



**CAIRO**COMMUNICATION

---

Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2011

**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. <b>Urbano Cairo*</b>	Presidente
Dott. <b>Uberto Fornara</b>	Amministratore Delegato
Dott. <b>Roberto Cairo</b>	Consigliere
Avv. <b>Marco Janni</b>	Consigliere
Avv. <b>Antonio Magnocavallo</b>	Consigliere
Dott. <b>Marco Pompignoli</b>	Consigliere
Dott. <b>Roberto Rezzonico</b>	Consigliere
Dott. <b>Mauro Sala</b>	Consigliere

### Comitato per il Controllo Interno

Dott. <b>Roberto Rezzonico</b>	Consigliere
Avv. <b>Antonio Magnocavallo</b>	Consigliere
Dott. <b>Mauro Sala</b>	Consigliere

### Comitato per la Remunerazione

Avv. <b>Antonio Magnocavallo</b>	Consigliere
Dott. <b>Roberto Rezzonico</b>	Consigliere
Avv. <b>Marco Janni</b>	Consigliere

### Comitato Parti Correlate

Dott. <b>Mauro Sala</b>	Consigliere
Dott. <b>Roberto Rezzonico</b>	Consigliere
Avv. <b>Marco Janni</b>	Consigliere

---

### Collegio Sindacale

Dott. <b>Marco Moroni</b>	Sindaco effettivo
Dott. <b>Marco Giuliani</b>	Sindaco Effettivo
Dott.ssa <b>Maria Pia Maspes</b>	Sindaco effettivo
Dott. <b>Mario Danti</b>	Sindaco supplente
Dott. <b>Enrico Tamborini</b>	Sindaco supplente

---

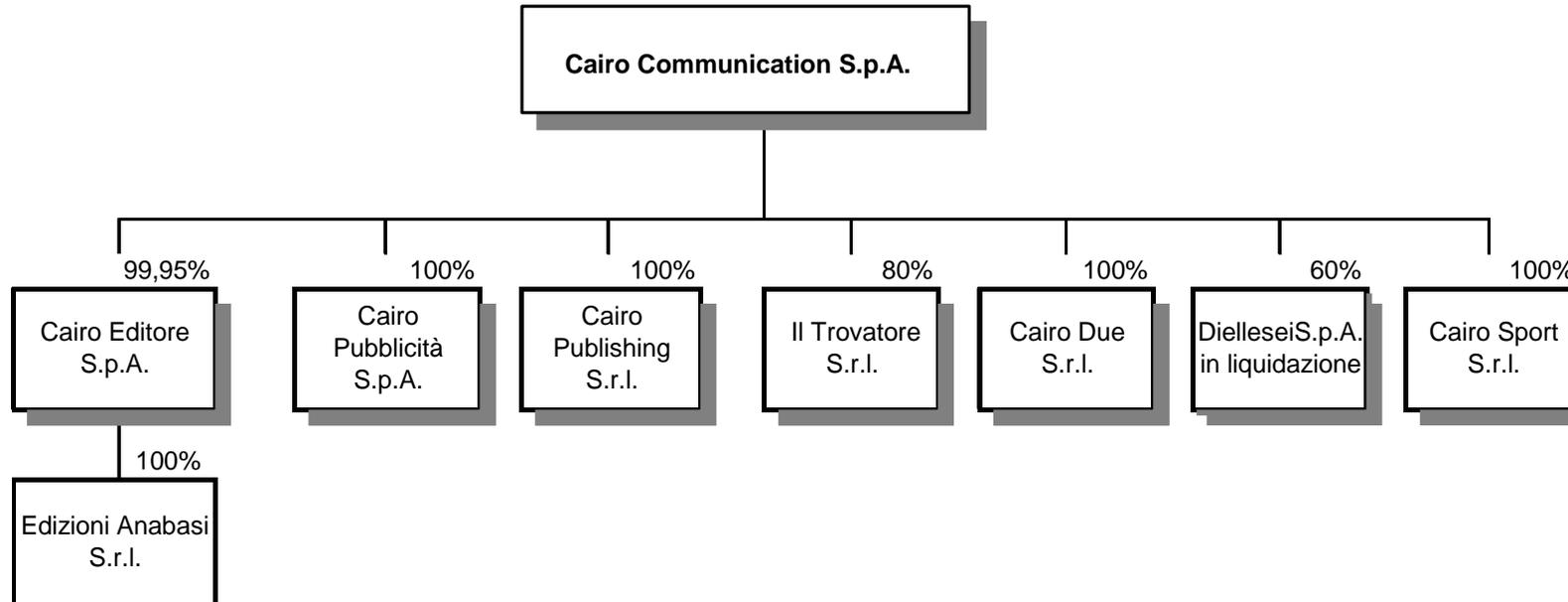
### Società di revisione

**KPMG S.p.A.**

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



**Il Gruppo al 31 marzo 2011**





## ***1. Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2011***

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 primo trimestre 2011 e sono confrontati con il corrispondente periodo del precedente esercizio 2010. 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 2010.

I prospetti contabili trimestrali al 31 marzo 2011 inclusi nel presente resoconto intermedio 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 2010.

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 primo trimestre 2011, 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 (Cairo Pubblicità) per la vendita di spazi pubblicitari sui mezzi televisivo, stampa, internet e stadi, e di editore di contenuti elettronici (Il Trovatore).

Nel primo trimestre 2011, si è verificato il permanere di fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo, nonostante i segnali di ripresa del 2010, in particolare per il mercato pubblicitario televisivo.

Secondo i dati AC Nielsen gli investimenti pubblicitari in Italia nel primo trimestre 2011 sono ammontati a circa Euro 2,1 miliardi, in flessione del 3,2% rispetto all'anno precedente. L'analisi per mezzo di Nielsen evidenzia che nel trimestre:

- il mercato pubblicitario dei periodici ha registrato una flessione del 2,1% rispetto al 2010, quando nello stesso trimestre aveva registrato un decremento del 10,3% rispetto al 2009,
- il mercato pubblicitario televisivo è stato invece in flessione del 2,9% rispetto al 2010, quando nello stesso trimestre aveva presentato una crescita del 6% rispetto al 2009.

In questo contesto generale, nel primo trimestre 2011 il Gruppo Cairo Communication ha conseguito risultati della gestione corrente in crescita rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente con un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 6,5 milioni (+27,8%) ed un risultato operativo (EBIT) di circa Euro 5,6 milioni (+34,2%), grazie principalmente alla forte crescita della raccolta pubblicitaria televisiva, in particolare del canale La7. Il risultato netto di pertinenza del Gruppo del trimestre è stato pari a circa Euro 3,8 milioni.

Si ricorda che nel primo trimestre 2010 erano stati rilevati i proventi non ricorrenti dell'arbitrato Cairo-Telepiù, come descritto nella relazione finanziaria annuale 2010, nel paragrafo "*Andamento della gestione del Gruppo Cairo Communication-dati consolidati*" della relazione degli amministratori sulla gestione e nelle note di commento ai prospetti del bilancio consolidato e di esercizio al 31 dicembre 2010 per la voce "*Altri ricavi e proventi- proventi non ricorrenti da arbitrato Cairo-Telepiù*".

Con riferimento ai singoli settori di attività, nel primo trimestre 2011:



- per il **settore editoriale**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono in crescita rispettivamente del 3,1% e del 3,5% a Euro 2,7 milioni ed Euro 2,3 milioni rispetto all'esercizio precedente, nonostante il minor numero di uscite di "Settimanale Dipiù" rispetto al 2010, 12 uscite anziché 13, con un impatto negativo sui margini di circa Euro 0,2 milioni, il cut price (da 1 Euro a 50 centesimi) di cinque numeri di "Dipiù TV", con un impatto negativo di circa Euro 0,8 milioni ed il cut price (da 70 centesimi a 50 centesimi di Euro) di tre numeri di "TV Mia";
- per il **settore concessionarie**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) della gestione corrente sono in crescita rispettivamente del 53,5% e del 69,3% a Euro 3,9 milioni ed Euro 3,3 milioni rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente, grazie principalmente alla crescita dei ricavi pubblicitari televisivi (+37,2% nel complesso). La raccolta pubblicitaria sul canale La 7, pari a circa Euro 39,6 milioni, è stata in crescita del 30,3% rispetto al 2010.

A partire dal mese di settembre 2010 gli ascolti di La7 hanno registrato crescite importanti, che sono state confermate nel trimestre gennaio-marzo 2011 (3,4% lo share medio sul totale giorno rispetto al 2,71% nel trimestre analogo del 2010), lasciandone prevedere il mantenimento anche nei prossimi mesi, con il conseguente impatto positivo sui ricavi pubblicitari. In particolare, il TG delle 20 nel primo trimestre 2011 ha toccato punte di share del 10% (8,41% lo share medio nel trimestre gennaio-marzo 2011 rispetto al 2,4% nel periodo analogo del 2010) continuando a creare una forte risonanza su tutti i media, di cui hanno beneficiato anche gli altri programmi informativi e di approfondimento della rete "L'infedele" (5,55% lo share medio rispetto al 3,72% nel trimestre analogo del 2010), "Otto e mezzo" (5,78% lo share medio rispetto al 2,98% nel trimestre analogo del 2010), "Omnibus" e "Le invasioni barbariche".

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

I principali **dati economici consolidati** del primo trimestre 2011 possono essere confrontati come segue con i valori del trimestre analogo del 2010:



(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2011 (Trimestre)	Gestione corrente	Proventi non ricorrenti	31/03/2010 (Trimestre) Totale
Ricavi operativi lordi	71.626	59.735	-	59.735
Sconti di agenzia	(8.006)	(6.035)	-	(6.035)
Ricavi operativi netti	<b>63.620</b>	<b>53.700</b>	-	<b>53.700</b>
Variazione delle rimanenze	(100)	(40)	-	(40)
Altri ricavi e proventi	564	763	-	763
Proventi non ricorrenti da Arbitrato Telepù	-	-	6.792	6.792
<b>Totale ricavi</b>	<b>64.084</b>	<b>54.423</b>	<b>6.792</b>	<b>61.215</b>
Costi della produzione	(52.047)	(44.025)	-	(44.025)
Costo del personale	(5.497)	(5.282)	-	(5.282)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>6.540</b>	<b>5.116</b>	<b>6.792</b>	<b>11.908</b>
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(910)	(922)	-	(922)
<b>Risultato operativo</b>	<b>5.630</b>	<b>4.194</b>	<b>6.792</b>	<b>10.986</b>
Gestione finanziaria	247	61	-	61
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>5.877</b>	<b>4.255</b>	<b>6.792</b>	<b>11.047</b>
Imposte sul reddito	(2.114)	(1.633)	(3.122)	(4.755)
Quota di terzi	-	-	-	-
<b>Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità</b>	<b>3.763</b>	<b>2.622</b>	<b>3.670</b>	<b>6.292</b>
Risultato netto delle attività cessate	(3)	(7)	-	(7)
Quota di competenza di terzi delle perdite delle attività cessate	-	-	-	-
<b>Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate</b>	<b>(3)</b>	<b>(7)</b>	-	<b>(7)</b>
<b>Risultato netto di pertinenza del Gruppo</b>	<b>3.760</b>	<b>2.615</b>	<b>3.670</b>	<b>6.285</b>

Nel primo trimestre 2011, con riferimento alla gestione corrente:

- i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 72,2 milioni (Euro 60,5 milioni nel primo trimestre 2010), comprensivi di ricavi operativi per Euro 71,6 milioni ed altri ricavi per Euro 0,6 milioni, nel complesso in crescita del 19,3% rispetto al primo trimestre 2010,
- il marginale operativo lordo consolidato (EBITDA), pari a circa Euro 6,5 milioni, è in crescita del 27,8% rispetto a quello del primo trimestre 2010 (Euro 5,1 milioni),
- il risultato operativo (EBIT), pari a circa Euro 5,6 milioni, è in crescita del 34,2% rispetto al primo trimestre 2010 (Euro 4,2 milioni),
- Il risultato netto è stato pari a circa Euro 3,8 milioni ed è in crescita del 43,8% rispetto al primo trimestre 2010 (Euro 2,6 milioni).

Negli schemi di conto economico consolidati del primo trimestre 2010 riportati nel presente resoconto intermedio sulla gestione, come già nei resoconti e nelle relazioni sulla gestione redatti



nel 2010, i proventi derivanti dall'arbitrato Cairo-Telepiù sono stati indicati separatamente in quanto non ricorrenti.

Includendo tali proventi non ricorrenti, nel primo trimestre 2010, il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) erano stati rispettivamente pari a circa Euro 11,9 milioni e circa Euro 11 milioni. Il risultato netto di pertinenza del Gruppo era stato pari a circa Euro 6,3 milioni.

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

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2011	31/03/2010
<b>Conto economico consolidato complessivo</b>		
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	<b>3.760</b>	<b>6.285</b>
Perdita dalla valutazione di attività finanziarie " <i>available for sale</i> "	(344)	(130)
<b>Totale conto economico complessivo di competenza del Gruppo</b>	<b>3.416</b>	<b>6.155</b>

La voce perdita da valutazione di attività finanziarie "*available for sale*" è relativa all'adeguamento del valore di carico della partecipazione nella società quotata Dmail Group (765.000 azioni pari al 10% del capitale) al *fair value*, pari alla quotazione di Borsa del titolo alla data del 31 marzo 2011 (Euro 2,47 per azione, rispetto ad un costo di carico di Euro 5,8), con contropartita il patrimonio netto per complessivi Euro 344 mila nei tre mesi (Euro 2.547 mila il valore complessivo della riserva patrimoniale).

Per una migliore comprensione dell'andamento economico del Gruppo è possibile concentrare l'analisi sui risultati conseguiti nel primo trimestre 2011 a livello dei **singoli principali settori** (editoria, concessionarie e Il Trovatore), comparandoli con i risultati di settore per il periodo analogo del 2010:



<b>31/03/2011</b> <b>(Trimestre)</b>  (Valori in migliaia di Euro)	<b>Editoria</b>	<b>Concessionarie</b>		<b>Trovato- re</b>	<b>Attivit à non allocalt e</b>	<b>Infra gruppo</b>	<b>Totale</b>
		<b>Gestione corrente</b>	<b>Voci non ricorrenti</b>				
Ricavi operativi lordi	21.673	55.713	-	87	-	(5.847)	71.626
Sconti di agenzia	-	(8.006)	-	-	-	-	(8.006)
<b>Ricavi operativi netti</b>	<b>21.673</b>	<b>47.707</b>	-	-	-	<b>(5.847)</b>	<b>63.620</b>
Variazione delle rimanenze	(100)	-	-	-	-	-	(100)
Altri proventi	473	91	-	-	-	-	564
Proventi non ricorrenti da arbitrato	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale ricavi</b>	<b>22.046</b>	<b>47.798</b>	-	<b>87</b>	-	<b>(5.847)</b>	<b>64.084</b>
Costi della produzione	(15.394)	(42.433)	-	(67)	-	5.847	(52.047)
Costo del personale	(3.984)	(1.505)	-	(8)	-	-	(5.497)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>2.668</b>	<b>3.860</b>	-	<b>12</b>	-	-	<b>6.540</b>
Ammortamenti, acc.ti e svalutazioni	(360)	(548)	-	(2)	-	-	(910)
<b>Risultato operativo</b>	<b>2.308</b>	<b>3.312</b>	-	<b>10</b>	-	-	<b>5.630</b>
Risultato delle partecipazioni	-	-	-	-	-	-	-
Gestione finanziaria	46	201	-	-	-	-	247
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>2.354</b>	<b>3.513</b>	-	<b>10</b>	-	-	<b>5.877</b>
Imposte sul reddito	(926)	(1.181)	-	(7)	-	-	(2.114)
Quota di terzi	-	-	-	-	-	-	-
<b>Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità</b>	<b>1.428</b>	<b>2.332</b>	-	<b>3</b>	-	-	<b>3.763</b>
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	(3)	-	(3)
<b>Risultato netto</b>	<b>1.428</b>	<b>2.332</b>	-	<b>3</b>	<b>(3)</b>	-	<b>3.760</b>

<b>31/03/2010</b> <b>(Trimestre)</b>  (Valori in migliaia di Euro)	<b>Editoria</b>	<b>Concessionarie</b>		<b>Trovato- re</b>	<b>Attività non allocalte</b>	<b>Infra gruppo</b>	<b>Totale</b>
		<b>Gestione corrente</b>	<b>Voci non ricorrent i</b>				
Ricavi operativi lordi	22.619	42.251	-	88	-	(5.223)	59.735
Sconti di agenzia	-	(6.035)	-	-	-	-	(6.035)
<b>Ricavi operativi netti</b>	<b>22.619</b>	<b>36.216</b>	-	<b>88</b>	-	<b>(5.223)</b>	<b>53.700</b>
Variazione delle rimanenze	(40)	-	-	-	-	-	(40)
Altri proventi	533	230	-	-	-	-	763
Proventi non ricorrenti da arbitrato	-	-	6.792	-	-	-	6.792
<b>Totale ricavi</b>	<b>23.112</b>	<b>36.446</b>	<b>6.792</b>	<b>88</b>	-	<b>(5.223)</b>	<b>61.215</b>
Costi della produzione	(16.610)	(32.572)	-	(66)	-	5.223	(44.025)
Costo del personale	(3.913)	(1.360)	-	(9)	-	-	(5.282)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>2.589</b>	<b>2.514</b>	<b>6.792</b>	<b>13</b>	-	-	<b>11.908</b>
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(360)	(558)	-	(4)	-	-	(922)
<b>Risultato operativo</b>	<b>2.229</b>	<b>1.956</b>	<b>6.792</b>	<b>9</b>	-	-	<b>10.986</b>
Risultato delle partecipazioni	-	-	-	-	-	-	-
Gestione finanziaria	6	56	-	(1)	-	-	61
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>2.235</b>	<b>2.012</b>	<b>6.792</b>	<b>8</b>	-	-	<b>11.047</b>
Imposte sul reddito	(878)	(742)	(3.122)	(13)	-	-	(4.755)
Quota di terzi	-	-	-	-	-	-	-
<b>Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità</b>	<b>1.357</b>	<b>1.270</b>	<b>3.670</b>	<b>(5)</b>	-	-	<b>6.292</b>
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	-	(7)	-	(7)
<b>Risultato netto</b>	<b>1.357</b>	<b>1.270</b>	<b>3.670</b>	<b>(5)</b>	<b>(7)</b>	-	<b>6.285</b>



Nel primo trimestre 2011, l'analisi di settore evidenzia che:

- per il **settore editoriale**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono in crescita rispettivamente del 3,1% e del 3,5% a Euro 2,7 milioni ed Euro 2,3 milioni rispetto all'esercizio precedente (rispettivamente Euro 2,6 ed Euro 2,2 milioni nel primo trimestre 2010), nonostante il minor numero di uscite di "Settimanale Dipiù" rispetto al 2010, 12 uscite anziché 13, con un impatto negativo sui margini di circa Euro 0,2 milioni, il cut price (da 1 Euro a 50 centesimi) di cinque numeri di "Dipiù TV" con un impatto negativo di circa Euro 0,8 milioni ed il cut price (da 70 centesimi a 50 centesimi di Euro) di tre numeri di "TV Mia";
- per il **settore concessionarie**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) della gestione corrente sono in crescita rispettivamente del 53,5% e del 69,3% a Euro 3,9 milioni ed Euro 3,3 milioni rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (rispettivamente Euro 2,5 ed Euro 2 milioni nel 2010), grazie principalmente alla crescita dei ricavi pubblicitari televisivi (+37,2% nel complesso). La raccolta pubblicitaria sul canale La 7, pari a circa Euro 39,6 milioni, è stata in crescita del 30,3% rispetto al 2010 ed ha ampiamente superato il fatturato minimo contrattuale del trimestre (Euro 30 milioni).

Analogamente a quanto fatto per la predisposizione del bilancio consolidato al 31 dicembre 2010, 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:

<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	31/03/2011 (Trimestre)	31/03/2010 (Trimestre)
Altri ricavi	1	-
<b>Totale ricavi</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
Costi della produzione	(4)	(9)
Costo del personale	-	-
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(3)</b>	<b>(9)</b>
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	-	-
<b>Risultato operativo</b>	<b>(3)</b>	<b>(9)</b>
Gestione finanziaria	-	-
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>(3)</b>	<b>(9)</b>
Imposte sul reddito	-	2
Quota di terzi	-	-
<b>Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate</b>	<b>(3)</b>	<b>(7)</b>



#### 4. Dati patrimoniali consolidati

I principali **dati patrimoniali consolidati** al 31 marzo 2011 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 31 dicembre 2010:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2011	31/12/2010
<b><u>Dati patrimoniali</u></b>		
Attività materiali	2.584	2.656
Attività immateriali	9.446	9.552
Attività finanziarie	1.976	2.319
Imposte anticipate	4.367	4.480
Circolante netto	(9.805)	(1.147)
<b>Totale mezzi impiegati</b>	<b>8.568</b>	<b>17.860</b>
Passività a lungo e fondi	6.033	6.015
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(71.066)	(58.339)
Patrimonio netto del gruppo	73.601	70.184
Patrimonio netto di terzi	0	0
<b>Totale mezzi di terzi e mezzi propri</b>	<b>8.568</b>	<b>17.860</b>

L'Assemblea degli Azionisti del 28 aprile 2011 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,25 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola (cedola numero 3 post frazionamento) il 9 maggio 2011, per complessivi Euro 19,4 milioni. Alla data del 31 marzo 2011 tale importo è ancora incluso nelle riserve patrimoniali.

Nel corso del 2011, nell'ambito dei programmi di acquisto di azioni proprie, non sono state acquistate o vendute azioni proprie. Alla data del 31 marzo 2011 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 attività finanziarie si riferisce principalmente (Euro 1.890 milioni) ad una partecipazione di 765.000 azioni pari al 10% del capitale della società quotata Dmail Group S.p.A., valutata al 31 marzo 2011 al *fair value* (Euro 2,47 il valore unitario per azione di Borsa al 31 marzo 2011) come già in precedenza indicato nelle note di commento al "conto economico complessivo".

L'analisi della situazione economico-finanziaria evidenzia che il Gruppo Cairo Communication è adeguatamente capitalizzato per mantenere il proprio equilibrio finanziario nel medio/lungo termine e si trova in una situazione di forte solidità patrimoniale in quanto da un lato detiene una liquidità molto significativa, dall'altro genera risultati positivi ed è capace di finanziare la sua attività corrente anche attraverso la dinamica del circolante.

Il Gruppo, inoltre, non presenta esposizione al tasso di cambio, mentre il rischio di tasso di interesse impatta solamente il rendimento delle disponibilità finanziarie; non viene fatto uso di strumenti finanziari derivati e/o di copertura.



Il Gruppo 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.

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

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 31 marzo 2011, confrontata con i valori di bilancio consolidato 31 dicembre 2010 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(Valori in migliaia di Euro)	<b>31/03/2011</b>	<b>31/12/2010</b>	<b>Variazioni</b>
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	70.987	58.260	12.727
Conto corrente cointestato con Telepiù	-	-	-
Attività finanziarie correnti	79	79	-
Scoperti di conto corrente	-	-	-
Debiti verso banche per finanziamenti	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>71.066</b>	<b>58.339</b>	<b>12.727</b>

E' politica del Gruppo mantenere la liquidità disponibile investita in depositi bancari a vista o a brevissimo termine, 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** del primo trimestre 2011, suddivisa fra i principali settori di attività (attività editoriale, di concessionaria e Il Trovatore) può essere analizzata come segue, confrontata con i valori del trimestre analogo del 2010:

<b>Ricavi lordi</b>	<b>31/03/2011</b>				
(Valori in migliaia di Euro)	<b>(tre mesi)</b>				
	<b>Editoria</b>	<b>Concessionarie</b>	<b>Trovatore</b>	<b>Eliminazioni</b>	<b>Totali</b>
	<b>infragrappo</b>				
Vendita pubblicazioni	15.251	-	-	-	15.251
Pubblicità su stampa	5.694	7.723	-	(5.641)	7.776
Pubblicità televisiva	-	46.863	-	-	46.863
Cartellonistica stadi	-	745	-	-	745
Pubblicità su Internet	-	230	7	-	237
Abbonamenti	759	-	-	-	759
Libri e cataloghi	221	-	-	-	221
Altri ricavi	-	151	80	(206)	25
I.V.A. assolta dall'editore	(251)	-	-	-	(251)
<b>Totale ricavi operativi lordi</b>	<b>21.674</b>	<b>55.712</b>	<b>87</b>	<b>(5.847)</b>	<b>71.626</b>
Altri ricavi	473	91	-	-	564
<b>Ricavi della gestione corrente</b>	<b>22.147</b>	<b>55.803</b>	<b>87</b>	<b>(5.847)</b>	<b>71.190</b>
Proventi non ricorrenti da arbitrato	-	-	-	-	-
<b>Totale ricavi</b>	<b>22.147</b>	<b>55.803</b>	<b>87</b>	<b>(5.847)</b>	<b>71.190</b>

<b>Ricavi lordi</b>	<b>31/03/2010</b>				
(Valori in migliaia di Euro)	<b>(tre mesi)</b>				
	<b>Editoriale</b>	<b>Concessionarie</b>	<b>Trovatore</b>	<b>Eliminazioni</b>	<b>Totali</b>
	<b>infragrappo</b>				
Vendita pubblicazioni	16.854	-	-	-	16.854
Pubblicità su stampa	5.067	7.381	-	(5.021)	7.427
Pubblicità televisiva	-	34.137	-	-	34.137
Cartellonistica stadi	-	433	-	-	433
Pubblicità su Internet	-	163	11	-	174
Abbonamenti	709	-	-	-	709
Libri e cataloghi	265	-	-	-	265
Altri ricavi	-	137	77	(202)	12
I.V.A. assolta dall'editore	(276)	-	-	-	(276)
<b>Totale ricavi operativi lordi</b>	<b>22.619</b>	<b>42.251</b>	<b>88</b>	<b>(5.223)</b>	<b>59.735</b>
Altri ricavi	533	230	-	-	763
<b>Ricavi della gestione corrente</b>	<b>23.152</b>	<b>42.481</b>	<b>88</b>	<b>(5.223)</b>	<b>60.498</b>
Proventi non ricorrenti da arbitrato	-	6.792	-	-	6.792
<b>Totale ricavi</b>	<b>23.152</b>	<b>49.273</b>	<b>88</b>	<b>(5.223)</b>	<b>67.290</b>



---

## EDITORIA

### **CAIRO EDITORE - CAIRO PUBLISHING**

I ricavi diffusionali delle testate del Gruppo, pari a Euro 15,2 milioni, si decrementano del 9,5% rispetto a quelli del 2010, anche per effetto del minor numero di uscite di “Settimanale Dipiù” rispetto al 2010, 12 uscite anziché 13, con un impatto negativo sui ricavi di circa Euro 0,5 milioni, il cut price (da 1 Euro a 50 centesimi di Euro) di cinque numeri di “Dipiù TV”, con un effetto negativo sui ricavi di circa Euro 0,9 milioni ed il cut price (da 70 centesimi a 50 centesimi di Euro) di tre numeri di “TV Mia”, con un effetto negativo sui ricavi di circa Euro 0,1 milioni.

La raccolta pubblicitaria lorda, pari a Euro 7,6 milioni a livello di Gruppo è in crescita del 4,8% (secondo i dati ACNielsen -2,1% il mercato pubblicitario dei periodici nel trimestre gennaio-marzo 2011 rispetto al periodo analogo del 2010, quando nello stesso trimestre aveva registrato un decremento del 10,3% rispetto al 2009) rispetto a quella del trimestre analogo del 2010 (Euro 7,2 milioni), nonostante un numero in meno di “Settimanale Dipiù”, confermando l’inversione di tendenza ed il trend positivo iniziati già nel secondo trimestre del 2010.

Nonostante il minor numero di uscite di “Settimanale Dipiù” (con un impatto negativo sui margini di circa Euro 0,2 milioni) ed il maggiore investimento promozionale per i cut price effettuati (con un effetto negativo sui margini di Euro 0,8 milioni), nel primo trimestre 2011 il marginale operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) del settore editoriale sono in crescita rispettivamente del 3,1% e del 3,5% a Euro 2,7 milioni ed Euro 2,3 milioni rispetto al periodo analogo dell’esercizio precedente (rispettivamente Euro 2,6 ed Euro 2,2 milioni nel primo trimestre 2010), grazie principalmente alla qualità delle testate del Gruppo ed agli elevati livelli di efficienza raggiunti negli esercizi precedenti nel contenimento dei costi di produzione, editoriali e di distribuzione.

“Settimanale DIPIU” il secondo periodico più venduto in Italia con una diffusione media ADS di 710.341 copie nei dodici mesi febbraio 2010-gennaio 2011, “DIPIU’ TV” (465.858 copie medie ADS nei dodici mesi febbraio 2010-gennaio 2011) e “Diva e Donna” (204.267 copie medie ADS nei dodici mesi febbraio 2010-gennaio 2011) 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 (circa il 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; la scelta strategica del Gruppo è stata quella di privilegiare la qualità delle sue testate; inoltre per le testate del Gruppo nel 2010 i ricavi pubblicitari lordi a livello di Gruppo hanno avuto un'incidenza percentuale del 33% - molto bassa se raffrontata con la struttura dei ricavi di altri importanti gruppi editoriali - mentre il restante 67% è stato generato da ricavi da diffusione e abbonamenti a dimostrazione della forte valenza editoriale delle testate pubblicate;
- le testate settimanali, che rappresentano circa l'83% dei ricavi complessivi del settore editoriale vengono vendute da sole e non vengono fatti abbinamenti tra le stesse e/o con quotidiani per incrementarne i risultati diffusionali.

#### CONCESSIONARIE DI PUBBLICITA'

Con riferimento al settore concessionarie, il Gruppo Cairo Communication nel 2011 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" e "TV Mia"), la sua divisione Editoriale Giorgio Mondadori (Bell'Italia", "Bell'Europa", "In Viaggio", "Airone", "Gardenia", "Arte" e "Antiquariato") e per Editoriale Gensis ("Prima Comunicazione" e "Uomini e Comunicazione"), nella raccolta pubblicitaria sul mezzo TV per editori terzi TIMedia (La7 e La7d), Interactive Group (Sportitalia, Sportitalia 2 e Sportitalia 24) e Turner Broadcasting (Cartoon Network, Boomerang, CNN), su internet principalmente per TIMedia (La7.it e La7.tv), Sportitalia (Sportitalia.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.



---

Nel trimestre, la raccolta complessiva sui mezzi TV (La7 e La7d, i canali sportivi Sportitalia e i canali tematici Cartoon Network, Boomerang e CNN) e stampa (le testate Cairo Editore/Editoriale Giorgio Mondadori e Prima Comunicazione), pari a Euro 54,6 milioni, è stata in crescita del 31,5% rispetto al trimestre analogo del 2010 (Euro 41,6 milioni).

### Televisione

Nel primo trimestre 2011, i ricavi pubblicitari televisivi (inclusivi di La 7, La 7d, dei canali Sportitalia e dei tematici Cartoon Network, Boomerang, CNN), pari a complessivi Euro 46,9 milioni, si incrementano nel complesso del 37,2% rispetto al 2010.

In particolare, la raccolta pubblicitaria sul La 7, pari a circa Euro 39,6 milioni, è stata in crescita del 30,3% rispetto al 2010 ed ha ampiamente superato il fatturato minimo contrattuale del trimestre (Euro 30 milioni). Nel trimestre, La7 ha confermato le importanti crescite di share registrate a partire dal mese di settembre 2010 (3,4% lo share medio sul totale giorno rispetto al 2,71% nel trimestre analogo del 2010).

La raccolta pubblicitaria sul canale digitale in chiaro La 7d, in concessione da aprile 2010, è stata pari a circa Euro 2,1 milioni ed ha confermato il fatturato minimo contrattuale previsto per il trimestre.

I buoni risultati conseguiti nella raccolta pubblicitaria televisiva sono dovuti anche ai canali digitali e satellitari Sportitalia, Sportitalia 2 e Sportitalia 24, che nel primo trimestre 2011 hanno generato ricavi lordi per circa Euro 3,5 milioni. Nel primo trimestre 2010, la raccolta pubblicitaria, partita a gennaio, aveva iniziato ad andare a regime solo a partire dal mese di marzo.

Il contratto di concessione pubblicitaria triennale (2009-2011) per il canale La 7 stipulato nel mese di novembre 2008, rinnovabile automaticamente per un ulteriore triennio al raggiungimento di obiettivi concordati, prevede anche per il 2011 ricavi pubblicitari lordi minimi annui di Euro 120 milioni (obiettivo già superato nel 2009 e, ampiamente, nel 2010), con corrispettivi minimi garantiti per l'editore Telecom Italia Media di Euro 84 milioni (70%) annui. 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% (con un contributo dell'audience share di La7d - per il solo 2011- entro limiti contenuti predeterminati) e quello nella fascia prime time 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. Il contratto per il canale digitale La7d prevede per il 2011 ricavi pubblicitari lordi minimi di Euro 8 milioni a fronte di uno share del canale dello 0,2%, con corrispettivi minimi garantiti per l'editore di Euro 5,6 milioni, contrattualmente ripartiti su base mensile.

Nel corso del mese di dicembre 2010 Telecom Italia Media e Cairo hanno concordato la revisione del contratto di concessione pubblicitaria del 19 novembre 2008. In particolare, l'Editore e la Concessionaria hanno stabilito per il 2011 e per l'eventuale triennio 2012-2014, obiettivi annuali aggiuntivi (non garantiti) di raccolta pubblicitaria rispetto ai fatturati annui minimi, proporzionali al raggiungimento di obiettivi annuali di share del solo canale La7 maggiori del 3%. Il conseguimento da parte della Concessionaria di tali obiettivi aggiuntivi di raccolta pubblicitaria, o comunque il pagamento all'Editore della equivalente quota di competenza, darà diritto alla concessionaria al rinnovo del contratto sino al 31 dicembre 2019. In caso contrario, l'Editore potrà recedere dal contratto.

Sulla base del portafoglio ordini acquisito alla data del 11 maggio 2011 per la pubblicità trasmessa e da trasmettere sul canale La7 nel bimestre aprile-maggio, pari a Euro 30,6 milioni, il fatturato minimo contrattuale per tale bimestre, pari a Euro 22,8 milioni, così come i ricavi conseguiti nel bimestre analogo dell'esercizio 2010 (Euro 23,5 milioni) sono già stati superati rispettivamente di oltre il 34% ed il 30,2%.

Si ricorda che nel mese di agosto 2010, Cairo Communication ha attivato un nuovo arbitrato nei confronti di Telepiù per accertare l'inadempimento di quest'ultima anche al contratto con il quale Telepiù aveva ceduto alla Società l'intero capitale sociale di Telepiù Pubblicità Srl (poi Cairo TV S.p.A.), inadempimento conseguente alla risoluzione del contratto di concessione per suo fatto e colpa, e la condanna al relativo risarcimento dei danni subiti da Cairo Communication quale acquirente di Cairo TV. Il Collegio Arbitrale si è costituito il 5 novembre 2010 nelle persone del prof. avv. Gerardo Brogginì (presidente), prof. avv. Francesco Benatti, (arbitro di nomina della Società) prof. avv. Vincenzo Roppo (arbitro di nomina Telepiù). Nella riunione del 27 gennaio sono stati fissati i termini per le difese conclusive, con udienza finale l'11 maggio 2011, nella quale al termine della discussione orale, il Collegio si è riservato di depositare il lodo arbitrale entro il 4 ottobre 2011.



## Stampa

Come già commentato, la raccolta pubblicitaria lorda sulle testate del Gruppo, pari a Euro 7,6 milioni a livello di Gruppo è in crescita del 4,8% (secondo i dati ACNielsen -2,1% il mercato pubblicitario dei periodici nel trimestre gennaio-marzo 2011 rispetto al periodo analogo del 2010, quando nello stesso trimestre aveva registrato un decremento del 10,3% rispetto al 2009) rispetto a quella del trimestre analogo del 2010 (Euro 7,3 milioni), nonostante il minor numero di uscite di “Settimanale Dipiù”, confermando l’inversione di tendenza ed il trend positivo iniziati già nel secondo trimestre del 2010

## IL TROVATORE

Nel trimestre 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.

## **8. Dati economici della capogruppo**

I principali **dati economici della capogruppo** del primo trimestre 2011 possono essere confrontati come segue con i valori del 2010:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2011	31/03/2010		Totale
	(Trimestre)	Gestione corrente	Proventi non ricorrenti	
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	32.742	30.481	-	30.481
Sconti di agenzia	-	-	-	-
Altri ricavi	21	213	-	213
Proventi non ricorrenti da Arbitrato Telepiù	-	-	9.944	9.944
<b>Totale ricavi</b>	<b>32.763</b>	<b>30.694</b>	<b>9.944</b>	<b>40.638</b>
Costi della produzione	(30.547)	(28.533)	-	(28.533)
Costo del personale	(619)	(556)	-	(556)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>1.597</b>	<b>1.605</b>	<b>9.944</b>	<b>11.549</b>
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(54)	(61)	-	(61)
<b>Risultato operativo</b>	<b>1.543</b>	<b>1.544</b>	<b>9.944</b>	<b>11.488</b>
Gestione finanziaria	149	45	-	45
Rettifiche di valore di attività finanziarie	-	-	-	-
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>1.692</b>	<b>1.589</b>	<b>9.944</b>	<b>11.533</b>
Imposte sul reddito	(554)	(562)	(3.122)	(3.684)
<b>Risultato netto delle attività in continuità</b>	<b>1.138</b>	<b>1.027</b>	<b>6.822</b>	<b>7.849</b>
Risultato netto delle attività cessate	(3)	(7)	-	(7)
<b>Risultato netto</b>	<b>1.135</b>	<b>1.020</b>	<b>6.822</b>	<b>7.842</b>



Nel primo trimestre 2011 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 alla subconcedente Cairo Communication una percentuale dei ricavi generati con i mezzi sub concessi.

A partire da gennaio 2011, Cairo Pubblicità ha invece stipulato direttamente con Cairo Editore il contratto per la concessione della raccolta pubblicitaria in esclusiva sulle testate pubblicate da quest'ultima. Fino a dicembre 2010 anche l'attività di raccolta pubblicitaria stampa era svolta per il tramite di un accordo di sub concessione.

A questa nuova impostazione contrattuale è riconducibile una riduzione dei ricavi della Cairo Communication sul mezzo stampa, che nel trimestre è stata però più che compensata dalla significativa crescita dei ricavi pubblicitari televisivi.

Nel primo trimestre 2011, con riferimento alla gestione corrente

- i ricavi lordi sono stati pari a circa Euro 32,8 milioni (Euro 30,7 milioni nel primo trimestre 2010), comprensivi di ricavi operativi per Euro 32,78 milioni ed altri ricavi per Euro 0,02 milioni, nel complesso in crescita del 6,7 % rispetto al periodo analogo del 2010;
- il margine operativo lordo della capogruppo (EBITDA), pari a circa Euro 1,6 milioni è in linea rispetto a quello del primo trimestre 2010 (Euro 1,6 milioni),
- il risultato operativo (EBIT), pari a circa Euro 1,5 milioni, è in linea rispetto a quello del primo trimestre 2010 (Euro 1,5 milioni).
- Il risultato netto è stato pari a circa Euro 1,1 milioni (Euro 1 milione nel 2010).

Negli schemi di conto economico della capogruppo del primo trimestre 2010 riportati nel presente resoconto intermedio sulla gestione, come già nei resoconti e nelle relazioni sulla gestione redatti nel 2010, i proventi derivanti dall'arbitrato Cairo-Telepiù sono stati indicati separatamente in quanto non ricorrenti.

Includendo i proventi non ricorrenti, nel primo trimestre 2010 il margine operativo lordo (EBITDA) era stato pari a circa Euro 11,5 milioni, il risultato operativo (EBIT) era stato pari a circa Euro 11,5 milioni ed il risultato netto era stato pari a Euro 7,8 milioni.

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



---

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2011	31/03/2010
<b>Conto economico complessivo della Capogruppo</b>		
Risultato netto	1.135	7.842
Perdita dalla valutazione di attività finanziarie “available for sale”	(344)	(130)
<b>Totale conto economico complessivo</b>	<b>791</b>	<b>7.712</b>

Come commentato per i dati consolidati, la voce perdita da valutazione di attività finanziarie “available for sale” è relativa all’adeguamento del valore di carico della partecipazione nella società quotata Dmail Group al *fair value* (Euro 2,47 per azione la quotazione di Borsa del titolo alla data del 31 marzo 2011).

### 9. Dati patrimoniali della capogruppo

I principali **dati patrimoniali** al 31 marzo 2011 della Cairo Communication S.p.A. possono essere confrontati come segue con i valori di bilancio al 31 dicembre 2010:

---

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2011	31/12/2010
<b><u>Dati patrimoniali</u></b>		
Attività materiali	325	352
Attività immateriali	140	151
Attività finanziarie	15.598	15.941
Altre attività non correnti	399	399
Circolante commerciale netto	22.396	22.234
<b>Totale mezzi impiegati</b>	<b>39.858</b>	<b>39.077</b>
Passività a lungo e fondi	878	837
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(32.793)	(32.742)
Patrimonio netto	71.773	70.982
<b>Totale mezzi di terzi e mezzi propri</b>	<b>39.858</b>	<b>39.077</b>

Come già commentato nelle note relative alla situazione patrimoniale consolidata, l’Assemblea degli Azionisti del 28 aprile 2011 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,25 Euro per azione, al lordo delle ritenute di legge, con data stacco cedola (cedola numero 3 post frazionamento) il 9 maggio 2011, per complessivi Euro 19,4 milioni. Alla data del 31 marzo 2011 tale importo è ancora incluso nelle riserve patrimoniali.



## **10. Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo**

La **posizione finanziaria netta** della capogruppo al 31 marzo 2011, confrontata con i valori di bilancio al 31 dicembre 2010 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2011	31/12/2010	Variazione
Disponibilità liquide	32.714	32.663	51
Conto corrente cointestato con Telepiù vincolato	-	-	-
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	79	79	-
<b>Totale</b>	<b>32.793</b>	<b>32.742</b>	<b>51</b>

## **11 Rapporti con società controllanti e controllate**

Le operazioni effettuate nel corso dell'esercizio 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 trimestre, con la società controllante (U.T. Communications) e con le imprese sottoposte al controllo di quest'ultima, sono state effettuate solo le operazioni di seguito descritte nel contesto:

- dell'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 sono state riconosciute al concedente quote per Euro 0,6 milioni a fronte di ricavi per Euro 0,7 milioni al netto degli sconti di agenzia e Cairo Pubblicità ha maturato ulteriori provvigioni per Euro 8 mila;
- dell'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 trimestrale di Euro 25 mila;
- dell'accordo per l'acquisto di spazi pubblicitari a bordo campo stipulato tra Cairo Editore e Torino FC, per un corrispettivo di Euro 25 mila nel trimestre;
- dell'acquisto (pro solvendo) da parte di Cairo Pubblicità di un credito vantato dal Torino FC nei confronti di Dahlia TV per un importo complessivo di Euro 300 mila, maturato dal Torino in relazione ad un contratto di sponsorizzazione promosso da Cairo Pubblicità.



---

## ***12 Eventi successivi alla chiusura del trimestre ed evoluzione prevedibile della gestione***

In data successiva alla chiusura dell'esercizio, l'assemblea dei soci del 28 aprile 2011:

- ha nominato per un triennio, e quindi in scadenza con l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2013, sulla base dell'unica lista presentata dall'azionista di maggioranza UT Communications S.p.A., il Consiglio di Amministrazione della società, composto da:
  - o tre amministratori esecutivi: il Presidente Dott. Urbano Cairo, il Dott. Uberto Fornara ed il Dott. Marco Pompignoli,
  - o due amministratori non esecutivi: l'Avv. Antonio Magnocavallo ed il Dott. Roberto Cairo e
  - o tre amministratori indipendenti: l'Avv. Marco Janni, il dott. Mauro Sala ed il Dott. Roberto Rezzonico;
- ha nominato per un triennio, e quindi fino ad approvazione del bilancio al 31 dicembre 2013, sulla base dell'unica lista presentata dall'azionista di maggioranza UT Communications S.p.A., il Collegio Sindacale composto dai tre sindaci effettivi Dott. Marco Moroni, Presidente, Dott.ssa Maria Pia Maspes e Dott. Marco Giuliani e due supplenti, il dott. Mario Danti ed il dott. Enrico Tamborini;
- su proposta motivata del Collegio Sindacale, ha conferito l'incarico per la revisione legale alla società KPMG S.p.A. approvandone il relativo corrispettivo.

Il Consiglio di Amministrazione del 3 maggio 2011 ha poi, tra l'altro:

- verificato assieme al Collegio Sindacale il rispetto dei requisiti di indipendenza previsti dall'art. 148, comma 3, d.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 e di quelli ulteriori previsti dal Codice di Autodisciplina emanato da Borsa Italiana SpA, per gli amministratori indipendenti avv. Marco Janni, dott. Roberto Rezzonico e dott. Mauro Sala;
- attribuito:
  - o al Presidente dott. Urbano Cairo, le principali deleghe esecutive e gestionali (con alcune esclusioni, tra le quali le operazioni significative e le operazioni con parti correlate di maggiore rilevanza);
  - o al dott. Uberto Fornara, amministratore delegato, i poteri di gestione e sviluppo della raccolta pubblicitaria, nonché del personale e della rete di vendita operante nella raccolta pubblicitaria;
  - o al dott. Marco Pompignoli, l'incarico di sovrintendere e supervisionare le funzioni di amministrazione, finanza e controllo di gestione del Gruppo;



- 
- approvato le linee guida per il compimento delle operazioni significative e per il trattamento delle informazioni riservate;
  - nominato,:
    - o i componenti del “Comitato per la remunerazione”, che risulta composto dai consiglieri non esecutivi avv. Antonio Magnocavallo, Presidente, dott. Roberto Rezzonico (indipendente) e avv. Marco Janni (indipendente),
    - o i componenti del “Comitato per il Controllo Interno”, che risulta composto dai consiglieri non esecutivi dott. Roberto Rezzonico (indipendente), Presidente, dott. Mauro Sala (indipendente) e avv. Antonio Magnocavallo,
    - o i componenti del “Comitato Parti correlate”, che risulta composto dai tre consiglieri indipendenti avv. Marco Janni, Presidente, dott. Roberto Rezzonico e dott. Mauro Sala;
    - o l'avv. Marco Janni quale Lead independent director.

In particolare il Consiglio, con riferimento alla verifica dei requisiti di indipendenza per gli Amministratori avv. Marco Janni e dott. Roberto Rezzonico (che sono stati amministratori della società per più di nove anni negli ultimi dodici) e dott. Mauro Sala (che è stato sindaco della società per più di nove anni negli ultimi dodici), astenuti gli interessati, considerata la ricorrenza dei requisiti di indipendenza di cui all'art. 148, comma 3, del Testo Unico della Finanza nonché la non ricorrenza delle più comuni fattispecie sintomatiche di assenza di indipendenza elencate nel criterio applicativo 3.C.1 del Codice di Autodisciplina (lettere da a) ad h), ad eccezione di quella sub e), attesa la non vincolatività - ai fini dell'attribuzione della qualifica di indipendente - dei richiamati criteri applicativi, considerando in linea generale l'assenza di elementi di fatto, oggettivi ed univoci, che dimostrino l'esistenza di particolari legami con l'emittente o soggetti legati all'emittente (quale ad esempio il socio di maggioranza, etc.) ed in particolare:

- (i) l'assenza di relazioni commerciali, professionali o personali tra l'avv. Janni, il dott. Rezzonico ed il dott. Sala, da una parte, e l'emittente, nonché le società appartenenti al medesimo gruppo ed il socio di controllo, dall'altra e
- (ii) la riconosciuta posizione professionale ed etica degli amministratori in questione, stimati professionisti con propria attività;
- (iii) la scarsa incidenza del compenso deliberato dall'assemblea in favore del consiglio di amministrazione, comprensivo anche della remunerazione per la partecipazione di alcuni amministratori ai comitati di legge e regolamento, rispetto all'ammontare complessivo dei redditi dei suddetti consiglieri;



---

(iv) tenuto altresì conto dell'interesse della Società di non privarsi dell'apporto, quali amministratori, dei soggetti in questione che hanno potuto accumulare, nel corso della loro partecipazione agli organi societari, esperienza specifica e profonda conoscenza del funzionamento della società,

preso atto del parere espresso al riguardo, su richiesta della Società, dal prof. Matteo Rescigno (ordinario di diritto commerciale nell'Università degli Studi di Milano), ha confermato la sussistenza del requisito dell'indipendenza in capo ai predetti amministratori. Il Collegio sindacale, preso atto, ha verificato la corretta applicazione dei criteri adottati dal Consiglio di Amministrazione al fine di valutare l'indipendenza dei suoi membri.

Come già commentato, nel primo trimestre 2011 si è verificato il permanere di fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo e al momento, nonostante i segnali di ripresa percepiti nel 2010, in particolare per il mercato pubblicitario televisivo, resta ancora incerto il periodo necessario per un ritorno a normali condizioni di mercato. Secondo i dati AC Nielsen gli investimenti pubblicitari in Italia nel primo trimestre 2011 sono ammontati a circa Euro 21,2 miliardi, in flessione del 3,2% rispetto all'anno precedente (in particolare -2,1% il mercato pubblicitario dei periodici e -2,9% il mercato pubblicitario televisivo rispetto al primo trimestre 2010).

Pur operando in questo contesto generale, nel primo trimestre 2011 il Gruppo ha conseguito risultati della gestione corrente significativamente in crescita rispetto al periodo analogo del 2010, grazie alla qualità delle testate edite e dei mezzi in concessione ed alla sua strategia aziendale ed editoriale che ha consentito di implementare interventi sui costi per incrementare l'efficienza ed efficacia dei processi di produzione, editoriali e di diffusione.

Nel 2011 il Gruppo Cairo Communication continuerà a concentrarsi nello sviluppo dei suoi settori di attività:

- quello editoriale della Cairo Editore e della Cairo Publishing, con la prospettiva di confermare gli elevati livelli diffusionali delle testate continuando a beneficiare dei livelli di efficienza raggiunti nel contenimento dei costi di produzione, editoriali e di distribuzione, e
- quello della raccolta pubblicitaria televisiva, sulle testate del Gruppo e Prima Comunicazione, su internet e presso lo stadio Olimpico di Torino per il Torino FC, con la prospettiva di incrementare i ricavi pubblicitari anche grazie alla importante crescita di share del canale La7.



Come già commentato, a partire dal mese di settembre 2010 gli ascolti di La7 hanno registrato crescite importanti, che sono state confermate nel trimestre gennaio-marzo 2011 (3,4% lo share medio sul totale giorno rispetto al 2,71% nel trimestre analogo del 2010), lasciandone prevedere il mantenimento anche nei prossimi mesi, con il conseguente impatto positivo sui ricavi pubblicitari. In particolare, il TG delle 20 nel primo trimestre 2011 ha toccato punte di share del 10% (8,41% lo share medio nel trimestre gennaio-marzo 2011 rispetto al 2,4% nel periodo analogo del 2010) continuando a creare una forte risonanza su tutti i media, di cui hanno beneficiato anche gli altri programmi informativi e di approfondimento della rete “L’infedele” (5,55% lo share medio rispetto al 3,72% nel trimestre analogo del 2010), “Otto e mezzo” (5,78% lo share medio rispetto al 2,98% nel trimestre analogo del 2010), “Omnibus” e “Le invasioni barbariche”.

Sulla base del portafoglio ordini acquisito alla data dell’11 maggio 2011 per la pubblicità trasmessa e da trasmettere sul canale La7 nel bimestre aprile-maggio, pari a Euro 30,6 milioni, il fatturato minimo contrattuale per tale bimestre, pari a Euro 22,8 milioni, così come i ricavi conseguiti nel bimestre analogo dell’esercizio 2010 (Euro 23,5 milioni) sono già stati superati rispettivamente di oltre il 34% ed il 30,2%.

In considerazione della qualità delle testate edite dal Gruppo e dei mezzi in concessione, si ritiene conseguibile l’obiettivo di incrementare nel 2011 i risultati gestionali conseguiti nel 2010. 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