere confrontati come segue con i valori di bilancio al 31 dicembre 2014:



(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2015	31/12/2014
Dati patrimoniali		
Attività materiali	368	457
Attività immateriali	295	320
Attività finanziarie	23.123	23.124
Altre attività finanziarie non correnti	8.963	1.663
Circolante commerciale netto	3.926	7.325
Totale mezzi impiegati	36.675	32.889
Passività a lungo termine e fondi	1.501	1.485
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(9.039)	(25.768)
Patrimonio netto	44.213	57.172
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	36.675	32.889

Come già commentato nelle note relative ai dati patrimoniali consolidati, l'Assemblea degli Azionisti del 28 aprile 2015 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,27 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola l'11 maggio 2015.

L'incremento della voce "altre attività finanziarie non correnti" è riconducibile, per Euro 7,3 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 dicembre 2015, confrontata con i valori di bilancio al 31 dicembre 2014 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2015	31/12/2014	Variazione
Disponibilità liquide	9.039	25.768	(16.729)
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	-	-	-
Totale	9.039	25.768	(16.729)

9. Rapporti con società controllanti e controllate

Le operazioni effettuate nel corso del 2015 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 2015 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 2015 sono state riconosciute al concedente quote per Euro 2,4 milioni a fronte di ricavi per Euro 2,8 milioni al netto degli sconti di agenzia. Cairo Pubblicità ha maturato anche ulteriori provvigioni attive per Euro 78 mila. Nel contesto dell'accordo, Cairo Pubblicità ha anche acquistato biglietti di accesso allo stadio per un controvalore di circa Euro 79 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

Nel 2015, pur operando in un contesto economico generale e dei mercati di riferimento (pubblicità ed editoria) ancora caratterizzato da forte incertezza e nonostante la flessione registrata dai ricavi pubblicitari anche per effetto dell'andamento del mercato, il Gruppo Cairo Communication ha:

- conseguito nell'ultimo trimestre risultati in netto miglioramento rispetto all'andamento dei primi nove mesi dell'esercizio, realizzando un marginale operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 6,8 milioni che ha superato quello realizzato nel trimestre analogo del 2014 (Euro 6,6 milioni);
- proseguito la strategia di crescita con il lancio del nuovo settimanale televisivo "Nuovo TV", diretto da Riccardo Signoretti, in edicola dal 21 settembre, che nei primi 15 numeri ha registrato un venduto medio di circa 143 mila copie, risultati estremamente soddisfacenti ed in linea con le previsioni. Anche alla luce dei risultati conseguiti con "Nuovo TV", 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". Il primo numero, con una tiratura di 250 mila copie, è andato in edicola per il lancio abbinato a "Nuovo TV", al prezzo speciale di 1 Euro per le due riviste ed ha ottenuto eccellenti risultati, con circa 226 mila copie vendute;



- conseguito risultati in forte crescita nel settore editoriale periodici che, pur sostenendo nei mesi di settembre e ottobre costi di lancio del nuovo settimanale per complessivi Euro 1,4 milioni, ha realizzato un marginale operativo lordo (EBITDA) ed un risultato operativo (EBIT) di Euro 14,6 milioni ed Euro 13,5 milioni (in crescita rispettivamente di circa il 6,1% ed il 7,7% rispetto al 2014), 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 - in un mercato pubblicitario ancora debole - con l'obiettivo di consolidare i risultati degli interventi di razionalizzazione e riduzione dei costi del settore editoriale televisivo (La7) realizzati nel 2013 e 2014, conseguendo anche nell'anno 2015 un margine operativo lordo positivo, pari a circa Euro 1,6 milioni; in particolare nell'ultimo trimestre il margine operativo lordo (EBITDA), pari a circa Euro 4,7 milioni è stato in crescita di circa il 50% rispetto al margine operativo lordo conseguito nell'ultimo trimestre 2014, anche per effetto all'andamento della raccolta pubblicitaria dei canali La7 e La7d che nel mese di dicembre è cresciuta di oltre il 10% rispetto allo stesso mese del 2014.

Sulla base del portafoglio ordini acquisito alla data del 12 febbraio 2016, per la pubblicità trasmessa e da trasmettere sui canali La7 e La7d nel bimestre gennaio-febbraio, pari a circa Euro 21,8 milioni, i ricavi conseguiti nel bimestre analogo dell'esercizio 2015 (Euro 21,6 milioni) sono stati superati, con la previsione di conseguire nel bimestre una crescita di circa il 3%. Nel primo bimestre 2016, sulla base del portafoglio ordini acquisito ad oggi, la raccolta pubblicitaria sulle testate periodiche del Gruppo mostra un andamento molto positivo, con un incremento in gennaio di circa il 10% a Euro 1,2 milioni ed in febbraio di circa il 14% ad Euro 1,5 milioni di raccolta pubblicitaria.

Nel 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 crescita con il lancio di nuove testate; 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, per il quale si

