



CAIROCOMMUNICATION

Resoconto intermedio di gestione
al 30 settembre 2009

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
Dott. Roberto Cairo	Consigliere
Avv. Marco Janni	Consigliere
Avv. Antonio Magnocavallo	Consigliere
Dott. Marco Pompignoli	Consigliere
Dott. Roberto Rezzonico	Consigliere

Comitato per il Controllo Interno

Dott. Roberto Rezzonico	Consigliere
Avv. Marco Janni	Consigliere
Avv. Antonio Magnocavallo	Consigliere

Comitato per la Remunerazione

Dott. Roberto Rezzonico	Consigliere
Avv. Marco Janni	Consigliere
Avv. Antonio Magnocavallo	Consigliere

Collegio Sindacale

Dott. Mauro Sala	Presidente
Dott. Marco Moroni	Sindaco effettivo
Dott.ssa Maria Pia Maspes	Sindaco effettivo
Dott. Mario Danti	Sindaco supplente
Dott. Ferdinando Ramponi	Sindaco supplente

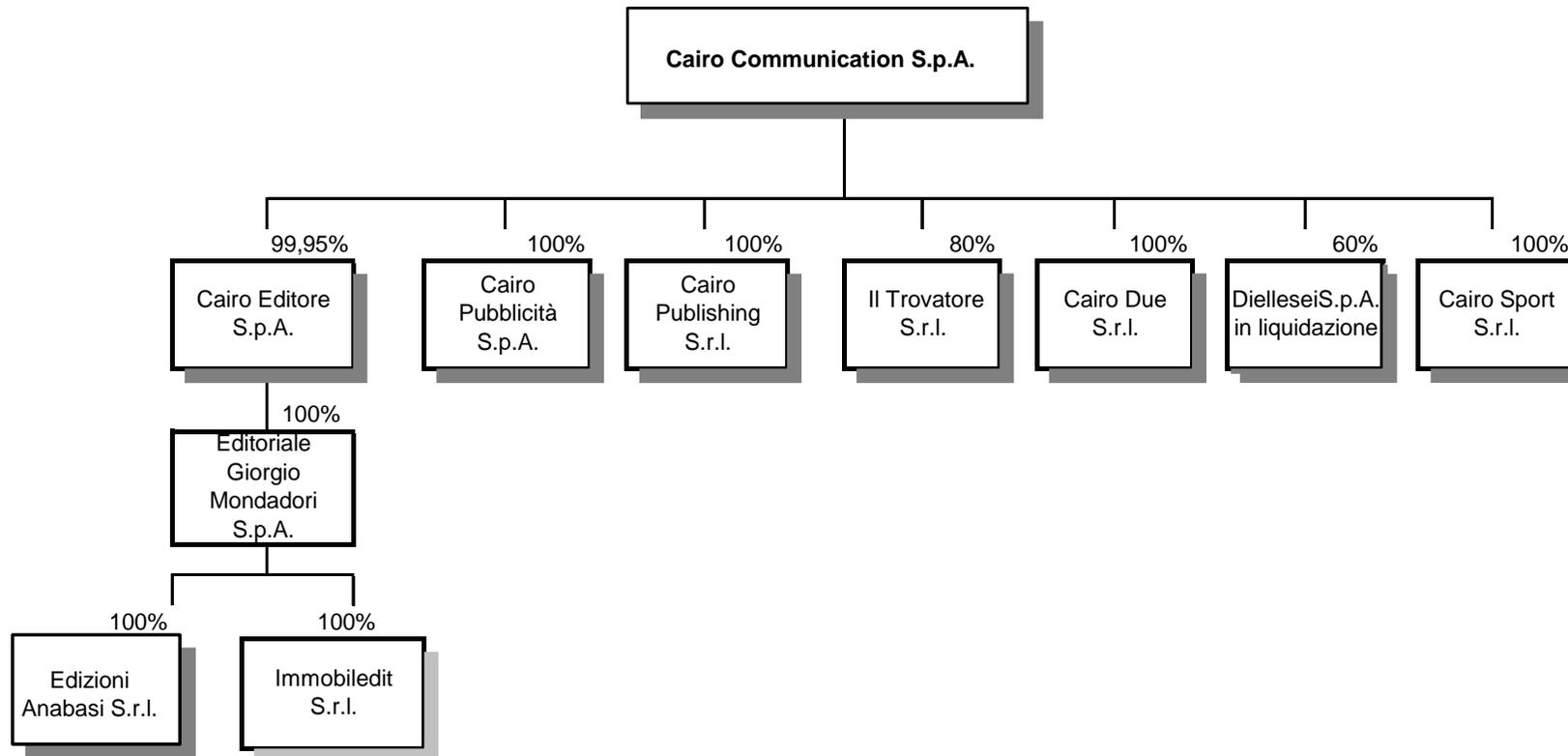
Società di revisione

Deloitte & Touche S.p.A.

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



Il Gruppo al 30 settembre 2009



Le società Editoriale Giorgio Mondadori S.p.A. e Immobiliedit S.r.l. sono state fuse per incorporazione in Cairo Editore S.p.A. con effetto dal 1 ottobre 2009



1. Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione ai sensi dell'art. 154 ter del D. Lgs. 58/1998 al 30 settembre 2009

Il presente resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2009 è stato redatto ai sensi dell'art. 154 ter del D.Lgs. 58/1998.

I prospetti contabili esposti 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 terzo trimestre ed ai primi nove mesi del corrente esercizio 2009 e sono confrontati con i corrispondenti periodi del precedente esercizio 2008. I dati patrimoniali e finanziari riportati nei prospetti contabili sono confrontati con i valori risultanti dal bilancio consolidato al 31 dicembre 2008.

I prospetti contabili trimestrali al 30 settembre 2009 sono stati predisposti al netto delle imposte e degli effetti fiscali.

Nel trimestre in esame non si è modificata l'area di consolidamento rispetto a quanto già commentato in sede di bilancio al 31 dicembre 2008.

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

+ Svalutazioni 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

Nel corso del trimestre, così come dei primi nove mesi dell'esercizio, il Gruppo Cairo Communication ha continuato ad operare in qualità di editore di periodici e libri (Cairo Editore, Editoriale Giorgio Mondadori e Cairo Publishing), di concessionaria multimediale per la vendita di spazi pubblicitari sui mezzi televisivo, stampa, internet e stadi, e di editore di contenuti elettronici (Il Trovatore).

In questi mesi del 2009 è proseguita la generale difficile congiuntura economica creatasi a partire dal secondo semestre del 2008. I fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo hanno avuto impatti negativi sia sulla propensione agli acquisti delle famiglie, frenando anche le vendite di quotidiani e periodici, sia sull'attività produttiva delle imprese e, dunque, sul mercato della pubblicità. Al momento resta ancora incerto il periodo necessario per un ritorno a normali condizioni di mercato.

Secondo i dati AC Nielsen, gli investimenti pubblicitari in Italia nei nove mesi gennaio-settembre 2009 sono ammontati a circa Euro 6 miliardi, con una flessione del 16 % sull'anno precedente. L'analisi per mezzo di Nielsen evidenzia nei nove mesi un calo del 13,2 % della televisione e del 28,8 % della stampa periodica. Secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG, nei nove mesi gennaio-settembre la raccolta pubblicitaria sui periodici ha registrato una flessione del 29,5%.

In questo contesto di mercato difficile, il Gruppo Cairo Communication nei primi nove del 2009 ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 16,4 milioni, sostanzialmente in linea (- 0,2 %) rispetto al periodo analogo del 2008, un EBIT di Euro 13 milioni (-9,3 %) ed un risultato netto di competenza del Gruppo di circa Euro 8,2 milioni (- 20,3 %).

Con riferimento al **settore editoriale**, nei nove mesi gennaio-settembre 2009 il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) crescono fortemente a circa Euro 10,6 milioni ed Euro 9,6 milioni (rispettivamente Euro 8 ed Euro 6,9 milioni nei nove mesi gennaio-settembre 2008). I ricavi diffusionali delle testate del Gruppo, pari a Euro 55,8 milioni, sono in crescita del



2,6 % rispetto a quelli del periodo analogo del 2008 (Euro 54,4 milioni), fatto estremamente positivo in considerazione del generale andamento del mercato. La raccolta pubblicitaria sulle stesse testate, pari a Euro 29,7 milioni, ha registrato nel complesso un decremento del 23,5 % rispetto al periodo analogo del 2008 (Euro 38,8 milioni), inferiore rispetto a quello del mercato pubblicitario dei periodici secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG (- 29,5% nei nove mesi).

Il conseguimento di tali risultati positivi del settore editoriale è stato possibile grazie:

- alla qualità delle testate del Gruppo, che hanno consentito di mantenere diffusioni e ricavi diffusionali;
- ad una serie di interventi sui costi, attivati già a partire dal 2008 per incrementare l'efficienza ed efficacia dei processi di produzione, editoriali e di diffusione che hanno consentito di conseguire risparmi rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente e che hanno principalmente riguardato:
 - le lavorazioni esterne di stampa e rilegatoria, per le quali sono stati rinegoziati i costi e sfruttate le opportunità consentite da diverse tecnologie produttive,
 - la revisione di alcune caratteristiche tecniche dei prodotti (formato, grammatura e tipologia della carta),
 - l'ottimizzazione dei costi di borderò,
 - la revisione della mappatura e del calendario di diffusione, con l'obiettivo di ottimizzare rese e costi di distribuzione,
 - la riduzione dei costi di comunicazione, sia per l'ottimizzazione del costo degli investimenti pubblicitari, sfruttando le particolari condizioni di mercato, sia perché l'esercizio precedente comprendeva i costi di lancio e successiva comunicazione del settimanale "TV Mia" (Euro 2 milioni);
- all'incremento dei prezzi di copertina di alcune delle testate edite, per alcune già a partire dal 2008 (con aumenti in tale anno per "Diva e Donna" di 0,10 Euro, "Airone" di 0,5 Euro, "Gardenia" di 0,1 Euro, "For Men Magazine" di 0,10 Euro, "DIPIU'TV" di 0,10 Euro). Nel corso del 2009, a metà febbraio è stato incrementato il prezzo di copertina del settimanale "TV Mia" (un aumento di 0,10 Euro portando il prezzo a 0,6 Euro) e da fine marzo quello di "DIPIU'TV" quando venduto assieme agli allegati Settimanale DIPIU' e DIPIU'TV Cucina e Stellare (un aumento di 0,10 Euro portando il prezzo a 1,4 Euro).

Con riferimento al **settore concessionarie**, la raccolta pubblicitaria sul canale La 7, pari a circa Euro 82,3 milioni è stata solo leggermente inferiore ai target contrattuali di ricavi minimi per i nove mesi pari a Euro 82,8 milioni, determinati contrattualmente sulla base della distribuzione mensile dei ricavi nei sei anni 2003-2008. La quota di competenza dell'editore su tale



differenza di Euro 0,5 milioni è stata rilevata a conto economico con un impatto negativo pari a circa Euro 0,35 milioni.

Nel terzo trimestre dell'esercizio i ricavi pubblicitari televisivi - pari a complessivi Euro 21,3 milioni per La 7 ed i canali tematici Cartoon Network, Boomerang, CNN - si incrementano del 3,4 % rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente, facendo segnare una inversione di tendenza rispetto al primo semestre, confermata anche dall'andamento dei successivi mesi di ottobre e novembre.

Sulla base del portafoglio ordini acquisito alla data dell'11 novembre 2009 per la pubblicità trasmessa e da trasmettere sul canale La7 nel bimestre ottobre-novembre, il target contrattuale dei ricavi per tale bimestre, pari a Euro 25,2 milioni, è stato superato.

Nel corso dell'esercizio, in data 16 settembre 2009, è stato formalizzato l'atto di fusione per incorporazione delle società controllate Editoriale Giorgio Mondadori e Immobiliedit in Cairo Editore. L'operazione - deliberata in data 29 giugno 2009 dai consigli di amministrazione delle società Cairo Editore ed Editoriale Giorgio Mondadori e dall'assemblea dei soci della Immobiliedit - è finalizzata a semplificare l'assetto organizzativo del Gruppo per incrementare ulteriormente l'efficacia ed efficienza delle strutture e dei processi editoriali, di produzione, di diffusione e dei servizi generali già condivisi.

Detenendo la società incorporante il 100% del capitale sociale delle incorporande non vi è stato alcun rapporto di cambio. Gli effetti della fusione nei confronti dei terzi, ai sensi dell'art. 2504-bis, secondo comma del codice civile, decorrono dal 1 ottobre 2009. Le operazioni delle società incorporande sono imputate al bilancio della società incorporante a partire dal 1° gennaio 2009 e dalla stessa data decorrono gli effetti fiscali dell'operazione ai sensi dell'art. 172, comma 9, del DPR 917/1986.

3. Dati economici consolidati

I principali **dati economici consolidati** del terzo trimestre e dei primi nove mesi dell'esercizio 2009 possono essere confrontati come segue con i valori dei periodi analoghi dell'esercizio precedente:



<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	30/09/2009 (Nove mesi)	30/09/2009 (Trimestre)	30/09/2008 (Nove mesi)	30/09/2008 (Trimestre)
Ricavi operativi lordi	178.593	51.436	190.096	51.432
Sconti di agenzia	(17.056)	(4.395)	(18.702)	(4.525)
Ricavi operativi netti	161.537	47.041	171.394	46.907
Variazione delle rimanenze	(71)	28	422	437
Altri ricavi e proventi	1.010	239	1.623	347
Totale ricavi	162.476	47.308	173.439	47.691
Costi della produzione	(130.073)	(36.988)	(140.601)	(37.559)
Costo del personale	(16.046)	(5.171)	(16.452)	(5.162)
Margine operativo lordo	16.357	5.149	16.386	4.970
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(3.355)	(1.160)	(2.056)	(596)
Risultato operativo	13.002	3.989	14.330	4.374
Gestione finanziaria	570	79	2.003	602
Risultato delle partecipazioni	(79)	(42)	7	0
Risultato prima delle imposte	13.493	4.026	16.340	4.976
Imposte sul reddito	(5.209)	(1.551)	(5.939)	(1.804)
Quota di terzi	1	(1)	0	(1)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	8.285	2.474	10.401	3.171
Risultato netto delle attività cessate	(114)	(31)	(147)	(55)
Quota di competenza di terzi delle perdite delle attività cessate	0	0	0	0
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	(114)	(31)	(147)	(55)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	8.171	2.443	10.254	3.116

Nei primi nove mesi dell'esercizio, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 179,6 milioni (Euro 191,7 milioni nei nove mesi gennaio-settembre 2008), comprensivi di ricavi operativi per Euro 178,6 milioni ed altri ricavi per Euro 1 milione, nel complesso in diminuzione dell' 6,3 % rispetto ai nove mesi gennaio-settembre 2008.

Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA), pari a circa Euro 16,4 milioni è sostanzialmente in linea (-0,2 %) rispetto ai nove mesi analoghi del 2008 (Euro 16,4 milioni nel gennaio-settembre 2008, nel quale erano stati sostenuti costi per il lancio del nuovo settimanale "TV MIA" di circa Euro 2 milioni).

Il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa Euro 13 milioni (Euro 14,3 milioni nel gennaio-settembre 2008). La variazione della voce "ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti" è riconducibile alla valutazione del potenziale impatto negativo determinato sulla qualità del credito, principalmente quello riconducibile alla vendita di pubblicità, dall'aggravarsi della crisi finanziaria e della stretta creditizia che ne è stata conseguenza.



La variazione del risultato della gestione finanziaria è principalmente riconducibile alla significativa variazione dei tassi di interesse rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (1,08 % la media dell'Euribor a un mese nei primi nove mesi 2009 rispetto al 4,44 % del periodo analogo 2008, con una variazione negativa del 75 %).

Il risultato netto è stato pari a circa Euro 8,2 milioni, in diminuzione del 20,3 % (Euro 10,3 milioni nei nove mesi gennaio-settembre 2008).

Nel trimestre, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 51,7 milioni (Euro 51,8 milioni nel terzo trimestre 2008), comprensivi di ricavi operativi per Euro 51,4 milioni ed altri ricavi per Euro 0,3 milioni, nel complesso in diminuzione dello 0,2 % rispetto al trimestre analogo del 2008.

Il marginale operativo lordo consolidato (EBITDA), pari a circa Euro 5,1 milioni si incrementa del 3,6 % rispetto al terzo trimestre del 2008 (Euro 5 milioni).

Il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa Euro 4 milioni (Euro 4,4 milioni nel terzo trimestre del 2008). Come per i nove mesi, la variazione della voce "ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti" è riconducibile alla valutazione del potenziale impatto negativo determinato sulla qualità del credito, principalmente quello riconducibile alla vendita di pubblicità, dall'aggravarsi della crisi finanziaria e della stretta creditizia che ne è stata conseguenza.

Il risultato netto è stato pari ad Euro 2,4 milioni, in diminuzione del 21,6 % (Euro 3,1 milioni nel terzo trimestre 2008).

Per una migliore comprensione dell'andamento economico del Gruppo è possibile concentrare l'analisi sui risultati conseguiti nei primi nove mesi dell'esercizio a livello dei singoli principali settori: editoria, concessionarie e Il Trovatore, comparandoli con i risultati di settore per il periodo analogo del 2008:



Nove mesi al 30/09/2009 <i>(valori in migliaia di Euro)</i>	Editoria	Concessio- narie	Trovatore	Attività non allocate	Eliminazio- ni infragruppo	Totale
Ricavi operativi lordi	78.833	120.854	249	-	(21.343)	178.593
Sconti di agenzia	0	(17.056)	0	-	-	(17.056)
Ricavi operativi netti	78.833	103.798	249	-	(21.343)	161.537
Variazione delle rimanenze	(71)	-	-	-	-	(71)
Altri proventi	703	307	-	-	-	1.010
Totale ricavi	79.465	104.105	249	-	(21.343)	162.476
Costi della produzione	(56.234)	(94.958)	(224)	-	21.343	(130.073)
Costo del personale	(12.613)	(3.410)	(23)	-	-	(16.046)
Margine operativo lordo	10.618	5.737	2	-	-	16.357
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(973)	(2.384)	2	-	-	(3.355)
Risultato operativo	9.645	3.353	4	-	-	13.002
Risultato delle partecipazioni	-	(79)	-	-	-	(79)
Gestione finanziaria	34	537	(1)	-	-	570
Risultato prima delle imposte	9.679	3.811	3	-	-	13.493
Imposte sul reddito	(3.597)	(1.604)	(8)	-	-	(5.209)
Quota di terzi	0	0	1	-	-	1
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	6.082	2.207	(4)	-	-	8.285
Risultato netto della attività cessate	0	0	0	(114)	-	(114)
Risultato netto dell'esercizio	6.082	2.207	(4)	(114)	-	8.171

Nove mesi al 30/09/2008 <i>(valori in migliaia di Euro)</i>	Editoria	Concessio- narie	Trovatore	Attività non allocate	Eliminazio- ni infragruppo	Totale
Ricavi operativi lordi	83.625	133.927	260	-	(27.716)	190.096
Sconti di agenzia	-	(18.702)	-	-	-	(18.702)
Ricavi operativi netti	83.625	115.225	260	-	(27.716)	171.394
Variazione delle rimanenze	422	-	-	-	-	422
Altri proventi	1.239	384	-	-	-	1.623
Totale ricavi	85.286	115.609	260	-	(27.716)	173.439
Costi della produzione	(64.658)	(103.448)	(211)	-	27.716	(140.601)
Costo del personale	(12.643)	(3.779)	(30)	-	-	(16.452)
Margine operativo lordo	7.985	8.382	19	-	-	16.386
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(1.037)	(1.028)	9	-	-	(2.056)
Risultato operativo	6.948	7.354	28	-	-	14.330
Risultato delle partecipazioni	-	-	-	-	-	-
Proventi finanziari netti	11	2.001	(2)	-	-	2.010
Risultato prima delle imposte	6.959	9.355	26	-	-	16.340
Imposte sul reddito	(2.780)	(3.147)	(12)	-	-	(5.939)
Quota di terzi	-	-	-	-	-	-
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	4.179	6.208	14	-	-	10.401
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	(147)	-	(147)
Risultato netto dell'esercizio	4.179	6.208	14	(147)	-	10.254



Nei nove mesi, l'analisi di settore evidenzia la significativa crescita dei margini del settore editoriale: il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) di settore sono cresciuti rispettivamente del 32,9% e 38,8% a circa Euro 10,6 milioni ed Euro 9,6 milioni (rispettivamente Euro 8 ed Euro 6,9 milioni nel periodo analogo dell'esercizio precedente).

Con riferimento al settore concessionarie, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) di settore sono stati pari a circa Euro 5,7 milioni ed Euro 3,4 milioni (rispettivamente Euro 8,4 milioni ed Euro 7,4 milioni nei nove gennaio-settembre 08). Il risultato netto di pertinenza del Gruppo del settore concessionarie è stato pari ad Euro 2,2 milioni, rispetto ad Euro 6,2 milioni dei nove mesi gennaio-settembre 2008

Analogamente a quanto fatto per la predisposizione del bilancio consolidato a 31 dicembre 2008, il risultato netto di pertinenza del Gruppo della Diellesei S.p.A. in liquidazione è stato evidenziato separatamente nella voce "risultato delle attività cessate" e può essere analizzato come segue.

Il risultato dei nove mesi e del terzo trimestre della Diellesei S.p.A. in liquidazione può essere analizzato come segue:

<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	30/09/2009 (Nove mesi)	30/09/2009 (Trimestre)	30/09/2008 (Nove mesi)	30/09/2008 (Trimestre)
Altri ricavi	22	0	8	0
Totale ricavi	22	0	8	0
Costi della produzione	(14)	3	(26)	(6)
Costo del personale				
Margine operativo lordo	8	(3)	(18)	(6)
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	0	0	0	0
Risultato operativo	8	(3)	(18)	(6)
Gestione finanziaria	(165)	(44)	(208)	(69)
Risultato prima delle imposte	(157)	(47)	(226)	(75)
Imposte sul reddito	43	16	79	20
Quota di terzi			0	0
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	(114)	(31)	(147)	(55)

Gli oneri finanziari sono relativi al costo figurativo del debito nei confronti degli istituti di credito, dilazionato senza interessi nel contesto degli accordi transattivi raggiunti nel corso dell'esercizio 2006/2007, attualizzati già nel bilancio al 30 settembre 2007, e completamente estinti alla data del 30 settembre 2009.



4. Dati patrimoniali consolidati

I principali **dati patrimoniali consolidati** al 30 settembre 2009 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 31 dicembre 2008:

(valori in migliaia di Euro)	30/09/2009	31/12/2008
<u>Dati patrimoniali</u>		
Attività materiali	2.945	3.205
Attività immateriali	13.156	13.536
Attività finanziarie	4.465	4.545
Imposte anticipate	4.630	4.226
Circolante netto	(5.336)	(12.425)
Totale mezzi impiegati	19.860	13.087
Passività a lungo e fondi	5.438	5.647
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(48.794)	(62.696)
Patrimonio netto del gruppo	63.222	70.142
Patrimonio netto di terzi	(6)	(6)
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	19.860	13.087

L'Assemblea degli Azionisti del 29 aprile 2009 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,2 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola (cedola numero 1 post frazionamento) l'11 maggio 2009, per complessivi Euro 15,5 milioni, al quale è principalmente riconducibile la variazione della posizione finanziaria netta.

L'analisi della struttura patrimoniale della società ne rivela sia la liquidità, ovvero la capacità di mantenere l'equilibrio finanziario nel breve termine, che la solidità, ovvero la capacità di mantenere l'equilibrio finanziario nel medio/lungo termine.

Nel corso dei primi nove mesi dell'esercizio, nell'ambito dei programmi di acquisto di azioni proprie, sono state acquistate n. 231.818 azioni proprie per un controvalore complessivo di Euro 410 mila e vendute 392.000 azioni proprie per un controvalore di Euro 781 mila.

Alla data del 30 settembre 2009 Cairo Communication possedeva n. 771.326 azioni proprie, pari allo 0,985 % del capitale sociale per le quali si applica la disciplina dell'art. 2357-ter del codice civile.

La voce immobilizzazioni finanziarie si riferisce principalmente ad una partecipazione di 765.000 azioni pari al 10% del capitale della società quotata Dmail Group S.p.A., il cui valore di carico nel corso del precedente esercizio 2008 è stato svalutato a Euro 5,8 per azione per adeguamento al *valore attuale stimato* (Euro 5,87 il valore unitario di Borsa al 30 settembre 2009).

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



- 48,8 milioni e dall'altro prevede di mantenere un'adeguata capacità di generare risorse finanziarie con la gestione operativa anche nell'attuale contesto di mercato,
- non presenta esposizione al tasso di cambio, mentre il rischio di tasso di interesse impatta solamente il rendimento delle disponibilità finanziarie; il Gruppo non fa uso di strumenti finanziari derivati e/o di copertura,
 - 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 l'aggravarsi della crisi finanziaria e dei fattori di incertezza sullo scenario di breve e medio periodo, assieme alla stretta creditizia che ne è stata conseguenza, possano avere un impatto negativo sulla qualità del credito ed in genere sui normali tempi di incasso.

5. Variazione della posizione finanziaria netta consolidata

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 30 settembre 2009, confrontata con i valori di bilancio consolidato 31 dicembre 2008 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

Descrizione	30/09/2009	31/12/2008	Variazioni
<i>(valori in migliaia di Euro)</i>			
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	41.178	54.954	(13.776)
Conto corrente cointestato con Telepiù	7.537	7.489	48
Depositi vincolati correnti	-	6.826	(6.826)
Depositi vincolati non correnti	-	-	-
Attività finanziarie correnti	79	79	-
Scoperti di conto corrente	-	-	-
Debiti verso banche per finanziamenti	-	(6.652)	6.652
Totale	48.794	62.696	(13.902)

La posizione finanziaria netta consolidata al 30 settembre 2009 risulta positiva per circa Euro 48,8 milioni e include la liquidità depositata in un conto corrente cointestato con Telepiù Srl (Euro 7,5 milioni comprensivo di interessi maturati), vincolato alla decisione del giudizio arbitrale pendente tra Cairo Communication e Telepiù, sul quale, in accordo con Telepiù, Cairo Communication ha versato l'importo di alcune fatture emesse da Telepiù nel 2004, di cui Cairo Communication aveva chiesto il sequestro conservativo a garanzia del suo diritto al risarcimento dei danni nei confronti di Telepiù, azionato nell'arbitrato pendente contro la stessa.



Nel corso del terzo trimestre è stato estinto, a fronte del rimborso del finanziamento garantito, un conto vincolato di Euro 4,2 milioni - in essere al 31 dicembre 2008 - che era stato acceso nel contesto di una operazione che nel corso dell'esercizio 2006/2007 aveva visto la concessione da parte di un istituto di credito di uno stralcio parziale dei debiti della società controllata Diellesei, esposti nella voce debiti verso banche per finanziamenti, e di una dilazione al 30 settembre 2009 nei termini di rientro del debito stesso, senza interessi. Nel mese di aprile 2009 era stato estinto, a fronte del rimborso del finanziamento garantito, un analogo conto vincolato di Euro 2,6 milioni, anche quest'ultimo in essere al 31 dicembre 2008 con altro istituto di credito.

E' politica del Gruppo mantenere la liquidità disponibile investita in depositi bancari a vista o a brevissimo termine, frazionando gli investimenti su un congruo numero di controparti, essenzialmente bancarie, avendo come obiettivo primario la pronta liquidabilità di detti investimenti. Le controparti sono selezionate sulla base del merito creditizio, della loro affidabilità e della qualità dei servizi resi.

I flussi di cassa e la liquidità delle società del Gruppo sono monitorati e gestiti centralmente sotto il controllo della Tesoreria di Gruppo, con l'obiettivo di garantire una efficace ed efficiente gestione delle risorse finanziarie.

6. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi operativi lordi** dei primi nove mesi dell'esercizio 2009, suddivisa fra i principali settori di attività (attività editoriale, di concessionaria e Il Trovatore) può essere analizzata come segue, confrontata con i valori del periodo analogo del 2008:



(valori in migliaia di Euro)

Resoconto intermedio di gestione al 30/09/2009

(nove mesi)

	Editoriale	Concessionarie di Pubblicità	Trovatore	Eliminazione Infragrupo	TOTALI
Vendita pubblicazioni	55.782	0	0	0	55.782
Pubblicità su stampa	20.878	30.232	0	(20.737)	30.373
Pubblicità televisiva	0	87.482	0	0	87.482
Cartellonistica stadi	0	2.119	0	0	2.119
Pubblicità su Internet	0	609	19	0	628
Abbonamenti	2.232	0	0	0	2.232
Libri e cataloghi	978	0	0	0	978
I.V.A. assolta dall'editore	(1.037)	0	0	0	(1.037)
Altri ricavi	0	412	230	(606)	36
Totale ricavi operativi lordi	78.833	120.854	249	(21.343)	178.593
Altri ricavi e proventi	703	307	0	0	1.010
Totale ricavi lordi	79.536	121.161	249	(21.343)	179.603

(valori in migliaia di Euro)

Resoconto intermedio di gestione al 30/09/2008

(nove mesi)

	Editoriale	Concessionarie di Pubblicità	Trovatore	Eliminazione Infragrupo	TOTALI
Vendita pubblicazioni	54.364	0	0	0	54.364
Pubblicità su stampa	27.265	39.478	0	(27.126)	39.617
Pubblicità televisiva	0	90.902	0	0	90.902
Cartellonistica stadi	0	2.752	0	0	2.752
Pubblicità su Internet	0	399	260	(230)	429
Abbonamenti	2.271	0	0	0	2.271
Libri e cataloghi	794	0	0	0	794
I.V.A. assolta dall'editore	(1.074)	0	0	0	(1.074)
Altri ricavi	5	396	0	(360)	41
Totale ricavi operativi lordi	83.625	133.927	260	(27.716)	190.096
Altri ricavi e proventi	1.239	384	0	0	1.623
Totale ricavi lordi	84.864	134.311	260	(27.716)	191.719

La composizione dei **ricavi lordi** del trimestre, suddivisa fra i settori di attività (attività editoriale, concessionaria di pubblicità e Il Trovatore) può essere analizzata come segue, confrontata con i valori del periodo analogo del 2008:



(valori in migliaia di Euro)

Resoconto intermedio di gestione al 30/09/2009

(tre mesi)

	Editoriale	Concessionarie di Pubblicità	Trovatore	Eliminazione Infragruppo	TOTALI
Vendita pubblicazioni	20.037	0	0	0	20.037
Pubblicità su stampa	6.261	9.106	0	(6.272)	9.095
Pubblicità televisiva	0	21.286	0	0	21.286
Cartellonistica stadi	0	193	0	0	193
Pubblicità su Internet	0	244	5	0	249
Abbonamenti	745	0	0	0	745
Libri e cataloghi	261	0	0	0	261
I.V.A. assolta dall'editore	(442)	0	0	0	(442)
Altri ricavi	0	137	77	(202)	12
Totale ricavi operativi lordi	26.862	30.966	82	(6.474)	51.436
Altri ricavi e proventi	238	1	0	0	239
Totale ricavi lordi	27.100	30.967	82	(6.474)	51.675

(valori in migliaia di Euro)

Resoconto intermedio di gestione al 30/09/2008

(tre mesi)

	Editoriale	Concessionarie di Pubblicità	Trovatore	Eliminazione Infragruppo	TOTALI
Vendita pubblicazioni	19.012	0	0	0	19.012
Pubblicità su stampa	7.387	10.717	0	(7.383)	10.721
Pubblicità televisiva	0	20.590	0	0	20.590
Cartellonistica stadi	0	526	0	0	526
Pubblicità su Internet	0	93	85	(88)	90
Abbonamenti	726	0	0	0	726
Libri e cataloghi	189	0	0	0	189
I.V.A. assolta dall'editore	(439)	0	0	0	(439)
Altri ricavi	5	120	0	(108)	17
Totale ricavi operativi lordi	26.880	32.046	85	(7.579)	51.432
Altri ricavi e proventi	288	59	0	0	347
Totale ricavi lordi	27.168	32.105	85	(7.579)	51.779

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



EDITORIA

CAIRO EDITORE - EDITORIALE GIORGIO MONDADORI - CAIRO PUBLISHING

Nei nove mesi, i ricavi diffusionali delle testate del Gruppo, pari a Euro 55,8 milioni, sono in crescita del 2,6 % rispetto a quelli del periodo analogo del 2008 (Euro 54,4 milioni), fatto estremamente positivo in considerazione del generale andamento del mercato. La raccolta pubblicitaria sulle stesse testate, pari a Euro 29,7 milioni, ha registrato nel complesso un decremento del 23,5 % rispetto al periodo analogo del 2008 (Euro 38,8 milioni), inferiore rispetto a quello del mercato pubblicitario dei periodici secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG (-29,5% nei nove mesi).

“Settimanale DIPIU” il secondo periodico più venduto in Italia con una diffusione media ADS di 739.718 copie nei dodici mesi agosto 2008-luglio 2009, “DIPIU’ TV” (505.931 copie medie ADS nei dodici mesi agosto 2008-luglio 2009) e “Diva e Donna” (197.630 copie medie ADS nei dodici mesi agosto 2008-luglio 2009) hanno confermato gli ottimi risultati diffusionali raggiunti. Con riferimento alle diffusioni, le caratteristiche delle testate edite dal Gruppo così come la sua strategia sono tali da costituire un forte vantaggio competitivo nell’attuale contesto del settore editoriale. In particolare:

- i prezzi di copertina dei settimanali sono inferiori, in alcuni casi di molto (anche la 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 (meno del 2% sui ricavi editoriali complessivi, comprensivi della pubblicità) di ricavi generati da gadget e collaterali, la cui vendita a livello di settore editoriale è in sensibile flessione, con una diminuzione di oltre il 50% rispetto al 2007; la scelta strategica del Gruppo è stata quella di privilegiare la qualità delle sue testate; inoltre per le testate del Gruppo nei primi nove mesi del 2009 i ricavi pubblicitari hanno avuto un’incidenza percentuale del 35% - molto bassa se raffrontata con la struttura dei ricavi di altri importanti gruppi editoriali - mentre il restante 65 % è stato generato da ricavi da diffusione e abbonamenti a dimostrazione della forte valenza editoriale dei prodotti pubblicati.
- le testate settimanali, che rappresentano circa l’82 % dei ricavi complessivi del settore editoriale, normalmente vengono vendute da sole e non vengono fatti abbinamenti tra le stesse e/o con quotidiani per incrementarne i risultati diffusionali,



-
- le quattro testate settimanali del Gruppo in considerazione della loro giovane “età” presentano un grado di notorietà spontanea più basso rispetto a quello delle testate concorrenti dirette che sono in edicola da molto più tempo, vi è quindi spazio per incrementarla attraverso le campagne di comunicazione, la qualità dei prodotti e l’abitudine al consumo, con conseguenti effetti positivi sia sulle copie vendute che sulla pubblicità raccolta.

CONCESSIONARIE DI PUBBLICITA’

Con riferimento al settore concessionarie il Gruppo Cairo Communication opera principalmente nella raccolta pubblicitaria sul mezzo stampa per le società editrici del Gruppo 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” e “TV Mia”) e per Editoriale Giorgio Mondadori (Bell’Italia”, “Bell’Europa”, “In Viaggio”, “Airone”, “Gardenia”, “Arte” e “Antiquariato”), nella raccolta pubblicitaria sul mezzo TV per editori terzi TIMedia (La7) e Turner Broadcasting (Cartoon Network, Boomerang, CNN), su internet principalmente per TIMedia (La7.it) e Turner Broadcasting (Cartoon Network.it, Cnn.com, Cnnmoney.com) e per la vendita degli spazi pubblicitari a bordo campo presso lo stadio Olimpico di Torino per il Torino FC.

Televisione

Nei primi nove mesi dell’esercizio 2009, i ricavi pubblicitari televisivi (inclusivi di La 7 e dei tematici Cartoon Network, Boomerang, CNN), pari a complessivi Euro 87,5 milioni, si decrementano nel complesso del 3,8% rispetto al periodo analogo del 2008, flessione inferiore rispetto a quella fatta registrare dall’intero mercato pubblicitario televisivo secondo i dati AC Nielsen (-13,2 % nei nove mesi gennaio-settembre 2009). Nel terzo trimestre dell’esercizio i ricavi pubblicitari televisivi, pari a complessivi Euro 21,3 milioni, si incrementano invece del 3,4 % facendo segnare una inversione di tendenza, confermata anche dall’andamento dei successivi mesi di ottobre e novembre.

Il contratto di concessione pubblicitaria per il canale La 7 prevede ricavi pubblicitari lordi minimi annui di Euro 120 milioni, con corrispettivi minimi garantiti per l’editore Telecom Italia Media di Euro 84 milioni (70%) annui. Contrattualmente i ricavi pubblicitari minimi sono stati mensilizzati sulla base della loro distribuzione mensile nei sei anni 2003-2008. Nei primi nove mesi del 2009 la raccolta pubblicitaria sul canale La 7, Euro 82,3 milioni è stata solo leggermente inferiore ai target contrattuali di ricavi minimi per i nove mesi pari a Euro 82,8 milioni. La quota di



competenza dell'editore su tale differenza di Euro 0,5 milioni è stata rilevata a conto economico con un impatto negativo di circa Euro 0,35 milioni.

A fronte dell'impegno di Cairo relativo ai ricavi pubblicitari lordi ed ai corrispettivi minimi, il contratto prevede l'impegno dell'editore di mantenere su base annuale lo share generale del canale La 7 maggiore/uguale al 3 % e quello nella fascia prime time (20.30-23.30) maggiore/uguale al 2,65%. Ad una riduzione dello share al di sotto di tali soglie, ovvero di ulteriori inferiori soglie definite contrattualmente, corrispondono riduzioni del corrispettivo minimo garantito di Euro 84 milioni.

Per il trimestre ottobre -dicembre 2009, il contratto prevede ricavi pubblicitari lordi minimi per il canale La 7 pari a Euro 37,2 milioni. Sulla base del portafoglio ordini acquisito alla data dell'11 novembre 2009 per la pubblicità trasmessa e da trasmettere sul canale La7 nel bimestre ottobre-novembre, il target contrattuale dei ricavi per tale bimestre, pari a Euro 25,2 milioni, è stato superato. La raccolta pubblicitaria per La 7 per gli undici mesi gennaio-novembre è in linea con il target di ricavi minimi garantiti per tale periodo ed è già in crescita di circa il 2 % rispetto al periodo analogo dell'anno precedente.

L'arbitrato pendente nei confronti di Telepiù, nel quale entrambe le parti hanno chiesto la risoluzione del contratto e il risarcimento del danno, è ancora in corso. Il Collegio Arbitrale, costituito dal prof. avv. Raffaele Nobili, presidente, prof. avv. Guido Rossi, arbitro nominato dalla Società, e prof. avv. Vittorio Colesanti, arbitro nominato da Telepiù ritenuti esaurienti i documenti acquisiti, le prove testimoniali esperite e la relazione di consulenza tecnica, e ritenuta quindi la controversia matura per la decisione, ha chiuso la fase istruttoria; le parti hanno depositato gli scritti conclusivi. Al termine dell'udienza per la discussione finale del 15 settembre 2009, il Collegio ha trattenuto la controversia per la decisione ed è stato fissato il 1 febbraio 2010 quale termine per la pronuncia del lodo.

Gli amministratori ritengono che le contestazioni di Telepiù, sollevate per la prima volta vari mesi dopo che Telepiù aveva ceduto l'azienda a Sky escludendone il contratto con Cairo e dismettendo poi, dal 31 luglio 2003, le sue attività di trasmissione televisiva e limitandosi a consentire a Cairo di proseguire, sino al 30 giugno 2004, la raccolta nei soli limiti indicati da Sky, siano pretestuose, mentre quelle della Società, fondate sulla violazione dell'impegno di continuità del contratto, anche in caso di cambio di controllo, di durata almeno decennale della concessione ed anche sullo svuotamento del relativo contratto, appaiono di consistente fondamento. In tale arbitrato Cairo ha chiesto anche la condanna di Telepiù al risarcimento di ingentissimi danni per lucro cessante, danno emergente e danno alla reputazione commerciale.



Stampa

La raccolta pubblicitaria complessiva sulle testate del Gruppo, pari a Euro 29,7 milioni, ha registrato nel complesso un decremento del 23,5 % rispetto al periodo analogo del 2008 (Euro 38,8 milioni), inferiore rispetto a quello del mercato pubblicitario dei periodici secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG (- 29,5% nei nove mesi).

IL TROVATORE

Nell'esercizio è continuata la attività de Il Trovatore che ha affiancato da tempo alla gestione del motore di ricerca l'attività di cessione di servizi tecnologici, principalmente all'interno del Gruppo.

ATTIVITA' CESSATE

Nel corso dell'esercizio è proseguita la liquidazione della Diellesei, che ha generato costi operativi principalmente riconducibili a costi per servizi (Euro 14 mila) e oneri finanziari (Euro 165 mila). In particolare gli oneri finanziari sono relativi al costo figurativo del debito nei confronti degli istituti di credito, dilazionato senza interessi nel contesto degli accordi transattivi raggiunti nel corso dell'esercizio 2006/2007 ed attualizzato nel bilancio al 30 settembre 2007.

8. Dati economici della capogruppo

I principali **dati economici della capogruppo** dei nove mesi e del terzo trimestre dell'esercizio 2009 possono essere confrontati come segue con i valori dei periodi analoghi del 2008:



<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	30/09/2009 (9 mesi)	30/09/2009 (Trimestre)	30/09/2008 (9 mesi)	30/09/2008 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	90.790	23.674	122.783	29.395
Sconti di agenzia	0	0	(13.157)	(3.025)
Altri ricavi	125	23	124	22
Totale ricavi	90.915	23.697	109.750	26.392
Costi della produzione	(85.912)	(22.053)	(103.757)	(24.992)
Costo del personale	(1.614)	(486)	(1.639)	(501)
Margine operativo lordo	3.389	1.158	4.354	899
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(276)	(91)	(597)	(199)
Risultato operativo	3.113	1.067	3.757	700
Gestione finanziaria	466	51	1.928	560
Risultato delle partecipazioni	8.428	2	6.240	0
Risultato prima delle imposte	12.007	1.120	11.925	1.260
Imposte sul reddito	(1.336)	(380)	(1.881)	(441)
Risultato netto delle attività in continuità	10.671	740	10.044	819
Risultato delle attività cessate	(114)	(31)	(147)	(55)
Risultato netto	10.557	709	9.897	764

Nei nove mesi i ricavi lordi sono pari a Euro 90,9 milioni, in diminuzione del 26 % rispetto ai nove mesi gennaio-settembre 2008.

A partire dal mese di gennaio 2009, come in precedenza già avveniva - dal 2005 - per la raccolta pubblicitaria su stampa, l'attività di raccolta pubblicitaria televisiva è regolata con un rapporto di subconcessione con la società controllata Cairo Pubblicità. In forza di tale accordo, Cairo Pubblicità fattura direttamente ai clienti e retrocede alla subconcedente quota (75% per la tv e 73% per la stampa) di tali ricavi. Alla nuova impostazione contrattuale per la tv è principalmente riconducibile la diminuzione dei ricavi di Cairo Communication. Fino al 2008 l'attività di Cairo Pubblicità a supporto della raccolta pubblicitaria televisiva era stata regolata con due distinti rapporti contrattuali, uno di agenzia ed uno di erogazione di servizi commerciali, che presentavano nel loro complesso condizioni economiche in termini di marginalità analoghe a quelle del nuovo accordo di subconcessione.

Il risultato operativo lordo (EBITDA) dei nove mesi è pari a circa Euro 3,4 milioni rispetto a circa Euro 4,4 milioni nei nove mesi gennaio-settembre 2008, il risultato operativo (EBIT) è pari circa a Euro 3,1 milioni rispetto a circa Euro 3,8 milioni nel periodo analogo all'esercizio precedente.

Come già commentato per i dati consolidati, la variazione del risultato della gestione finanziaria è principalmente riconducibile alla significativa variazione dei tassi di interesse rispetto al periodo



analogo dell'esercizio precedente (1,08 % la media dell'Euribor a un mese nei primi nove mesi 2009 rispetto al 4,44 % del periodo analogo 2008, con una variazione negativa del 75%).

La voce "risultato delle partecipazioni" include principalmente i dividendi ricevuti dalle società controllate Cairo Pubblicità per Euro 1,8 milioni (Euro 0,7 milioni nei primi nove mesi del 2008) e Cairo Editore per Euro 6,7 milioni (Euro 5,5 milioni nei primi nove mesi del 2008).

Nel trimestre i ricavi lordi sono pari a Euro 23,7 milioni, in diminuzione del 19,4 % rispetto ai tre mesi luglio-settembre 2008. Il risultato operativo lordo (EBITDA) è pari a circa Euro 1,2 milioni rispetto a circa Euro 0,9 milioni nei tre mesi luglio-settembre 2008, il risultato operativo (EBIT) è pari circa a Euro 1,1 milioni rispetto a circa Euro 0,7 milioni nel periodo analogo all'esercizio precedente.

9. Dati patrimoniali della capogruppo

I principali **dati patrimoniali** al 30 settembre 2009 della Cairo Communication S.p.A. possono essere confrontati come segue con i valori di bilancio al 31 dicembre 2008:

<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	30/09/2009	31/12/2008
<u>Dati patrimoniali</u>		
Attività materiali	455	585
Attività immateriali	261	374
Attività finanziarie	18.147	18.145
Altre attività non correnti	419	3.781
Depositi vincolati non correnti	-	-
Circolante commerciale netto	33.816	8.347
Totale mezzi impiegati	53.098	31.232
Passività a lungo e fondi	698	7.349
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(21.903)	(54.943)
Debiti verso società controllate	4.885	4.885
Patrimonio netto	69.418	73.941
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	53.098	31.232

Come già commentato nelle note relative alla situazione patrimoniale consolidata, la movimentazione del patrimonio netto è riconducibile principalmente al risultato di periodo ed alla distribuzione dei dividendi deliberata dalla Assemblea degli Azionisti del 29 aprile 2009.

10. Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo

La **posizione finanziaria netta** della capogruppo al 30 settembre 2009, confrontata con i valori di bilancio al 31 dicembre 2008 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:



<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	30/09/2009	31/12/2008	Variazione
Disponibilità liquide	14.287	40.548	(26.261)
Conto corrente cointestato con Telepiù vincolato	7.537	7.489	48
Depositi vincolati correnti	-	6.827	(6.827)
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	79	79	-
Totale	21.903	54.943	(33.040)
Debiti verso società controllate	(4.885)	(4.885)	-
Totale	17.018	50.058	(33.040)

La posizione finanziaria netta al 30 settembre 2009 risulta positiva per circa Euro 21,9 milioni e include la liquidità depositata in un conto corrente cointestato con Telepiù Srl (Euro 7,5 milioni comprensivo di interessi maturati) come descritto nelle note di commento alla posizione finanziaria netta consolidata.

11 Eventi successivi alla chiusura del trimestre ed evoluzione prevedibile della gestione

Nel seguito dell'esercizio 2009, il Gruppo Cairo Communication continuerà a concentrarsi nello sviluppo dei suoi settori di attività, quello editoriale della Cairo Editore/Editoriale Giorgio Mondadori e della Cairo Publishing, così come nello sviluppo della raccolta pubblicitaria sulle sue testate e quello della raccolta pubblicitaria televisiva sulla emittente commerciale La7, sui canali digitali a pagamento in concessione (Cartoon Network, Boomerang e CNN), su internet e presso lo stadio Olimpico di Torino per il Torino FC.

Nei primi mesi del 2009 il perdurare dei fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo hanno avuto impatti negativi sia sulla propensione agli acquisti delle famiglie, frenando anche le vendite di quotidiani e periodici, sia sull'attività produttiva delle imprese e, dunque, sul mercato della pubblicità, come risulta dai già commentati dati AC Nielsen e FCP-FIEG. Al momento resta ancora incerto il periodo necessario per un ritorno a normali condizioni di mercato.

Pur operando in questo contesto generale, nei primi nove mesi del 2009 il Gruppo ha sostanzialmente confermato la marginalità operativa lorda rispetto al periodo analogo del 2008, grazie soprattutto alla qualità delle testate edite ed alla sua strategia editoriale che hanno consentito in particolare al settore editoriale del Gruppo di incrementare EBITDA e EBIT rispettivamente del 32,9% e 38,8% a Euro 10,6 milioni ed Euro 9,6 milioni (Euro 8 ed Euro 6,9 milioni nel periodo analogo dell'esercizio precedente), compensando il forte calo della raccolta



pubblicitaria sia con interventi sui costi per incrementare l'efficienza ed efficacia dei processi di produzione, editoriali e di diffusione, sia con i buoni risultati diffusionali.

Il risultato dell'ultimo trimestre 2009 può essere impattato dal perdurare - e in quale misura - del trend negativo della raccolta pubblicitaria rispetto ai mesi analoghi del 2008, così come dal conseguimento, o meno, dei ricavi pubblicitari lordi minimi previsti dal contratto di concessione pubblicitaria stipulato con Telecom Italia Media per il canale La 7, pari a Euro 37,2 milioni per il trimestre ottobre -dicembre 2009. Sulla base del portafoglio ordini acquisito alla data dell'11 novembre 2009 per la pubblicità trasmessa e da trasmettere sul canale La7 nel bimestre ottobre-novembre, il target contrattuale dei ricavi per tale bimestre, pari a Euro 25,2 milioni, è stato superato. La raccolta pubblicitaria per La 7 per gli undici mesi gennaio-novembre è in linea con il target di ricavi minimi garantiti per tale periodo ed è già in crescita di circa il 2 % rispetto al periodo analogo dell'anno precedente.

In considerazione della qualità delle testate edite dal Gruppo e dei mezzi in concessione, si ritiene comunque conseguibile l'obiettivo di mantenere anche nell'ultimo trimestre dell'esercizio buoni livelli di marginalità.

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

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Dott. Urbano Cairo



***Dichiarazione ex art 154-bis comma 2 del Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58
"Testo Unico delle disposizioni in materia di Intermediazione Finanziaria"***

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari della società Cairo Communication S.p.A., dott. Marco Pompignoli, dichiara ai sensi del secondo comma dell'art.154-bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente documento corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Il dirigente preposto alla redazione
dei documenti contabili societari

Dott. Marco Pompignoli