



CAIROCOMMUNICATION

Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 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

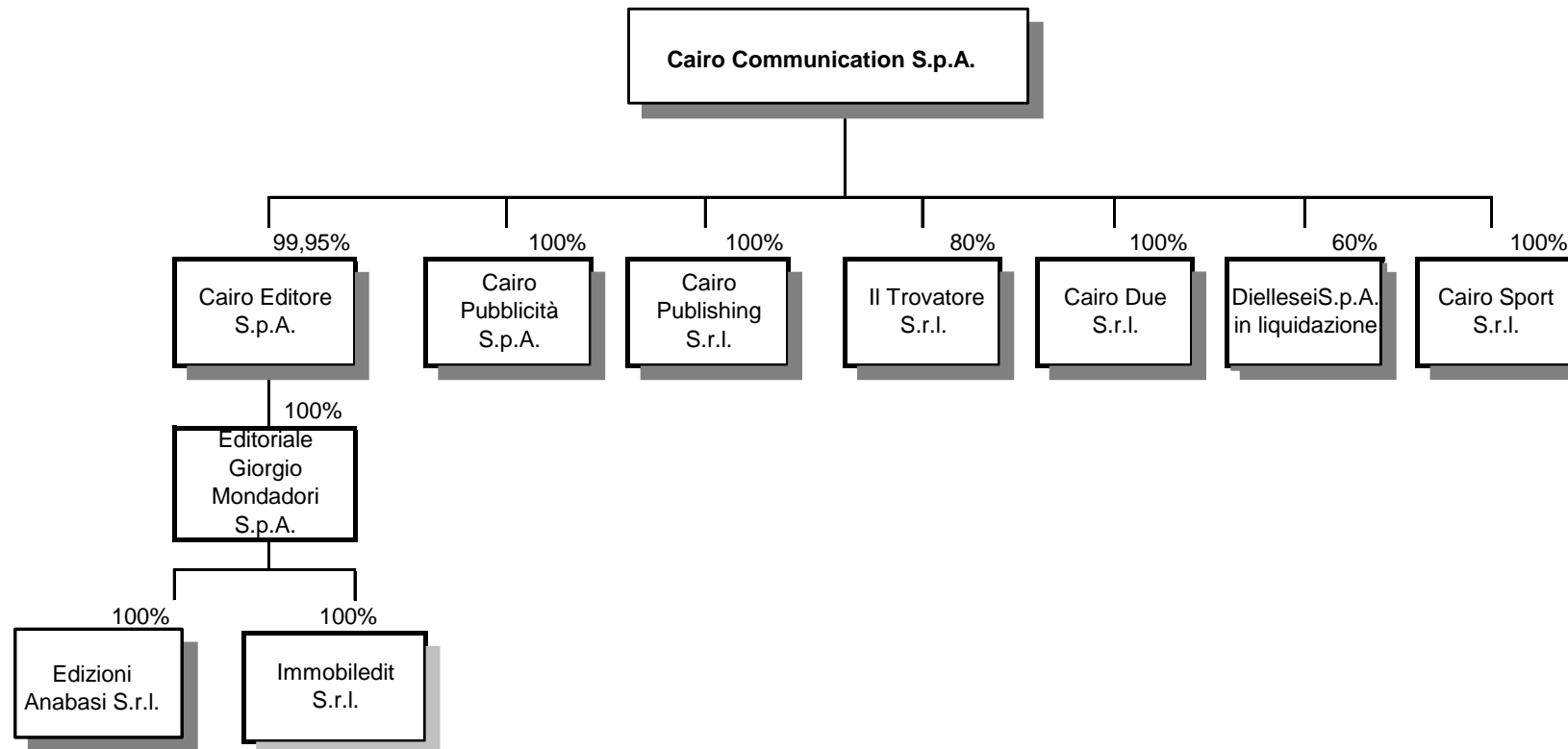
Società di revisione

Deloitte & Touche S.p.A.

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



Il Gruppo





1. Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione ai sensi dell'art. 154 ter del D. Lgs. 58/1998 al 31 marzo 2009

Il presente resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2009 è stato redatto ai sensi dell'art. 154 ter del D.Lgs. 58/1998.

I prospetti contabili esposti sono stati predisposti secondo gli schemi riclassificati normalmente utilizzati nella Relazione 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 del corrente esercizio 2009 e sono confrontati con il corrispondente periodo del precedente esercizio 2008. I dati patrimoniali e finanziari riportati nei prospetti contabili sono confrontati con i valori risultanti dal bilancio consolidato al 31 dicembre 2008.

I prospetti contabili trimestrali al 31 marzo 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 trimestre, 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 e stadi, e di editore di contenuti elettronici (Il Trovatore).

Nei primi mesi del 2009 è proseguita la generale difficile congiuntura economica creatasi a partire dal secondo semestre del 2008. L'aggravarsi della crisi finanziaria ed i fattori di incertezza sullo scenario 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. La portata di questa crisi è tale che al momento resta incerto il periodo necessario per un ritorno a normali condizioni di mercato.

Secondo i dati AC Nielsen, gli investimenti pubblicitari nel bimestre gennaio-febbraio 2009 in Italia sono ammontati a Euro 1,24 miliardi, con una flessione del 19,5 % sull'anno precedente. L'analisi per mezzo di Nielsen evidenzia nel bimestre un calo del 16 % della televisione e del 29,6 % della stampa periodica. Secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG nei tre mesi gennaio-marzo la raccolta pubblicitaria sui periodici ha registrato una flessione del 31,4 % (settimanali - 35.2 %, mensili - 28.2%, femminili - 32.1% e familiari - 32.6 %)

In questo contesto di mercato difficile, il Gruppo Cairo Communication nel primo trimestre del 2009 ha conseguito risultati significativamente in crescita rispetto al periodo analogo del 2008, realizzando un EBITDA di circa Euro 4,6 milioni (+17,4%), un EBIT di Euro 3,7 milioni (+17%) ed un risultato netto di competenza del Gruppo di Euro 2,5 milioni (+1,1%).

Il conseguimento di tali risultati è stato possibile grazie:

- alle caratteristiche dei prodotti editoriali del Gruppo che hanno consentito di conseguire una crescita dei ricavi diffusionali che ha compensato in parte la minore raccolta pubblicitaria,
- ad una serie di interventi sui costi, attivati già a partire del 2008 per incrementare l'efficienza ed efficacia dei processi di produzione, editoriali e di diffusione che hanno



consentito di conseguire risparmi rispetto al trimestre analogo del 2008 e che hanno principalmente riguardato:

- le lavorazioni esterne di stampa e rilegatoria, rinegoziandone i costi sfruttando anche 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 nei mesi di gennaio e febbraio, sfruttando le particolari condizioni di mercato, sia perché l'esercizio precedente comprendeva i costi di lancio del settimanale "TV Mia" (Euro 1,3 milione).

Inoltre, nel corso del 2008 erano stati aumentati i prezzi di copertina di alcune testate: nel mese luglio quello del settimanale "Diva e Donna" (un aumento di 0,10 Euro portando il prezzo a 1,3 Euro) e dei mensili "Airone" (un aumento di 0,5 Euro portando il prezzo a 1,5 Euro), "Gardenia" (un aumento di 0,1 Euro portando il prezzo a 3,7 Euro) e "For Men Magazine" (un aumento di 0,10 Euro portando il prezzo a 2 Euro) e nel mese di settembre quello di "DIPIU'TV" (un aumento di 0,10 Euro portando il prezzo a 1 Euro, 1,3 Euro nella versione con gli allegati). Nel corso del 2009, a metà febbraio è stato incrementato il prezzo di copertina del settimanale "TV Mia" (un aumento di 0,10 Euro portando il prezzo a 0,6 Euro) e da fine marzo quello di "DIPIU'TV" venduto con gli allegati Settimanale DIPIU' e DIPIU'TV Cucina e Stellare (un aumento di 0,10 Euro portando il prezzo a 1,4 Euro).

Con riferimento al settore editoriale, nei tre mesi gennaio-marzo 2009 il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) crescono fortemente a circa Euro 2,7 milioni ed Euro 2,4 milioni (Euro 0,8 ed Euro 0,4 milioni nel trimestre analogo dell'esercizio precedente). I ricavi diffusionali delle testate del Gruppo, pari a Euro 18,5 milioni, sono in crescita del 3,2 % rispetto a quelli del periodo analogo del 2008 (Euro 17,9 milioni), fatto estremamente positivo in considerazione del generale andamento del mercato. La raccolta pubblicitaria sulle stesse testate, pari a Euro 8,8 milioni, ha registrato nel complesso un decremento del 24 % rispetto al periodo analogo del 2008 (Euro 11,7 milioni), inferiore rispetto a quello del mercato pubblicitario dei periodici secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG (-31,4 % nel trimestre gennaio-marzo 2009). "Settimanale DIPIU'", il secondo periodico più venduto in Italia con una diffusione media ADS di 737.583 copie nei dodici mesi febbraio 2008 - gennaio 2009, "DIPIU' TV" (521.332 copie



medie ADS nei dodici mesi febbraio 2008 - gennaio 2009) e “Diva e Donna” (215.109 copie medie ADS nei dodici mesi febbraio 2008 - gennaio 2009), hanno generato nel trimestre ricavi complessivi a livello di Gruppo pari ad Euro 21,9 milioni (Euro 23,2 milioni nei tre mesi analoghi del 2008).

Con riferimento al settore concessionarie, nel trimestre la raccolta pubblicitaria sul canale La 7, pari a circa Euro 30,1 milioni, è stata in linea con i target contrattuali di ricavi minimi mensili. Sulla base del portafoglio ordini acquisito ad oggi per la pubblicità trasmessa e da trasmettere sul canale La7 nel bimestre aprile-maggio, è possibile prevedere che il target contrattuale dei ricavi per tale periodo, pari a Euro 22,8 milioni, sarà sostanzialmente raggiunto.

3. Dati economici consolidati

I principali **dati economici consolidati** del primo trimestre 2009 possono essere confrontati come segue con i valori del trimestre analogo dell'esercizio precedente:

<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	31/03/2009 (Trimestre)	31/03/2008 (Trimestre)
Ricavi operativi lordi	61.202	65.676
Sconti di agenzia	(5.947)	(6.551)
Ricavi operativi netti	55.255	59.125
Variazione delle rimanenze	(41)	(113)
Altri ricavi e proventi	518	750
Totale ricavi	55.732	59.762
Costi della produzione	(45.843)	(50.336)
Costo del personale	(5.287)	(5.506)
Margine operativo lordo	4.602	3.920
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(864)	(725)
Risultato operativo	3.738	3.195
Gestione finanziaria	331	727
Risultato prima delle imposte	4.069	3.922
Imposte sul reddito	(1.560)	(1.443)
Quota di terzi	2	4
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	2.511	2.483
Risultato netto delle attività cessate	(57)	(56)
Quota di competenza di terzi delle perdite delle attività cessate	0	0
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	(57)	(56)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	2.454	2.427

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”.

Nel trimestre i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 61,7 milioni (Euro 66,4 milioni nei tre mesi gennaio-marzo 2008), comprensivi di ricavi operativi per Euro 61,2 milioni ed altri



ricavi per Euro 0,5 milioni, nel complesso in diminuzione del 7,1 % rispetto al trimestre analogo del 2008.

Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA), pari a circa Euro 4,6 milioni, si incrementa del 17,4 % rispetto al primo trimestre 2008 (Euro 3,9 milioni nei tre mesi gennaio-marzo 2008, nel quale erano stati sostenuti costi per il lancio del nuovo settimanale “TV MIA” di circa Euro 1,3 milioni).

Il risultato operativo (EBIT), pari a circa Euro 3,7 milioni, si incrementa del 17,0 % rispetto al primo trimestre 2008 (Euro 3,2 milioni nei tre mesi gennaio-marzo 2008).

Il risultato netto è stato pari ad Euro 2,5 milioni, in crescita dell' 1,1% (Euro 2,4 milioni nei tre mesi gennaio-marzo 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, Il Trovatore ed attività cessate, comparandoli con i risultati di settore per il primo trimestre 2008. Tale analisi evidenzia in particolare il significativo incremento dei margini del settore editoriale con il margine operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) settoriale che crescono rispettivamente a circa Euro 2,7 milioni ed Euro 2,4 milioni (Euro 0,8 ed Euro 0,4 milioni nel trimestre analogo dell'esercizio precedente).

:



31/03/2009 (Trimestre) (Migliaia di Euro)	Editoria	Concessi onarie	Trovatore	Attività cessate	Eliminazio ni	Totale
Ricavi operativi lordi	25.508	41.923	84	-	(6.313)	61.202
Sconti di agenzia	-	(5.947)	-	-	-	(5.947)
Ricavi operativi netti	25.508	35.976	84	-	(6.313)	55.255
Variazione delle rimanenze	(41)	-	-	-	-	(41)
Altri proventi	377	141	-	-	-	518
Totale ricavi	25.844	36.117	84	-	(6.313)	55.732
Costi della produzione	(19.054)	(33.019)	(83)	-	6.313	(45.843)
Costo del personale	(4.120)	(1.159)	(8)	-	-	(5.287)
Margine operativo lordo	2.670	1.939	(7)	-	-	4.602
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(308)	(557)	1	-	-	(864)
Risultato operativo	2.362	1.382	(6)	-	-	3.738
Gestione finanziaria	13	318	-	-	-	331
Risultato prima delle imposte	2.375	1.700	(6)	-	-	4.069
Imposte sul reddito	(925)	(633)	(2)	-	-	(1.560)
Quota di terzi	-	-	2	-	-	2
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	1.450	1.067	(6)	-	-	2.511
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	(57)	-	(57)
Risultato netto dell'esercizio	1.450	1.067	(6)	(57)	-	2.454

31/03/2008 (Trimestre) (Migliaia di Euro)	Editoria	Concessio narie	Trovatore	Attività cessate	Eliminazio ni	Totale
Ricavi operativi lordi	27.063	46.853	71	-	(8.311)	65.676
Sconti di agenzia	-	(6.551)	-	-	-	(6.551)
Ricavi operativi netti	27.063	40.302	71	-	(8.311)	59.125
Altri proventi	548	202	-	-	-	750
Variazione delle rimanenze	(113)	-	-	-	-	(113)
Totale ricavi	27.498	40.504	71	-	(8.311)	59.762
Costi della produzione	(22.407)	(36.162)	(78)	-	8.311	(50.336)
Costo del personale	(4.246)	(1.252)	(8)	-	-	(5.506)
Margine operativo lordo	845	3.090	(15)	-	-	3.920
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(406)	(315)	(4)	-	-	(725)
Risultato operativo	439	2.775	(19)	-	-	3.195
Gestione finanziaria	(3)	732	(2)	-	-	727
Risultato prima delle imposte	436	3.507	(21)	-	-	3.922
Imposte sul reddito	(305)	(1.138)	-	-	-	(1.443)
Quota di terzi	-	-	4	-	-	4
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	131	2.369	(17)	-	-	2.483
Risultato netto della attività cessate	-	-	-	(56)	-	(56)
Risultato netto dell'esercizio	131	2.369	(17)	(56)	-	2.427



Il risultato del trimestre della Diellesei S.p.A. in liquidazione può essere analizzato come segue:

<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	31/03/2009 (Trimestre)	31/03/2008 (Trimestre)
Altri ricavi	-	18
Totale ricavi	-	18
Costi della produzione	(9)	(16)
Costo del personale	0	0
Margine operativo lordo	(9)	2
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	0	0
Risultato operativo	(9)	2
Gestione finanziaria	(69)	(69)
Risultato prima delle imposte	(78)	(67)
Imposte sul reddito	21	11
Quota di terzi	0	0
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	(57)	(56)

Nel corso del trimestre è proseguita la liquidazione della Diellesei. Gli oneri finanziari sono relativi al costo figurativo del debito nei confronti degli istituti di credito, dilazionato senza interessi nel contesto degli accordi transattivi raggiunti nel corso dell'esercizio 2006/2007 ed attualizzati nel bilancio al 30 settembre 2007.

4. Dati patrimoniali consolidati

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

<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	31/03/2009	31/12/2008
<u>Dati patrimoniali</u>		
Attività materiali	3.106	3.205
Attività immateriali	13.395	13.536
Attività finanziarie	4.547	4.545
Circolante netto e imposte anticipate	(9.942)	(8.199)
Totale mezzi impiegati	11.106	13.087
Passività a lungo e fondi	5.454	5.647
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(66.678)	(62.696)
Patrimonio netto del gruppo	72.338	70.142
Patrimonio netto di terzi	(8)	(6)
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	11.106	13.087

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.

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. Alla data del 31 marzo 2009 tale importo è ancora incluso nelle riserve patrimoniali.

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 66,7 milioni e dall'altro prevede di mantenere un'adeguata capacità di generare risorse finanziarie con la gestione operativa anche nell'attuale contesto di mercato.

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.

L'operatività ed i ricavi sono realizzati esclusivamente in Italia e non c'è quindi esposizione ai tassi di cambio. 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.

Nell'ambito del programma di acquisto di azioni proprie deliberato dall'Assemblea dei soci del 28 gennaio 2008 ed avviato dal Consiglio di Amministrazione il 19 marzo 2008, nel periodo tra il 31 dicembre 2008 ed il 31 marzo 2009 sono state acquistate n. 149.501 azioni proprie per un controvalore complessivo di Euro 258 mila.

5. Variazione della posizione finanziaria netta consolidata

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

(valori in migliaia di Euro)	31/03/2009	31/12/2008	Variazioni
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	58.977	54.954	4.023
Conto corrente cointestato con Telepiù	7.517	7.489	28
Depositi vincolati correnti	6.826	6.826	-
Depositi vincolati non correnti	-	-	-
Attività finanziarie correnti	79	79	-
Scoperti di conto corrente	-	-	-
Debiti verso banche per finanziamenti	(6.721)	(6.652)	(69)
Totale	66.678	62.696	3.982

La posizione finanziaria netta consolidata al 31 marzo 2009 risulta positiva per circa Euro 66,7 milioni e include:

- la liquidità depositata in un conto corrente cointestato con Telepiù SpA (Euro 7,5 milioni comprensivo di interessi maturati), vincolato alla decisione del giudizio arbitrale pendente tra Cairo Communication e Telepiù SpA, sul quale, in accordo con Telepiù SpA, Cairo Communication ha versato l'importo di alcune fatture emesse da Telepiù nel 2004, di cui



Cairo Communication aveva chiesto il sequestro conservativo a garanzia del suo diritto al risarcimento dei danni nei confronti di Telepiù SpA, azionato nell'arbitrato pendente contro la stessa;

- due conti vincolati di rispettivamente Euro 2,6 milioni ed Euro 4,2 milioni, accesi nel contesto di due operazioni che nel corso dell'esercizio 2006/2007 avevano visto la concessione da parte di due 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 senza interessi nei termini di rientro del debito stesso rispettivamente al 30 aprile ed al 30 settembre 2009.

La gestione della liquidità ha continuato ad essere improntata a principi di prudenza. 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.

6. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi operativi lordi** del trimestre, suddivisa fra i due principali settori di attività (attività editoriale e concessionaria di pubblicità, che include anche Il Trovatore) può essere analizzata come segue, confrontata con i valori del trimestre analogo dell'esercizio precedente:



Ricavi lordi					
31/03/2009					
(tre mesi)					
(Migliaia di Euro)	Editoriale	Concessionarie	Trovatore	Eliminazioni	Totali
	infragruppo				
Vendita pubblicazioni	18.456	0	0	0	18.456
Pubblicità su stampa	6.265	8.893	0	(6.111)	9.047
Pubblicità televisiva	0	31.624	0	0	31.624
Cartellonistica stadi	0	1.154	0	0	1.154
Pubblicità su Internet	0	115	84	(77)	122
Abbonamenti	727	0	0	0	727
Audiovisivi e vari	0	0	0	0	0
Libri e cataloghi	365	0	0	0	365
Altri ricavi	0	137	0	(125)	12
I.V.A. assolta dall'editore	(305)	0	0	0	(305)
Totale ricavi operativi lordi	25.508	41.923	84	(6.313)	61.202
Altri ricavi	377	141	-	-	518
Totale ricavi	25.885	42.064	84	(6.313)	61.720

Ricavi lordi					
31/03/2008					
(tre mesi)					
(Migliaia di Euro)	Editoriale	Concessionarie	Trovatore	Eliminazione	TOTALI
	di Pubblicità				
	infragruppo				
Vendita pubblicazioni	17.885	-	0	0	17.885
Pubblicità su stampa	8.220	11.788	0	(8.124)	11.884
Pubblicità televisiva	0	33.532	0	0	33.532
Cartellonistica stadi	0	1.306	0	0	1.306
Pubblicità su Internet	0	89	71	(61)	99
Abbonamenti	760	0	0	0	760
Libri e cataloghi	517	0	0	0	517
I.V.A. assolta dall'editore	(319)	0	0	0	(319)
Altri ricavi	0	138	0	(126)	12
Totale ricavi operativi lordi	27.063	46.853	71	(8.311)	65.676
Altri ricavi e proventi	548	202	0	0	750
Totale ricavi lordi	27.611	47.055	71	(8.311)	66.426

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 trimestre, 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 a circa Euro 2,7 milioni ed Euro 2,4 milioni (Euro 0,8 ed Euro 0,4 milioni nel trimestre analogo dell'esercizio precedente).

I ricavi lordi del settore editoriale sono stati pari a circa Euro 26 milioni, in flessione del 6,1 % rispetto al primo trimestre 2008, per effetto principalmente del calo della raccolta pubblicitaria.

In particolare, nei tre mesi gennaio-marzo 2009 i ricavi diffusionali delle testate del Gruppo, pari a Euro 18,5 milioni, sono in crescita del 3,2 % rispetto a quelli del periodo analogo del 2008 (Euro 17,9 milioni), fatto estremamente positivo in considerazione del generale andamento del mercato. La raccolta pubblicitaria sulle stesse testate, pari a Euro 8,8 milioni a livello di Gruppo, ha registrato nel complesso un decremento del 24 % rispetto al periodo analogo del 2008 (Euro 11,7 milioni), inferiore rispetto a quello del mercato dei periodici secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG (-31,4% nel trimestre gennaio-marzo 2009).

L'aggravarsi della crisi finanziaria e dei fattori di incertezza sullo scenario di breve e medio periodo hanno avuto infatti impatti negativi sul mercato della pubblicità determinando una riduzione degli investimenti pubblicitari a partire dall'autunno 2008 che si è confermata nel primo trimestre dell'esercizio.

“Settimanale DIPIU”, il secondo periodico più venduto in Italia con una diffusione media ADS di 737.583 copie nei dodici mesi febbraio 2008 - gennaio 2009, “DIPIU’ TV” (521.332 copie medie ADS nei dodici mesi febbraio 2008 - gennaio 2009) e “Diva e Donna” (215109 copie medie ADS nei dodici mesi febbraio 2008 - gennaio 2009), hanno generato nel trimestre ricavi complessivi a livello di Gruppo pari ad Euro 21,9 milioni (Euro 23,2 milioni nei tre mesi analoghi del 2008).

Con riferimento alle diffusioni, le caratteristiche dei prodotti editi 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, 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 (2% sui ricavi editoriali complessivi) 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 dei suoi prodotti editoriali,



-
- le testate settimanali, che rappresentano circa il 80 % dei ricavi complessivi del settore editoriale, normalmente vengono vendute da sole e non vengono fatti abbinamenti tra le stesse e/o con quotidiani per incrementarne i risultati diffusionali,
 - le quattro testate settimanali del Gruppo in considerazione della loro giovane “età” presentano un grado di notorietà spontanea più basso rispetto a quello delle testate concorrenti dirette che sono in edicola da molto più tempo vi è quindi spazio per incrementarla attraverso le campagne di comunicazione, la qualità dei prodotti e l’abitudine al consumo, con conseguenti effetti positivi sia sulle copie vendute che sulla pubblicità raccolta.

Considerando la sola attività editoriale del Gruppo, i ricavi pubblicitari nel 2008 hanno avuto un incidenza percentuale del 41% - molto bassa se raffrontata con la struttura dei ricavi di altri importanti gruppi editoriali - mentre il restante 59% è stato generato da ricavi da diffusione e abbonamenti a dimostrazione della forte valenza editoriale dei prodotti pubblicati.

CONCESSIONARIE DI PUBBLICITA’ - IL TROVATORE

Con riferimento al settore concessionarie il Gruppo Cairo Communication opera principalmente nella raccolta pubblicitaria sul mezzo stampa per le società editrici del Gruppo Cairo Editore (“For Men Magazine”, “Natural Style”, “Settimanale DIPIU’”, “DIPIU’ TV” e gli allegati quindicinali “Settimanale DIPIU’ e DIPIU’TV Cucina” e “Settimanale DIPIU’ e DIPIU’TV Stellare”, “Diva e Donna” e “TV Mia”) ed Editoriale Giorgio Mondadori (Bell’Italia”, “Bell’Europa”, “In Viaggio”, “Airone”, “Gardenia”, “Arte” e “Antiquariato”) e nella raccolta pubblicitaria sul mezzo TV per editori terzi TIMedia (La7), Turner Italia (Cartoon Network, Boomerang, CNN).

Nel trimestre i ricavi lordi del settore concessionarie sono stati pari a circa Euro 41,9 milioni, in flessione del 10,96 % rispetto al primo trimestre 2008.

Con circa Euro 180 milioni di ricavi pubblicitari nel 2008, il Gruppo Cairo Communication detiene una quota del mercato pubblicitario complessivo del 2,1 % (circa il 2,6 % del mercato pubblicitario televisivo ed il 4,4 % del mercato pubblicitario dei periodici). Tale quota di mercato lascia al Gruppo ancora ampi margini di crescita, soprattutto in considerazione della elevata qualità e della importante diffusione/ascolti delle proprie testate, in particolare settimanali, di La 7 e dei canali tematici in concessione, qualità e diffusione/ascolti che rappresentano un significativo fattore di vantaggio competitivo.



Televisione

Nel primo trimestre 2009 i ricavi pubblicitari televisivi, pari a complessivi Euro 31,6 milioni, si decrementano del 6 % rispetto al trimestre analogo del 2008, flessione inferiore rispetto a quella fatta registrare dall'intero mercato pubblicitario televisivo secondo i dati AC Nielsen.

In particolare, nel trimestre gennaio-marzo 2009, mesi in cui il mercato pubblicitario ha risentito dei fattori di incertezza determinati dalla crisi finanziaria, la raccolta pubblicitaria sul canale La 7, pari a circa Euro 30,1 milioni, è stata in linea con i target contrattuali di ricavi minimi mensili.

Il contratto di concessione pubblicitaria in esclusiva stipulato per il canale La 7 prevede infatti ricavi pubblicitari lordi minimi annui di Euro 120 milioni, con corrispettivi minimi garantiti per l'editore Telecom Italia Media di Euro 84 milioni (70%) annui. Contrattualmente i ricavi pubblicitari minimi sono stati mensilizzati sulla base della loro distribuzione mensile nei sei anni 2003-2008. Il mancato raggiungimento dei ricavi pubblicitari lordi minimi dei prossimi mesi avrebbe un impatto negativo sulla marginalità del Gruppo nei futuri trimestri. Sulla base del portafoglio ordini acquisito ad oggi per la pubblicità trasmessa e da trasmettere sul canale La7 nel bimestre aprile-maggio, è possibile prevedere che il target contrattuale dei ricavi per tale periodo, pari a Euro 22,8 milioni, sarà sostanzialmente raggiunto.

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 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. La 7 presenta un eccellente profilo di ascoltatori, particolarmente interessante per la comunicazione pubblicitaria, il numero di clienti attualmente attivi (circa 400) è incrementabile considerato il numero complessivo di investitori sul mezzo televisivo (circa 1.500) e tale differenza consente un notevole potenziale di crescita, infine il costo per contatto televisivo è attualmente inferiore rispetto alla concorrenza.

L'arbitrato pendente nei confronti di Telepiù, nel quale entrambe le parti hanno chiesto la risoluzione del contratto e il risarcimento del danno, è ancora in corso. Il Collegio Arbitrale, costituito dal prof. avv. Raffaele Nobili, presidente, prof. avv. Guido Rossi, arbitro nominato dalla Società, e prof. avv. Vittorio Colesanti, arbitro nominato da Telepiù, dopo l'interrogatorio libero dei rappresentanti delle parti, ha esperito le prove testimoniali ed ha disposto consulenza tecnica. Il Collegio Arbitrale, ritenuti esaurienti i documenti acquisiti, le prove testimoniali esperite e la relazione di consulenza tecnica, e ritenuta quindi la controversia matura per la decisione, ha dichiarato chiusa la fase istruttoria e assegnato alle parti i termini per il deposito



delle memorie conclusionali (15 maggio 2009) e delle memorie di replica (15 luglio 2009) ed è pertanto prevedibile che l'arbitrato si concluda entro il 2009. Gli amministratori ritengono che le contestazioni di Telepiù, sollevate per la prima volta vari mesi dopo che Telepiù aveva ceduto l'azienda a Sky escludendone il contratto con Cairo e dismettendo poi, dal 31 luglio 2003, le sue attività di trasmissione televisiva e limitandosi a consentire a Cairo di proseguire, sino al 30 giugno 2004, la raccolta nei soli limiti indicati da Sky, siano pretestuose, mentre quelle della Società, fondate sulla violazione dell'impegno di continuità del contratto, anche in caso di cambio di controllo, di durata almeno decennale della concessione ed anche sullo svuotamento del relativo contratto, appaiono di consistente fondamento. In tale arbitrato Cairo ha chiesto anche la condanna di Telepiù al risarcimento di ingentissimi danni per lucro cessante, danno emergente e danno alla reputazione commerciale.

Stampa

La raccolta pubblicitaria complessiva sulle testate del Gruppo, pari a Euro 8,8 milioni, ha registrato nel complesso un decremento del 24 % rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente, inferiore rispetto a quello del mercato pubblicitario dei periodici secondo i dati dell'Osservatorio FCP-FIEG (-31,4 % nel trimestre gennaio-marzo 2009).

Con riferimento alle testate del Gruppo, gli eccellenti livelli diffusionali, che hanno consentito al Gruppo di diventare il secondo editore di settimanali per copie vendute in edicola al netto dei settimanali allegati ai quotidiani, rendono il prezzo delle pagine pubblicitarie molto conveniente in termini di costo della pubblicità per copia venduta (pari al rapporto tra prezzo pagina pubblicitaria e copie vendute) che sono attualmente inferiori rispetto a quelli di prodotti concorrenti.

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.

7. Investimenti in immobilizzazioni consolidati

Il dettaglio degli investimenti in immobilizzazioni a livello consolidato nel trimestre può essere analizzato come segue:

(valori in migliaia di Euro)	31/03/2009 (3 mesi)	31/03/2008 (3 mesi)
------------------------------	------------------------	------------------------

Incrementi



Concessioni, licenze e marchi	5	254
Altre	0	0
Totale immobilizzazioni immateriali	5	254
Impianti e macchinari		
Altri beni	0	132
Migliorie beni di terzi	0	20
Totale immobilizzazioni materiali	0	152
Crediti verso altri	0	0
Totale immobilizzazioni finanziarie	0	0
Totale incrementi delle immobilizzazioni	5	406

8. Dati economici della capogruppo

I principali **dati economici della capogruppo** del primo trimestre 2009 possono essere confrontati come segue con i valori del trimestre analogo dell'esercizio precedente:

<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	31/03/2009 (Trimestre)	31/03/2008 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	31.189	43.108
Sconti di agenzia	(16)	(4.895)
Altri ricavi	23	41
Totale ricavi	31.196	38.254
Costi della produzione	(29.712)	(36.187)
Costo del personale	(545)	(558)
Margine operativo lordo	939	1.509
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(153)	(222)
Risultato operativo	786	1.287
Gestione finanziaria	298	685
Rettifiche di valore di attività finanziarie	-	0
Risultato prima delle imposte	1.084	1.972
Imposte sul reddito	(398)	(633)
Risultato netto delle attività in continuità	686	1.339
Risultato netto delle attività cessate	(57)	(56)
Risultato netto	629	1.283

Nel trimestre i ricavi lordi sono stati pari a Euro 31,2 milioni, in diminuzione del 27,7% rispetto ai 43,1 milioni nei tre mesi gennaio-marzo 2008.

Il risultato operativo lordo (EBITDA) è pari a circa Euro 0,9 milioni rispetto a circa Euro 1,5 milioni nei tre mesi gennaio-marzo 2008, il risultato operativo (EBIT) è pari circa a Euro 0,7 milioni rispetto a circa Euro 1,3 milioni nel periodo analogo all'esercizio precedente.

9. Dati patrimoniali della capogruppo



I principali **dati patrimoniali** al 31 marzo 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)	31/03/2009	31/12/2008
Dati patrimoniali		
Attività materiali	479	585
Attività immateriali	397	374
Attività finanziarie	18.566	18.145
Altre attività non correnti	3.781	3.781
Depositi vincolati non correnti	-	-
Circolante commerciale netto	13.599	8.347
Totale mezzi impiegati	36.822	31.232
Passività a lungo e fondi	7.418	7.349
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(49.793)	(54.943)
Debiti verso società controllate	4.885	4.885
Patrimonio netto	74.312	73.941
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	36.822	31.232

Come già commentato nelle note relative alla situazione patrimoniale consolidata, la movimentazione del patrimonio netto è riconducibile al risultato di periodo ed all'acquisto di azioni proprie.

10. Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo

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

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2009	31/12/2008	Variazione
Disponibilità liquide	35.370	40.548	(5.178)
Conto corrente cointestato con Telepiù vincolato	7.517	7.489	28
Depositi vincolati correnti	6.827	6.827	-
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	79	79	-
Totale	49.793	54.943	(5.150)
Debiti verso società controllate	(4.885)	(4.885)	-
Totale	44.908	50.058	(5.150)

La posizione finanziaria netta al 31 marzo 2009 risulta positiva per circa Euro 49,8 milioni e include la liquidità depositata in un conto corrente cointestato con Telepiù Srl (Euro 7,5 milioni comprensivo di interessi maturati) e depositi vincolati riconducibili alla liquidità depositata in due conti vincolati di rispettivamente Euro 2,6 milioni ed Euro 4,2 milioni, già descritti nelle note di commento alla posizione finanziaria netta consolidata.

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



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

Come nell'ultima parte del 2008, i mercati finanziari continuano ad essere contraddistinti da una volatilità particolarmente marcata con ripercussioni sull'intero andamento dell'economia, sulla propensione agli acquisti delle famiglie e sull'attività produttiva delle imprese. L'aggravarsi della crisi finanziaria e dei fattori di incertezza sullo scenario di breve e medio periodo hanno avuto impatti negativi sul mercato della pubblicità determinando un calo degli investimenti pubblicitari a partire dall'autunno 2008, che si sta protraendo anche nei primi mesi del 2009. Al momento resta incerto il periodo necessario per un ritorno a normali condizioni di mercato.

Pur operando in questo contesto generale, nel primo trimestre 2009 il Gruppo ha incrementato la marginalità operativa lorda rispetto ai tre mesi gennaio-marzo 2008, grazie soprattutto alle caratteristiche dei prodotti editi ed alla sua strategia editoriale che hanno consentito in particolare al settore editoriale del Gruppo di incrementare EBITDA e EBIT rispettivamente a Euro 2,7 milioni ed Euro 2,4 milioni (Euro 0,8 ed Euro 0,4 milioni nel trimestre analogo dell'esercizio precedente).

Cairo Editore continuerà a perseguire le opportunità di ottimizzazione dei costi di produzione, editoriali e di distribuzione.

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 in concessione e le testate del Gruppo.

In considerazione delle caratteristiche dei prodotti editi dal Gruppo e dei mezzi in concessione, si ritiene conseguibile l'obiettivo di confermare nell'esercizio 2009 risultati gestionali in linea con quelli conseguiti nel 2008. 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