



CAIROCOMMUNICATION

Resoconto intermedio di gestione
al 31 dicembre 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

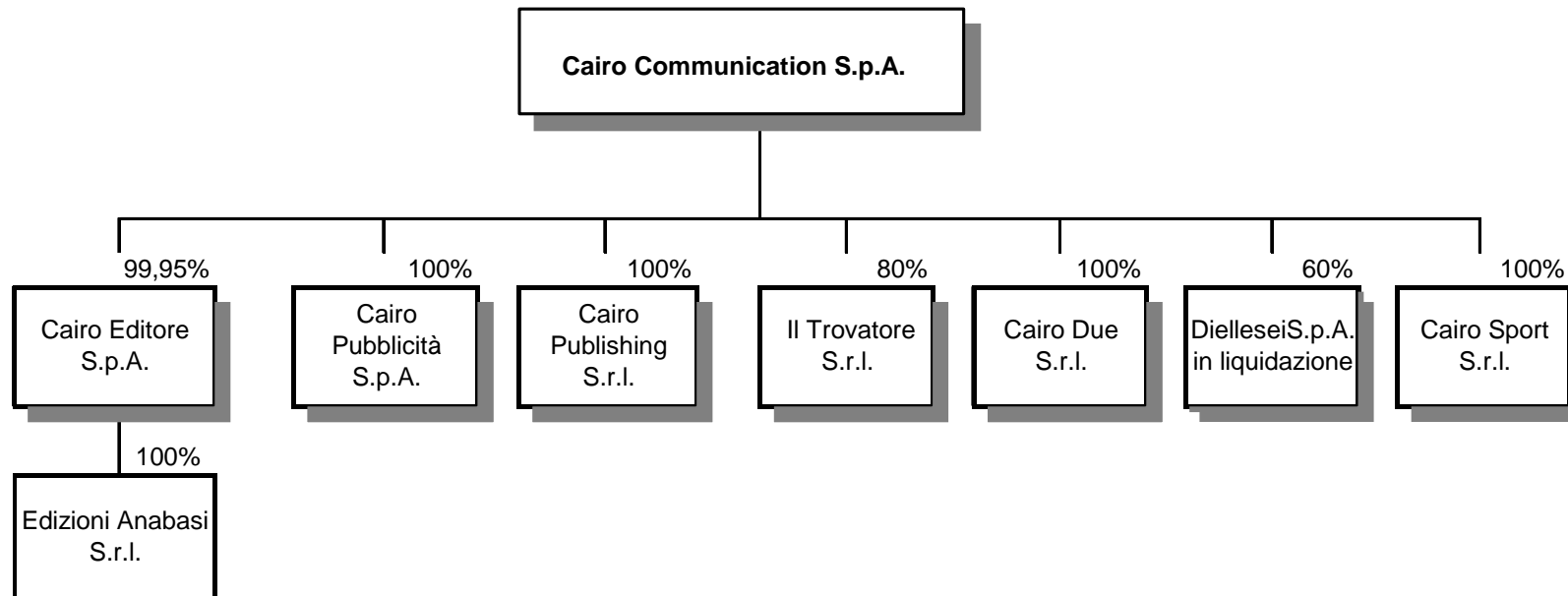
Società di revisione

Deloitte & Touche S.p.A.

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



Il Gruppo al 31 dicembre 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



Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione al 31 dicembre 2009

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

I dati economici consolidati e della capogruppo sono esposti con riferimento al quarto trimestre ed all'intero 2009 e sono confrontati con i corrispondenti periodi del 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 31 dicembre 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 2009 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 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 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.

Nel 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.

Secondo i dati AC Nielsen, gli investimenti pubblicitari in Italia nel 2009 sono ammontati a circa Euro 8,5 miliardi, con una flessione del 13,4 % sull'anno precedente. L'analisi per mezzo di Nielsen evidenzia nei dodici mesi un calo del 10,2 % della televisione e del 28,7 % della stampa periodica. Secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG, nei dodici mesi gennaio-dicembre la raccolta pubblicitaria sui periodici ha registrato una flessione del 29,3 %.

In questo contesto di mercato difficile, il Gruppo Cairo Communication nel 2009 ha conseguito un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 22,8 milioni, che conferma con una leggera crescita (+ 0,6%) quello del 2008, un EBIT di circa Euro 19 milioni (- 3,9 %) ed un risultato netto di competenza del Gruppo di circa Euro 12 milioni (-7,1 %).

In particolare, con riferimento al **settore editoriale**, nel 2009 il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono cresciuti rispettivamente del 16,2% e 19,8% a circa Euro 13,8 milioni ed Euro 12,5 milioni (rispettivamente Euro 11,9 ed Euro 10,5 milioni nel 2008). I ricavi diffusionali delle testate del Gruppo, pari a Euro 72,4 milioni, sono in crescita del



2,8 % rispetto a quelli del 2008 (Euro 70,5 milioni), fatto estremamente positivo in considerazione del generale andamento del mercato. La raccolta pubblicitaria sulle stesse testate, pari a Euro 39,7 milioni, ha registrato nel complesso un decremento del 23,6 % rispetto al 2008 (Euro 51,9 milioni), inferiore rispetto a quello del mercato pubblicitario dei periodici secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG (- 29,3 % nel 2009).

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 i 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 riferimento al **settore concessionarie**, nel 2009 la crescita dei ricavi pubblicitari televisivi (+6,4% nel complesso) ha compensato, in particolare nell'ultimo trimestre, l'andamento dei ricavi pubblicitari su stampa. La raccolta pubblicitaria sul canale La 7, pari a circa Euro 121 milioni, ha superato il target contrattuale che prevedeva ricavi minimi di Euro 120 milioni ed è stata in crescita del 7,5 % rispetto a quella del 2008, risultato eccezionale rispetto all'andamento del mercato pubblicitario televisivo (- 10,2 % secondo i dati AC Nielsen)



3. Dati economici consolidati

I principali **dati economici consolidati** del quarto trimestre e del 2009 possono essere confrontati come segue con i valori dei periodi analoghi del 2008:

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2009 (12 mesi)	31/12/2009 (Trimestre)	31/12/2008 (12 mesi)	31/12/2008 (Trimestre)
Ricavi operativi lordi	251.216	72.623	254.393	64.297
Sconti di agenzia	(24.584)	(7.528)	(25.026)	(6.324)
Ricavi operativi netti	226.632	65.095	229.367	57.973
Variazione delle rimanenze	(165)	(94)	(74)	(496)
Altri ricavi e proventi	1.610	599	2.223	600
Totale ricavi	228.077	65.600	231.516	58.077
Costi della produzione	(183.380)	(53.307)	(187.005)	(46.404)
Costo del personale	(21.929)	(5.883)	(21.874)	(5.422)
Margine operativo lordo	22.768	6.410	22.637	6.251
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni crediti	(3.804)	(448)	(2.903)	(847)
Risultato operativo	18.964	5.962	19.734	5.404
Gestione finanziaria	626	55	2.614	611
Risultato delle partecipazioni	(79)	-	(1.229)	(1.236)
Risultato prima delle imposte	19.511	6.017	21.119	4.779
Imposte sul reddito	(7.374)	(2.164)	(7.996)	(2.057)
Quota di terzi	(4)	(5)	(5)	(5)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	12.133	3.848	13.118	2.717
Risultato netto delle attività cessate	(127)	(12)	(196)	(49)
Quota di competenza di terzi delle perdite delle attività cessate	-	-	-	-
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	(127)	(12)	(196)	(49)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	12.006	3.836	12.922	2.668

Nel 2009, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 252,8 milioni (Euro 256,6 milioni nell'esercizio 2008), comprensivi di ricavi operativi per Euro 251,2 milioni ed altri ricavi per Euro 1,6 milioni, nel complesso in diminuzione dell' 1,5 % rispetto al 2008.

Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA), pari a circa Euro 22,8 milioni conferma, con una leggera crescita (+0,6), quello del 2008 (Euro 22,6 milioni, quando 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 19 milioni (Euro 19,7 milioni nel 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, dalla generale situazione dell'economia e dalla 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 2008 (0,93 % la media dell'Euribor nel 2009 rispetto al 4,34 % del 2008). Nel 2008, il risultato della gestione finanziaria includeva anche un decremento di valore della partecipazione nella società collegata Dmail Group di Euro 1,2 milioni per adeguamento al suo “*valore recuperabile*”, rilevato nel corso del quarto trimestre. Il risultato netto è stato pari a circa Euro 12 milioni, in diminuzione del 7,1 % (Euro 12,9 nel 2008).

Nel quarto trimestre, i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 73,2 milioni (Euro 64,9 milioni nel quarto trimestre 2008), comprensivi di ricavi operativi per Euro 72,6 milioni ed altri ricavi per Euro 0,6 milioni, nel complesso in crescita del 12,8 % rispetto al trimestre analogo del 2008 grazie soprattutto ai risultati eccezionali conseguiti nella raccolta pubblicitaria televisiva.

Il marginale operativo lordo consolidato (EBITDA), pari a circa Euro 6,4 milioni si incrementa del 2,6 % rispetto al quarto trimestre del 2008 (Euro 6,3 milioni). Il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa Euro 6 milioni (Euro 5,4 milioni nel quarto trimestre del 2008) e si incrementa del 10,3 %.

Il risultato netto è stato pari ad Euro 3,8 milioni e si incrementa del 43,8 % (Euro 2,7 milioni nel quarto trimestre 2008).

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



2009 (Valori in migliaia di Euro)	Editoria	Concessio narie	Trovatore	Attività non allocate	Eliminazio- ni infragrappo	Totale
Ricavi operativi lordi	104.166	175.212	360	-	(28.522)	251.216
Sconti di agenzia	-	(24.584)	-	-	-	(24.584)
Ricavi operativi netti	104.166	150.628	360	-	(28.522)	226.632
Variazione delle rimanenze	(165)	-	-	-	-	(165)
Altri proventi	1.252	358	-	-	-	1.610
Totale ricavi	105.253	150.986	360	-	(28.522)	228.077
Costi della produzione	(74.270)	(137.338)	(294)	-	28.522	(183.380)
Costo del personale	(17.139)	(4.760)	(30)	-	-	(21.929)
Margine operativo lordo	13.844	8.888	36	-	-	22.768
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(1.325)	(2.482)	3	-	-	(3.804)
Risultato operativo	12.519	6.406	39	-	-	18.964
Risultato delle partecipazioni	-	(79)	-	-	-	(79)
Gestione finanziaria	47	580	(1)	-	-	626
Risultato prima delle imposte	12.566	6.907	38	-	-	19.511
Imposte sul reddito	(4.693)	(2.663)	(18)	-	-	(7.374)
Quota di terzi	-	-	(4)	-	-	(4)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	7.873	4.244	16	-	-	12.133
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	(127)	-	(127)
Risultato netto dell'esercizio	7.873	4.244	16	(127)	-	12.006

2008 (Valori in migliaia di Euro)	Editoria	Concessio narie	Trovatore	Attività non allocate	Eliminazio- ni infragrappo	Totale
Ricavi operativi lordi	110.777	180.389	389	-	(37.162)	254.393
Sconti di agenzia	-	(25.026)	-	-	-	(25.026)
Ricavi operativi netti	110.777	155.363	389	-	(37.162)	229.367
Variazione delle rimanenze	(74)	-	-	-	-	(74)
Altri proventi	1.630	593	-	-	-	2.223
Totale ricavi	112.333	155.956	389	-	(37.162)	231.516
Costi della produzione	(83.726)	(140.152)	(289)	-	37.162	(187.005)
Costo del personale	(16.697)	(5.145)	(32)	-	-	(21.874)
Margine operativo lordo	11.910	10.659	68	-	-	22.637
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(1.458)	(1.436)	(9)	-	-	(2.903)
Risultato operativo	10.452	9.223	59	-	-	19.734
Risultato delle partecipazioni	-	-	-	(1.229)	-	(1.229)
Gestione finanziaria	30	2.586	(2)	-	-	2.614
Risultato prima delle imposte	10.482	11.809	57	(1.229)	-	21.119
Imposte sul reddito	(4.029)	(3.937)	(30)	-	-	(7.996)
Quota di terzi	-	-	(5)	-	-	(5)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	6.453	7.872	22	(1.229)	-	13.118
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	(196)	-	(196)
Risultato netto dell'esercizio	6.453	7.872	22	(1.425)	-	12.922



Nel 2009, 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 16,2% e 19,8% a circa Euro 13,8 milioni ed Euro 12,5 milioni (rispettivamente Euro 11,9 ed Euro 10,5 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 8,9 milioni ed Euro 6,4 milioni (rispettivamente Euro 10,7 milioni ed Euro 9,2 milioni nel 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:

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2009 (Dodici mesi)	31/12/2009 (Trimestre)	31/12/2008 (Dodici mesi)	31/12/2008 (Trimestre)
Altri ricavi	79	57	12	4
Totale ricavi	79	57	12	4
Costi della produzione	(32)	(18)	(28)	(2)
Costo del personale	-	-	-	-
Margine operativo lordo	47	39	(16)	2
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(53)	(53)	-	-
Risultato operativo	(6)	(14)	(16)	2
Gestione finanziaria	(165)	0	(278)	(70)
Risultato prima delle imposte	(171)	(14)	(294)	(68)
Imposte sul reddito	44	1	98	19
Quota di terzi	-	-	-	-
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	(127)	(13)	(196)	(49)

Gli oneri finanziari sono relativi al costo figurativo degli interessi su debiti (completamente estinti alla data del 31 dicembre 2009) nei confronti degli istituti di credito, che erano stati dilazionati senza interessi - e pertanto erano stati attualizzati - nel contesto degli accordi transattivi raggiunti nel corso dell'esercizio 2006/2007.

4. Dati patrimoniali consolidati

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



(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2009	31/12/2008
<u>Dati patrimoniali</u>		
Attività materiali	2.852	3.205
Attività immateriali	13.052	13.536
Attività finanziarie	4.463	4.545
Imposte anticipate	4.803	4.226
Circolante netto	(3.688)	(12.425)
Totale mezzi impiegati	21.482	13.087
Passività a lungo e fondi	5.777	5.647
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(51.362)	(62.696)
Patrimonio netto del gruppo	67.068	70.142
Patrimonio netto di terzi	(1)	(6)
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	21.482	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 del 2009, 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 31 dicembre 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 5,24 il valore unitario di Borsa al 31 dicembre 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 51,3 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 il permanere di fattori di incertezza sullo scenario economico/finanziario 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 31 dicembre 2009, confrontata con i valori di bilancio consolidato 31 dicembre 2008 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2009	31/12/2008	Variazioni
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	43.865	54.954	(11.089)
Conto corrente cointestato con Telepiù	7.543	7.489	54
Depositi vincolati correnti	-	6.826	(6.826)
Depositi vincolati non correnti	-	-	-
Attività finanziarie correnti	79	79	-
Scoperti di conto corrente	(125)	-	(125)
Debiti verso banche per finanziamenti	-	(6.652)	6.652
Totale	51.362	62.696	(11.334)

La posizione finanziaria netta consolidata al 31 dicembre 2009 risulta positiva per circa Euro 51,4 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, deciso con lodo in data 27 gennaio 2010, per effetto del quale il predetto deposito è stato svincolato a favore di Cairo Communication S.p.A.

Nel corso dell'esercizio sono stati estinti, a fronte del rimborso dei due finanziamenti garantiti, due conti vincolati rispettivamente di Euro 4,2 milioni ed Euro 2,6 milioni - in essere al 31 dicembre 2008 - che erano stati accesi nel contesto di operazioni che nel corso dell'esercizio 2006/2007 avevano visto la concessione da parte di istituti di credito di uno stralcio parziale dei



debiti della società controllata Diellesei, esposti nella voce debiti verso banche per finanziamenti, e di una dilazione rispettivamente al 30 settembre 2009 ed al 30 aprile 2009 nei termini di rientro del debito stesso, senza interessi.

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 e della gestione dei principali settori di attività

La composizione dei **ricavi operativi lordi** del 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 2008:

Ricavi lordi	Resoconto intermedio di gestione al 31/12/2009				
	(12 mesi)				
(Valori in migliaia di Euro)	Editoriale	Concessionarie di Pubblicità	Trovatore	Eliminazione Infragrappo	Totali
Vendita pubblicazioni	72.435	-	-	-	72.435
Pubblicità su stampa	27.835	40.571	-	(27.684)	40.722
Pubblicità televisiva	-	130.352	-	-	130.352
Cartellonistica stadi	-	2.812	-	-	2.812
Pubblicità su Internet	-	927	24	-	951
Abbonamenti	2.953	-	-	-	2.953
Libri e cataloghi	2.276	-	-	-	2.276
I.V.A. assolta dall'editore	(1.333)	-	-	-	(1.333)
Altri ricavi	-	549	336	(837)	48
Totale ricavi operativi lordi	104.166	175.211	360	(28.521)	251.216
Altri ricavi e proventi	1.252	358	-	-	1.610
Totale ricavi lordi	105.418	175.569	360	(28.521)	252.826



Ricavi lordi	Bilancio al 31/12/2008				
	(12 mesi)				
(Valori in migliaia di Euro)	Editoriale	Concessionarie	Trovatore	Eliminazioni	Totali
Vendita pubblicazioni	70.481	-	-	-	70.481
Pubblicità su stampa	36.429	53.159	-	(36.356)	53.232
Pubblicità televisiva	-	122.456	-	-	122.456
Cartellonistica stadi	-	3.619	-	-	3.619
Pubblicità su Internet	-	605	389	(303)	691
Abbonamenti	3.000	-	-	-	3.000
Audiovisivi e vari	-	-	-	-	-
Libri e cataloghi	2.197	-	-	-	2.197
Altri ricavi	-	550	-	(503)	47
I.V.A. assolta dall'editore	(1.330)	-	-	-	(1.330)
Totale ricavi operativi lordi	110.777	180.389	389	(37.162)	254.393
Altri ricavi	1.630	593	-	-	2.223
Totale ricavi	112.407	180.982	389	(37.162)	256.616

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 31/12/2009				
	(tre mesi)				
	Editoriale	Concessionarie di	Trovatore	Eliminazione	TOTALI
		Pubblicità		Infragruppo	
Vendita pubblicazioni	16.653	-	-	-	16.653
Pubblicità su stampa	6.957	10.339	-	(6.947)	10.349
Pubblicità televisiva	-	42.870	-	-	42.870
Cartellonistica stadi	-	693	-	-	693
Pubblicità su Internet	-	318	5	-	323
Abbonamenti	721	-	-	-	721
Libri e cataloghi	1.298	-	-	-	1.298
I.V.A. assolta dall'editore	(296)	-	-	-	(296)
Altri ricavi	-	137	106	(231)	12
Totale ricavi operativi lordi	25.333	54.357	111	(7.178)	72.623
Altri ricavi e proventi	548	51	-	-	599
Totale ricavi lordi	25.881	54.408	111	(7.178)	73.222



(Valori in migliaia di Euro)					
Bilancio al 31/12/2008					
(3mesi)					
	Editoriale	Concessionarie	Trovatore	Eliminazioni	Totali
Vendita pubblicazioni	16.117	-	-	-	16.117
Pubblicità su stampa	9.164	13.681	-	(9.230)	13.615
Pubblicità televisiva	-	31.554	-	-	31.554
Cartellonistica stadi	-	867	-	-	867
Pubblicità su Internet	-	206	129	(73)	262
Abbonamenti	729	-	-	-	729
Audiovisivi e vari	-	-	-	-	-
Libri e cataloghi	1.403	-	-	-	1.403
Altri ricavi	(5)	154	-	(143)	6
I.V.A. assolta dall'editore	(256)	-	-	-	(256)
Totale ricavi operativi lordi	27.152	46.462	129	(9.446)	64.297
Altri ricavi	391	209	-	-	600
Totale ricavi	27.543	46.671	129	(9.446)	64.897

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

Nel 2009, i ricavi diffusionali delle testate del Gruppo, pari a Euro 72,4 milioni, sono in crescita del 2,8 % rispetto a quelli del 2008 (Euro 70,5 milioni), fatto estremamente positivo in considerazione del generale andamento del mercato. La raccolta pubblicitaria sulle stesse testate, pari a Euro 39,7 milioni, ha registrato nel complesso un decremento del 23,6 % rispetto al 2008 (Euro 51,9 milioni), inferiore rispetto a quello del mercato pubblicitario dei periodici secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG (- 29,3 % nel 2009).

“Settimanale DIPIU” il secondo periodico più venduto in Italia con una diffusione media ADS di 744.671 copie nei dodici mesi novembre 2008 - ottobre 2009, “DIPIU’ TV” (498.495 copie medie ADS nei dodici mesi novembre 2008 - ottobre 2009) e “Diva e Donna” (189.075 copie medie ADS nei dodici mesi novembre 2008 - ottobre 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 nel 2009 i ricavi pubblicitari hanno avuto un incidenza percentuale del 34 % - molto bassa se raffrontata con la struttura dei ricavi di altri importanti gruppi editoriali - mentre il restante 66 % 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 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 nel 2009 ha operato 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") e la sua divisione 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

Nel 2009, i ricavi pubblicitari televisivi (inclusivi di La 7 e dei tematici Cartoon Network, Boomerang, CNN), pari a complessivi Euro 130,4 milioni, si incrementano nel complesso del 6,4 % rispetto al 2008, risultato eccezionale rispetto all'andamento del mercato pubblicitario televisivo (- 10,2 % secondo i dati AC Nielsen). In particolare, la raccolta pubblicitaria sul canale La 7, pari a circa Euro 121 milioni, ha superato il target contrattuale che prevedeva ricavi minimi di Euro 120 milioni ed è stata in crescita del 7,5 % rispetto a quella del 2008.

Il contratto di concessione pubblicitaria per il canale La 7 prevede anche per il 2010 ricavi pubblicitari lordi minimi annui di Euro 120 milioni, obiettivo già superato nel 2009, con corrispettivi minimi garantiti per l'editore Telecom Italia Media di Euro 84 milioni (70%) annui. Contrattualmente i ricavi pubblicitari minimi sono mensilizzati sulla base della loro distribuzione mensile nei sei anni 2003-2008.

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.

Sulla base del portafoglio ordini acquisito alla data dell'11 febbraio 2010 per la pubblicità trasmessa e da trasmettere sul canale La7 nel bimestre gennaio-febbraio, il target contrattuale dei ricavi per tale bimestre, pari a Euro 18 milioni, è già ampiamente superato.

A fine 2009 Cairo Pubblicità ha stipulato:

- un contratto pluriennale di concessione per la raccolta pubblicitaria in esclusiva sulle emittenti digitali e satellitari Sportitalia e Sportitalia 2 ed il sito www.sportitalia.com. a partire dal 2010, canali sportivi di successo ed elevata qualità e personalità editoriale;
- un contratto di concessione in esclusiva per la raccolta pubblicitaria nel 2010 sui cinque canali digitali a pagamento Dahlia (Dahlia Calcio, Dahlia Sport, Dahlia Xtreme, Dahlia Explorer e Dahlia Eros) ed il sito www.dahliatv.it, canali tematici a pagamento di forte appeal e dai contenuti spettacolari per il digitale terrestre; il contratto si rinnoverà



automaticamente per un ulteriore biennio al raggiungimento di obiettivi di ricavo concordati.

Entrambi i nuovi accordi non prevedono corrispettivi minimi garantiti per l'editore.

In data successiva alla fine del trimestre, è stato comunicato alle parti il lodo reso nel procedimento arbitrale pendente dal 2004 tra Cairo Communication e Telepiù S.r.l. con il quale il Collegio:

- ha risolto il contratto per fatto e colpa di Telepiù ed ha dichiarato conseguentemente Telepiù tenuta a risarcire i danni nei confronti di Cairo quantificati in Euro 11,7 milioni,
- in parziale accoglimento delle domande di Telepiù, ha dichiarato Cairo tenuta a risarcire danni nei confronti di Telepiù nella misura di Euro 1 milione,
- ha compensato parzialmente i predetti importi condannando Telepiù a pagare a Cairo Euro 10,7 milioni oltre gli interessi dalla data del lodo;
- ha posto le spese di difesa (legale e tecnica) e quelle di arbitrato (arbitri e CTU) per 3/4 a carico di Telepiù e per 1/4 a carico di Cairo.

Per effetto del lodo, Telepiù deve a Cairo il predetto importo di 10,7 milioni di Euro (oltre gli interessi legali dal 27 gennaio 2010) nonché circa Euro 0,8 milioni per spese di difesa e di arbitrato.

La situazione patrimoniale consolidata al 31 dicembre 2009 include attività riconducibili al contratto di concessione pubblicitaria tra Telepiù e Cairo, oggetto dell'arbitrato, per complessivi Euro 4,8 milioni, in particolare:

- il residuo della differenza di consolidamento, pari a Euro 3,1 milioni al netto del relativo ammortamento accumulato alla data del 30 giugno 2004, relativa alla differenza tra il costo di acquisto nel 1998 della partecipazione in Cairo TV ed il suo patrimonio netto alla data di acquisizione, che era stata attribuita in bilancio consolidato al contratto in esclusiva decennale per la concessione degli spazi pubblicitari sui canali analogici e digitali delle reti allora di Telepiù e iscritta nelle immobilizzazioni immateriali alla voce *"concessioni, licenze e marchi"*,
- altre attività per circa Euro 1,7 milioni riconducibili alla quota delle perdite maturate su crediti nei confronti della clientela di competenza di Telepiù ai sensi del contratto di concessione, che ne prevedeva la retrocessione pro quota all'editore, il cui importo è stato assorbito nel danno liquidato a Cairo in arbitrato.

L'esito dell'arbitrato impatterà pertanto il conto economico consolidato del 2010 al netto del valore di tali attività iscritto nella situazione patrimoniale consolidata al 31 dicembre 2009.



Stampa

La raccolta pubblicitaria complessiva sulle testate del Gruppo, pari a Euro 39,7 milioni, ha registrato nel complesso un decremento del 23,6 % rispetto al 2008 (Euro 51,9 milioni), inferiore rispetto a quello del mercato pubblicitario dei periodici secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG (- 29,3 % nel 2009).

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 oneri finanziari (Euro 165 mila). In particolare gli oneri finanziari sono relativi al costo figurativo degli interessi su debiti (completamente estinti alla data del 31 dicembre 2009) nei confronti degli istituti di credito, che erano stati dilazionati senza interessi - e pertanto erano stati attualizzati - nel contesto degli accordi transattivi raggiunti nel corso dell'esercizio 2006/2007.

8. Dati economici della capogruppo

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

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2009 (12 mesi)	30/09/2009 (Trimestre)	31/12/2008 (12 mesi)	31/12/2008 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	131.594	40.804	165.424	42.641
Sconti di agenzia	0	0	(17.618)	(4.461)
Altri ricavi	172	47	198	74
Totale ricavi	131.766	40.851	148.004	38.254
Costi della produzione	(123.830)	(37.918)	(140.403)	(36.646)
Costo del personale	(2.255)	(641)	(2.277)	(638)
Margine operativo lordo	5.681	2.292	5.324	970
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(369)	(93)	(593)	4
Risultato operativo	5.312	2.199	4.731	974
Gestione finanziaria	493	27	2.398	470
Risultato delle partecipazioni	8.428	0	4.939	(1.301)
Risultato prima delle imposte	14.233	2.226	12.068	143
Imposte sul reddito	(2.078)	(742)	(2.373)	(492)
Risultato netto delle attività in continuità	12.155	1.484	9.695	(349)
Risultato delle attività cessate	(127)	(13)	(196)	(49)
Risultato netto	12.028	1.471	9.499	(398)



Nel 2009, i ricavi lordi sono pari a Euro 131,8 milioni, in diminuzione del 20,4 % rispetto al 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) del 2009 è pari a circa Euro 5,7 milioni rispetto a circa Euro 5,3 milioni nel 2008, il risultato operativo (EBIT) è pari circa a Euro 5,3 milioni rispetto a circa Euro 4,7 milioni nell'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 (0,93 % la media dell'Euribor nel 2009 rispetto al 4,34 % del 2008)

La voce "risultato delle partecipazioni" include principalmente i dividendi ricevuti dalle società controllate Cairo Pubblicità per Euro 1,8 milioni (Euro 0,7 milioni nel 2008) e Cairo Editore per Euro 6,7 milioni (Euro 5,5 milioni nel 2008). Nel 2008, il risultato della gestione finanziaria includeva un decremento di valore della partecipazione nella società collegata Dmail Group di Euro 1,4 milioni per adeguamento al suo "valore recuperabile".

Nel trimestre i ricavi lordi sono pari a Euro 40,9 milioni, in diminuzione del 4,4 % rispetto ai tre mesi ottobre-dicembre 2008. Il risultato operativo lordo (EBITDA) è pari a circa Euro 2,3 milioni rispetto a circa Euro 1 milione nei tre mesi ottobre-dicembre 2008, il risultato operativo (EBIT) è pari circa a Euro 2,2 milioni rispetto a circa Euro 1 milione nel periodo analogo all'esercizio precedente.

9. Dati patrimoniali della capogruppo

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



(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2009	31/12/2008
Dati patrimoniali		
Attività materiali	406	585
Attività immateriali	251	374
Attività finanziarie	17.947	18.145
Altre attività non correnti	619	3.781
Depositi vincolati non correnti	-	-
Circolante commerciale netto	26.813	8.347
Totale mezzi impiegati	46.036	31.232
Passività a lungo e fondi	601	7.349
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(25.454)	(54.943)
Debiti verso società controllate	-	4.885
Patrimonio netto	70.889	73.941
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	46.036	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 31 dicembre 2009, confrontata con i valori di bilancio al 31 dicembre 2008 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(Valori in migliaia di Euro)	31/12/2009	31/12/2008	Variazione
Disponibilità liquide	17.832	40.548	(22.716)
Conto corrente cointestato con Telepiù vincolato	7.543	7.489	54
Depositi vincolati correnti	-	6.827	(6.827)
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	79	79	-
Totale	25.454	54.943	(29.489)
Debiti verso società controllate	-	(4.885)	4.885
Totale	25.454	50.058	(24.604)

La posizione finanziaria netta al 31 dicembre 2009 risulta positiva per circa Euro 25,5 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.

La variazione della posizione finanziaria netta rispetto al 31 dicembre 2008 è principalmente dovuta (i) alla distribuzione dei dividendi (ii) alla estinzione da parte di Cairo Communication dei due finanziamenti, rispettivamente di Euro 4,2 milioni ed Euro 2,6 milioni, della società



controllata Diellesei in liquidazione e (iii) per l'impatto sul circolante del nuovo accordo di subconcessione con Cairo Pubblicità sopra descritto, per effetto del quale è cresciuta la liquidità detenuta direttamente dalla società controllata.

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

In data successiva alla fine del trimestre, come anticipato nelle note di commento all'andamento della gestione del settore concessionarie, è stato comunicato alle parti il lodo reso nel procedimento arbitrale pendente dal 2004 tra Cairo Communication e Telepiù S.r.l.

Nel 2010, 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,
- quello della raccolta pubblicitaria televisiva sulla emittente commerciale La7, sui canali satellitari a pagamento (Cartoon Network, Boomerang e CNN), sui canali digitali in concessione a partire dal 2010 (Sportitalia e Sportitalia 2 ed i cinque canali tematici Dahlia), sulle testate del Gruppo, su internet e presso lo stadio Olimpico di Torino per il Torino FC.

Nel corso 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 generalizzati. Al momento resta ancora incerto il periodo necessario per un ritorno a normali condizioni di mercato.

Pur operando in questo contesto generale, nel 2009 il Gruppo ha confermato la marginalità operativa lorda rispetto al 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, 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, che hanno consentito una crescita dei ricavi per vendita edicola del 2,8 % rispetto a quelli del 2008.

Anche nel 2010 Cairo Editore continuerà a perseguire le opportunità di ottimizzazione dei costi di produzione, editoriali e di distribuzione, con una previsione di risparmi ottenibili nel 2010 superiori ad Euro 8 milioni.

Con riferimento al settore delle concessionarie, l'attività continuerà ad essere molto concentrata sullo sviluppo della raccolta pubblicitaria sui mezzi di editori terzi - La 7, i canali tematici, i canali digitali ed i siti internet in concessione - per il Torino FC e sulle testate del Gruppo, con



la prospettiva di incrementare i ricavi pubblicitari anche grazie alla sottoscrizione dei nuovi accordi con Sportitalia e Dahlia, che hanno arricchito l'offerta dei mezzi gestiti con canali sportivi di successo ed elevata qualità e canali tematici a pagamento dai contenuti spettacolari per il digitale terrestre.

In considerazione della qualità delle testate edite dal Gruppo e dei mezzi in concessione, si ritiene conseguibile l'obiettivo di incrementare nel 2010 i risultati gestionali rispetto a quelli conseguiti nel 2009. 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