



CAIROCOMMUNICATION

Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2010

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

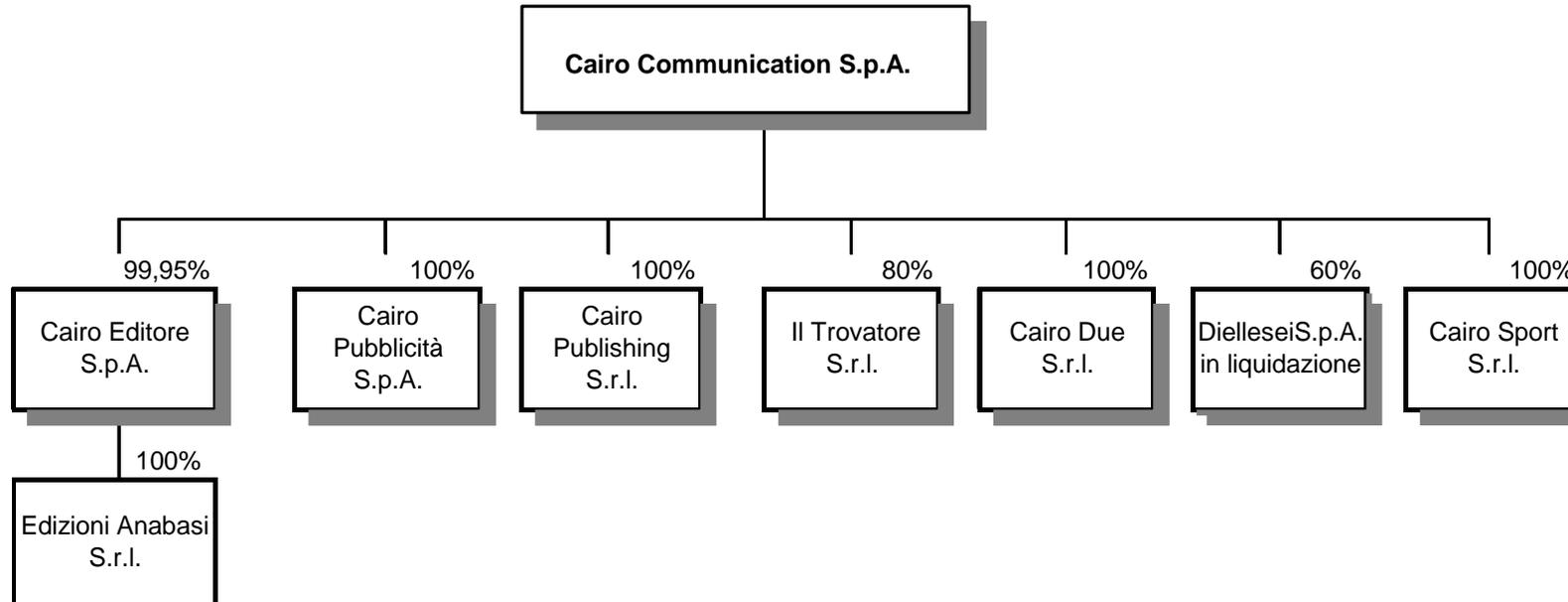
Società di revisione

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 marzo 2010





1. Principi e criteri di valutazione applicati nella redazione del resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2010

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 2010 e sono confrontati con il corrispondente periodo del 2009. 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 2009.

I prospetti contabili trimestrali al 31 marzo 2010 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 2009.

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 primo trimestre 2010 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 28 gennaio 2010, 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, il Collegio ha condannato quindi Telepiù a pagare a Cairo il predetto importo di 10,7 milioni di Euro nonché circa Euro 0,8 milioni per spese di difesa e di arbitrato.

Nel primo trimestre 2010, si è verificato il permanere di fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo, che hanno continuato a manifestare impatti sia sulla propensione agli acquisti delle famiglie, sia sull'attività produttiva delle imprese. Secondo i dati AC Nielsen, nei tre mesi gennaio-marzo la raccolta pubblicitaria sui periodici ha registrato una flessione del 10,3% rispetto al periodo analogo dell'esercizio 2009, quando il mercato pubblicitario dei periodici aveva fatto registrare una flessione 29,2% (dati AC Nielsen) rispetto al 2008. Il mercato pubblicitario televisivo, che pure si confronta con un primo trimestre 2009 che aveva presentato un andamento molto negativo (-15,4% secondo i dati AC Nielsen), nel primo trimestre 2010 è stato invece in crescita del 6% (dati AC Nielsen).



In questo contesto generale, nel trimestre il Gruppo Cairo Communication ha conseguito risultati della gestione corrente - al netto quindi dei proventi dell'arbitrato - in crescita rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente con un margine operativo lordo (EBITDA) di circa Euro 5,1 milioni (+11,2%) ed un EBIT di circa Euro 4,2 milioni (+12,2%).

In particolare, nel primo trimestre 2010:

- per il **settore editoriale**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) hanno sostanzialmente confermato i valori del periodo analogo dell'esercizio precedente a circa Euro 2,6 milioni ed Euro 2,2 milioni (rispettivamente Euro 2,7 ed Euro 2,4 milioni nel primo trimestre 2009), nonostante il minor numero di uscite dei tre settimanali "Settimanale Dipiù", "Dipiù TV" e "TV Mia" rispetto al primo trimestre 2009, 13 uscite anziché 14, con un impatto negativo sui margini di circa Euro 0,4 milioni;
- per il **settore concessionarie**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) della gestione corrente - al netto quindi dei proventi dell'arbitrato - sono in crescita rispettivamente del 29% e del 41% a Euro 2,5 milioni ed Euro 2 milioni rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (rispettivamente Euro 1,9 ed Euro 1,4 milioni nel 2009), grazie principalmente alla crescita dei ricavi pubblicitari televisivi (+ 8 % nel complesso). In particolare, la raccolta pubblicitaria sul canale La 7, pari a circa Euro 30,4 milioni, ha superato il target contrattuale trimestrale che prevedeva ricavi minimi di Euro 30 milioni.

Includendo i proventi non ricorrenti, il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati rispettivamente pari a circa Euro 11,9 milioni (Euro 4,6 milioni nel primo trimestre 2009) e circa Euro 11 milioni (Euro 3,7 milioni nel primo trimestre 2009). Il risultato netto di pertinenza del Gruppo è stato pari a circa Euro 6,3 milioni.

3. Dati economici consolidati

I principali **dati economici consolidati** del primo trimestre 2010 possono essere confrontati come segue con i valori del 2009:



(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2010 (Trimestre)		31/03/2009 (Trimestre)	
	Gestione corrente	Proventi non ricorrenti	Totale	
Ricavi operativi lordi	59.735	-	59.735	61.202
Sconti di agenzia	(6.035)	-	(6.035)	(5.947)
Ricavi operativi netti	53.700	-	53.700	55.255
Variazione delle rimanenze	(40)	-	(40)	(41)
Altri ricavi e proventi	763	-	763	518
Proventi non ricorrenti da Arbitrato Telepiù	-	6.792	6.792	-
Totale ricavi	54.423	6.792	61.215	55.732
Costi della produzione	(44.025)	-	(44.025)	(45.843)
Costo del personale	(5.282)	-	(5.282)	(5.287)
Margine operativo lordo	5.116	6.792	11.908	4.602
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(922)	-	(922)	(864)
Risultato operativo	4.194	6.792	10.986	3.738
Gestione finanziaria	61	-	61	331
Risultato prima delle imposte	4.255	6.792	11.047	4.069
Imposte sul reddito	(1.633)	(3.122)	(4.755)	(1.560)
Quota di terzi	-	-	-	2
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività in continuità	2.622	3.670	6.292	2.511
Risultato netto delle attività cessate	(7)	-	(7)	(57)
Quota di competenza di terzi delle perdite delle attività cessate	-	-	-	-
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	(7)	-	(7)	(57)
Risultato netto di pertinenza del Gruppo	2.615	3.670	6.285	2.454

Negli schemi di conto economico consolidati, i proventi derivanti dall'arbitrato sono stati indicati separatamente in quanto riconducibili ad una operazione da considerarsi non ricorrente per natura e rilevanza di importo.

Con riferimento alla gestione corrente, nel primo trimestre 2010:

- i ricavi lordi consolidati della gestione corrente sono stati pari a circa Euro 60,5 milioni (Euro 61,7 milioni nel primo trimestre 2009), comprensivi di ricavi operativi per Euro 59,7 milioni ed altri ricavi per Euro 0,8 milioni, nel complesso in diminuzione dell' 2% rispetto al 2009,
- il margine operativo lordo consolidato (EBITDA), pari a circa Euro 5,1 milioni è in crescita del 11,2 % rispetto a quello del primo trimestre 2009 (Euro 4,6 milioni),
- il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa Euro 4,2 milioni, è in crescita del 12,2% rispetto al primo trimestre 2009 (Euro 3,7 milioni).



L'esito dell'arbitrato ha impattato positivamente il conto economico consolidato del trimestre al netto del valore di quelle attività iscritte nel bilancio consolidato al 31 dicembre 2009 riconducibili al contratto di concessione pubblicitaria tra Telepiù e Cairo, in particolare:

- altre attività per circa Euro 1,6 milioni, il cui importo è stato assorbito nel danno liquidato a Cairo in arbitrato, riconducibili alla quota delle perdite maturate su crediti nei confronti della clientela pubblicitaria di competenza di Telepiù ai sensi del contratto di concessione, che ne prevedeva la retrocessione pro quota all'editore,
- il residuo della differenza di consolidamento, pari a circa 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"; la rilevazione a conto economico del controvalore di tale differenza di consolidamento non ha avuto impatti sulle imposte di periodo in quanto priva di rilevanza fiscale e finanziaria.

Includendo i proventi non ricorrenti, il marginale operativo lordo consolidato (EBITDA), è stato pari a circa Euro 11,9 milioni (Euro 4,6 milioni primo trimestre 2009). Il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa Euro 11 milioni (Euro 3,7 milioni primo trimestre 2009).

La variazione del risultato della gestione finanziaria è principalmente riconducibile alla significativa variazione dei tassi di interesse rispetto al 2009 (0,43 % la media dell'Euribor nel primo trimestre 2010 rispetto all'1,75 % del primo trimestre 2009).

Il risultato netto è stato pari a circa Euro 6,3 milioni, in crescita del 156,1 % (Euro 2,5 nel 2009). Anche al netto dei proventi da arbitrato non ricorrenti, il risultato netto della gestione corrente, pari a Euro 2,6 milioni, è in crescita rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (+6,6%).

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



(Valori in migliaia di Euro)

31/03/2010

31/03/2009

Conto economico consolidato complessivo

Risultato netto di pertinenza del Gruppo	6.285	2.454
Perdita dalla valutazione di attività finanziarie "available for sales"	(130)	-
Totale conto economico complessivo di competenza del Gruppo	6.155	2.454

La voce perdita da valutazione di attività finanziarie "available for sales" 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 2010 (Euro 5,07 per azione), con contropartita il patrimonio netto per complessivi Euro 130 mila.

Per una migliore comprensione dell'andamento economico del Gruppo è possibile concentrare l'analisi sui risultati conseguiti nel primo trimestre 2010 a livello dei singoli principali settori (editoria, concessionarie e Il Trovatore), comparandoli con i risultati di settore per il trimestre analogo del 2009:

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



31/03/2009 (Trimestre) (Migliaia di Euro)	Editoria	Concessionarie	Trovato- re	Attività non allocate	Infra gruppo	Totale
		Gestione corrente	Voci non ricorrenti			
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
Proventi non ricorrenti da arbitrato	-	-	-	-	-	-
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
Risultato delle partecipazioni	-	-	-	-	-	-
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

Nel primo trimestre 2010, l'analisi di settore evidenzia che:

- per il **settore editoriale**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) hanno sostanzialmente confermato i valori del periodo analogo dell'esercizio precedente a circa Euro 2,6 milioni ed Euro 2,2 milioni (rispettivamente Euro 2,7 ed Euro 2,4 milioni nel primo trimestre 2009), nonostante da un lato il minor numero di uscite dei tre settimanali "Settimanale Dipiù", "Dipiù TV" e "TV Mia" rispetto al primo trimestre 2009, 13 uscite anziché 14, con un impatto negativo sui margini di circa Euro 0,4 milioni e dall'altro l'incremento di circa Euro 0,3 milioni dei costi di comunicazione nel trimestre, principalmente a supporto del rilancio del settimanale "Diva e Donna";
- per il **settore concessionarie**, il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) della gestione corrente - al netto quindi dei proventi dell'arbitrato - sono in crescita rispettivamente del 29% e del 41% a Euro 2,5 milioni ed Euro 2 milioni rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (rispettivamente Euro 1,9 ed Euro 1,4 milioni nel 2009), grazie principalmente alla crescita dei ricavi pubblicitari televisivi (+ 8 % nel complesso). In particolare, la raccolta pubblicitaria sul canale La 7, pari a circa Euro 30,4 milioni, ha superato il target contrattuale trimestrale che prevedeva ricavi minimi di Euro 30 milioni.



Analogamente a quanto fatto per la predisposizione del bilancio consolidato al 31 dicembre 2009, 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>	31/03/2010 (Trimestre)	31/03/2009 (Trimestre)
Altri ricavi	-	-
Totale ricavi	-	-
Costi della produzione	(9)	(9)
Costo del personale	-	-
Margine operativo lordo	(9)	(9)
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	-	-
Risultato operativo	(9)	(9)
Gestione finanziaria	-	(69)
Risultato prima delle imposte	(9)	(78)
Imposte sul reddito	2	21
Quota di terzi	-	-
Risultato netto di pertinenza del Gruppo delle attività cessate	(7)	(57)

4. Dati patrimoniali consolidati

I principali **dati patrimoniali consolidati** al 31 marzo 2010 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 31 dicembre 2009:

<i>(Valori in migliaia di Euro)</i>	31/03/2010	31/12/2009
<u>Dati patrimoniali</u>		
Attività materiali	2.736	2.812
Attività immateriali	9.700	13.101
Attività finanziarie	3.985	4.113
Imposte anticipate	4.617	4.652
Circolante netto	(4.806)	(3.544)
Totale mezzi impiegati	16.232	21.134
Passività a lungo e fondi	5.565	5.752
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(62.230)	(51.364)
Patrimonio netto del gruppo	72.898	66.747
Patrimonio netto di terzi	(1)	(1)
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	16.232	21.134

L'Assemblea degli Azionisti del 28 aprile 2010 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 2 post frazionamento) il 10 maggio 2010, per complessivi Euro 15,5 milioni. Alla data del 31 marzo 2010 tale importo è ancora incluso nelle riserve patrimoniali.



Nel corso del 2010, nell'ambito dei programmi di acquisto di azioni proprie, non sono state acquistate o vendute azioni proprie. Alla data del 31 marzo 2010 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 3.879 mila) ad una partecipazione di 765.000 azioni pari al 10% del capitale della società quotata Dmail Group S.p.A., valutata al 31 marzo 2010 al *fair value* (Euro 5,07 il valore unitario per azione di Borsa al 31 marzo 2010).

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 62,2 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 marzo 2010, confrontata con i valori di bilancio consolidato 31 dicembre 2009 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:



(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2010	31/12/2009	Variazioni
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	62.255	43.867	18.388
Conto corrente cointestato con Telepiù	-	7.543	(7.543)
Attività finanziarie correnti	79	79	-
Scoperti di conto corrente	(104)	(125)	21
Debiti verso banche per finanziamenti	-	-	-
Totale	62.230	51.364	10.866

Al 31 dicembre 2009, la posizione finanziaria netta consolidata includeva 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 secondo le modalità previste nell'accordo di accensione del conto. A seguito del lodo in data 27 gennaio 2010 il predetto saldo è stato svincolato a favore di Cairo Communication. Telepiù lo imputa interamente al danno liquidato dal Collegio Arbitrale con un'interpretazione che Cairo Communication ha contestato.

E' politica del Gruppo mantenere la liquidità disponibile investita in depositi bancari a vista o a brevissimo termine, frazionando gli investimenti su un congruo numero di controparti, essenzialmente bancarie, avendo come obiettivo primario la pronta liquidabilità di detti investimenti. Le controparti sono selezionate sulla base del merito creditizio, della loro affidabilità e della qualità dei servizi resi. I flussi di cassa e la liquidità delle società del Gruppo sono monitorati e gestiti centralmente sotto il controllo della Tesoreria di Gruppo, con l'obiettivo di garantire una efficace ed efficiente gestione delle risorse finanziarie.

6. Andamento dei ricavi

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



Ricavi lordi	31/03/2010				
	(tre mesi)				
(Migliaia di Euro)	Editoriale	Concessionarie	Trovatore	Eliminazioni	Totali
	infragruppo				
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
Audiovisivi e vari	-	-	-	-	-
Libri e cataloghi	265	-	-	-	265
Altri ricavi	-	137	77	(202)	12
I.V.A. assolta dall'editore	(276)	-	-	-	(276)
Totale ricavi operativi lordi	22.619	42.251	88	(5.223)	59.735
Altri ricavi	533	230	-	-	763
Ricavi della gestione corrente	23.152	42.481	88	(5.223)	60.498
Proventi non ricorrenti da arbitrato	-	6.792	-	-	6.792
Totale ricavi	23.152	49.273	88	(5.223)	67.290

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

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



EDITORIA

CAIRO EDITORE - CAIRO PUBLISHING

Nel primo trimestre 2010, i ricavi diffusionali delle testate del Gruppo, pari a Euro 16,9 milioni, si decrementano dell'8,7% rispetto a quelli del primo trimestre 2009 (Euro 18,5 milioni), principalmente per effetto del minor numero di uscite dei tre settimanali "Settimanale Dipiù", "Dipiù TV" e "TV Mia", 13 uscite ciascuna anziché 14, con un impatto negativo sui ricavi del periodo di circa Euro 1 milione, così come per il *cut price* di alcuni numeri (con un impatto negativo di circa Euro 0,1 milioni) di "Diva e Donna" in concomitanza con il rilancio legato all'insediamento del nuovo direttore, Angelo Ascoli, alla scadenza dell'accordo con Silvana Giacobini. Il rilancio, supportato da una campagna di comunicazione, ha già dato buoni risultati diffusionali, con un incremento delle copie vendute di circa il 30% tra l'ultimo trimestre 2009 ed il primo trimestre 2010 considerando i 10 numeri successivi al lancio.

Nei quattro numeri del mese di aprile 2010, i ricavi edicola dei quattro settimanali "Settimanale Dipiù", "Dipiù TV", "Diva e Donna" e "TV Mia" sono in crescita del 2% rispetto alle uscite analoghe dell'anno precedente.

Anche la raccolta pubblicitaria, pari a Euro 7,2 milioni a livello di Gruppo, ha risentito del minor numero di uscite dei tre settimanali, con un effetto negativo di circa Euro 0,4 milioni al netto del quale la raccolta pubblicitaria è in flessione del 14%, (-10,3 % il mercato pubblicitario dei periodici nel trimestre secondo i dati ACNielsen rispetto al -29,2% dati AC Nielsen del primo trimestre 2009, con il quale ci si confronta e quando Cairo aveva contenuto la contrazione della propria raccolta pubblicitaria sui periodici al -24%, un risultato di 5 punti percentuali superiore a quello del mercato).

Nonostante il minor numero di uscite dei settimanali ed il maggiore investimento in comunicazione, nel primo trimestre 2010 il margine operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) del **settore editoriale** hanno sostanzialmente confermato i valori dell'esercizio precedente grazie principalmente:

- alla qualità delle testate del Gruppo, che ha 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 principalmente in relazione:



-
- al costo della carta, grazie alla negoziazione con i fornitori di condizioni di acquisto migliorative per il 2010 e solo marginalmente per la revisione di alcune caratteristiche tecniche della carta stessa (grammatura e tipologia) senza impatti sulla elevata qualità delle testate edite,
 - l'ottenimento di condizioni economiche migliorative rispetto al 2009 dai fornitori di stampa e rilegatoria,
 - l'ottenimento di condizioni economiche migliorative rispetto al 2009 nel processo di diffusione,
 - l'ottimizzazione dei costi di borderò (i contenuti editoriale delle riviste acquistati da terzi quali le fotografie, i servizi, etc.).

“Settimanale DIPIU” il secondo periodico più venduto in Italia con una diffusione media ADS di 744.144 copie nei dodici mesi febbraio 2009 - gennaio 2010, “DIPIU’ TV” (491.706 copie medie ADS nei dodici mesi febbraio 2009 - gennaio 2010) e “Diva e Donna” (180.960 copie medie ADS nei dodici febbraio 2009 - gennaio 2010) 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 a livello di Gruppo 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 delle testate pubblicate;



-
- 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 2010 ha operato - assieme alla società controllata Cairo Pubblicità S.p.A. - 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), Interactive Group (Sportitalia e Sportitalia 2), DahliaTV (Dahlia Calcio, Dahlia Sport, Dahlia Xtreme, Dahlia Explorer e Dahlia Eros) e Turner Broadcasting (Cartoon Network, Boomerang, CNN), su internet principalmente per TIMedia (La7.it e La7.tv) 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 primo trimestre 2010, i ricavi pubblicitari televisivi (inclusivi di La 7 e dei tematici Cartoon Network, Boomerang, CNN), pari a complessivi Euro 34,1 milioni, si incrementano nel complesso dell'8 % rispetto al periodo analogo del 2009. In particolare, la raccolta pubblicitaria sul canale La 7, pari a circa Euro 30,4 milioni, ha superato il target contrattuale trimestrale che prevedeva ricavi minimi di Euro 30 milioni. Peraltro per valutare l'andamento dei ricavi pubblicitari televisivi, vale la pena di ricordare come nel primo trimestre 2009 - con il quale ci si confronta - Cairo avesse contenuto la contrazione degli stessi (-6%) rispetto a quella fatta registrare dall'intero mercato pubblicitario televisivo (-15,4% secondo i dati AC Nielsen).



I buoni risultati conseguiti nella raccolta pubblicitaria televisiva sono dovuti anche ai nuovi contratti stipulati a fine 2009, in particolare:

- il contratto pluriennale di concessione per la raccolta pubblicitaria in esclusiva sulle emittenti digitali e satellitari Sportitalia e Sportitalia 2 ed il sito www.sportitalia.it, che ha generato ricavi lordi per circa Euro 1,5 milioni (circa 0,9 milioni nel solo mese di marzo quando la attività di raccolta, partita a gennaio, ha iniziato ad andare più a regime),
- il contratto di concessione in esclusiva per la raccolta pubblicitaria nel 2010 (con clausola di rinnovo automatico per un ulteriore biennio al raggiungimento di obiettivi di ricavo concordati) sui cinque canali digitali a pagamento Dahlia ed il sito www.dahliatv.it, che ha generato ricavi lordi per circa Euro 0,5 milioni.

Nel corso del mese di aprile 2010 Cairo Communication e Telecom Italia Media hanno stipulato un nuovo contratto biennale (2010-2011) di concessione per la raccolta pubblicitaria in esclusiva su La7d, il nuovo canale digitale in chiaro di contenuto generalista, rivolto ad un pubblico giovanile e femminile che si aggiunge a quello consolidato di La7, mantenendo le caratteristiche di affidabilità ed originalità del brand La7.

Il contratto, che si rinnoverà automaticamente per un ulteriore triennio al raggiungimento di obiettivi di ricavo concordati, prevede ricavi pubblicitari lordi minimi di Euro 6 milioni per il 2010 ed Euro 8 milioni per il 2011, con corrispettivi minimi garantiti per l'editore di Euro 4,2 milioni per il 2010 ed Euro 5,6 milioni per il 2011, contrattualmente ripartiti su base mensile.

La stipula del nuovo contratto di concessione per La7d segna la prosecuzione di una proficua partnership tra l'editore e la concessionaria iniziata nel 2003 che ha consentito il conseguimento di eccellenti risultati di sviluppo in termini sia di raccolta pubblicitaria, sia di affermazione del canale La7.

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% (con un contributo dell'audience share di La7d 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 mancato raggiungimento dei ricavi pubblicitari lordi minimi - di La7 come di La7d - previsti per i 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, sia già superato, con una raccolta pubblicitaria ad oggi in crescita del 5% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente.

Stampa

Come già commentato, anche la raccolta pubblicitaria delle testate del Gruppo, pari a Euro 7,2 milioni, ha risentito del minor numero di uscite dei tre settimanali "Settimanale Dipiù", "Dipiù TV" e "TV Mia", con un effetto negativo di circa Euro 0,4 milioni al netto del quale la raccolta pubblicitaria è in flessione del 14 %, (-10,3 % il mercato pubblicitario dei periodici nel trimestre secondo i dati AC Nielsen).

Come per la raccolta pubblicitaria televisiva, anche per valutare l'andamento dei ricavi pubblicitari su stampa, come già commentato, vale la pena di ricordare come nel primo trimestre 2009 - con il quale ci si confronta - Cairo avesse contenuto la contrazione degli stessi (-24%) rispetto a quella fatta registrare dall'intero mercato pubblicitario dei periodici (-29,2% secondo i dati AC Nielsen).

A partire dal mese di aprile 2010, la raccolta pubblicitaria sui periodici ha cominciato a mostrare una inversione di tendenza e già nel mese di maggio 2010 i valori della raccolta sono in crescita rispetto al corrispondente mese dell'esercizio precedente. I ricavi pubblicitari del bimestre aprile-maggio sostanzialmente confermano quelli del bimestre analogo del 2009.

Per il mese di luglio è in previsione il restyling del mensile "Bell'Europa".

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.

8. Dati economici della capogruppo

I principali **dati economici della capogruppo** del primo trimestre 2010 possono essere confrontati come segue con i valori del trimestre analogo del 2009:



(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2010 (Trimestre)		31/03/2009 (Trimestre)	
	Gestione corrente	Proventi non ricorrenti	Totale	
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	30.481	-	30.481	31.189
Sconti di agenzia	-	-	-	(16)
Altri ricavi	213	-	213	23
Proventi non ricorrenti da Arbitrato Telepiù	-	9.944	9.944	-
Totale ricavi	30.694	9.944	40.638	31.196
Costi della produzione	(28.533)	-	(28.533)	(29.712)
Costo del personale	(556)	-	(556)	(545)
Margine operativo lordo	1.605	9.944	11.549	939
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazione crediti	(61)	-	(61)	(153)
Risultato operativo	1.544	9.944	11.488	786
Gestione finanziaria	45	-	45	298
Rettifiche di valore di attività finanziarie	-	-	-	-
Risultato prima delle imposte	1.589	9.944	11.533	1.084
Imposte sul reddito	(562)	(3.122)	(3.684)	(398)
Risultato netto delle attività in continuità	1.027	6.822	7.849	686
Risultato netto delle attività cessate	(7)	-	(7)	(57)
Risultato netto	1.020	6.822	7.842	629

Come per i dati consolidati, anche negli schemi di conto economico della capogruppo i proventi derivanti dall'arbitrato Cairo-Telepiù sono stati indicati separatamente in quanto riconducibili ad una operazione da considerarsi non ricorrente per natura e rilevanza di importo.

Con riferimento alla gestione corrente, nel primo trimestre 2010:

- i ricavi lordi sono stati pari a circa Euro 30,7 milioni (Euro 31,2 milioni nel primo trimestre 2009), comprensivi di ricavi operativi per Euro 30,5 milioni ed altri ricavi per Euro 0,2 milioni, nel complesso in diminuzione dell'1,6% rispetto al primo trimestre 2009,
- il margine operativo lordo consolidato (EBITDA), pari a circa Euro 1,6 milioni è in crescita del 71% rispetto a quello del primo trimestre 2009 (Euro 0,9 milioni),
- il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa Euro 1,5 milioni, è in crescita del 96,4 % rispetto al primo trimestre 2009 (Euro 0,8 milioni).

Con riferimento al conto economico della Capogruppo, l'esito dell'arbitrato ha impattato positivamente il conto economico della Capogruppo del trimestre al netto del valore di quelle attività iscritte nel bilancio di esercizio al 31 dicembre 2009 riconducibili al contratto di concessione pubblicitaria tra Telepiù e Cairo, in particolare attività per circa Euro 1,6 milioni, il cui importo è stato assorbito nel danno liquidato a Cairo in arbitrato, riconducibili alla quota



delle perdite maturate su crediti nei confronti della clientela pubblicitaria di competenza di Telepiù ai sensi del contratto di concessione, che ne prevedeva la retrocessione pro quota all'editore.

Per il bilancio della Capogruppo non rileva invece la differenza di consolidamento (Euro 3,1 milioni) indicata nelle note di commento ai dati economici consolidati, in quanto iscritta nel solo bilancio consolidato.

Includendo i proventi non ricorrenti, il marginale operativo lordo (EBITDA) è stato pari a circa Euro 11,5 milioni (Euro 0,9 milioni nel primo trimestre 2009) e il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa Euro 11,5 milioni (Euro 0,8 milioni nel primo trimestre 2009).

La variazione del risultato della gestione finanziaria è principalmente riconducibile alla significativa variazione dei tassi di interesse rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (0,43 % la media dell'Euribor nel primo trimestre 2010 rispetto all'1,75 % del primo trimestre 2009).

Il risultato netto è stato pari a circa Euro 7,8 milioni (Euro 0,6 nel primo trimestre 2009). Anche al netto dei proventi da arbitrato non ricorrenti, il risultato netto della gestione corrente, pari a Euro 1 milione è in crescita del 62% rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente.

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

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2010	31/03/2009
Conto economico complessivo della Capogruppo		
Risultato netto	7.842	629
Perdita dalla valutazione di attività finanziarie " <i>available for sales</i> "	(130)	-
Totale conto economico complessivo	7.712	629

Come commentato per i dati consolidati, la voce perdita da valutazione di attività finanziarie "*available for sales*" è relativa all'adeguamento del valore di carico della partecipazione nella società quotata Dmail Group al *fair value* (Euro 5,07 per azione la quotazione di Borsa del titolo alla data del 31 marzo 2010).



9. Dati patrimoniali della capogruppo

I principali **dati patrimoniali** al 31 marzo 2010 della Cairo Communication S.p.A. possono essere confrontati come segue con i valori di bilancio al 31 dicembre 2009:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2010	31/12/2009
Dati patrimoniali		
Attività materiali	378	446
Attività immateriali	227	210
Attività finanziarie	17.586	17.717
Altre attività non correnti	420	420
Depositi vincolati non correnti	-	-
Circolante commerciale netto	30.399	26.839
Totale mezzi impiegati	49.010	45.632
Passività a lungo e fondi	717	714
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(29.792)	(25.454)
Debiti verso società controllate	-	-
Patrimonio netto	78.085	70.372
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	49.010	45.632

Come già commentato nelle note relative alla situazione patrimoniale consolidata, l'Assemblea degli Azionisti del 28 aprile 2010 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 2 post frazionamento) il 10 maggio 2010, per complessivi Euro 15,5 milioni. Alla data del 31 marzo 2010 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 2010, confrontata con i valori di bilancio al 31 dicembre 2009 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(Valori in migliaia di Euro)	31/03/2010	31/12/2009	Variazione
Disponibilità liquide	29.713	17.832	11.881
Conto corrente cointestato con Telepiù vincolato	-	7.543	(7.543)
Depositi vincolati correnti	-	-	-
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	79	79	-
Totale	29.792	25.454	4.338



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

Nel primo trimestre 2010, si è verificato il permanere di fattori di incertezza sullo scenario economico di breve e medio periodo che hanno manifestato i loro impatti sia sulla propensione agli acquisti delle famiglie, sia sull'attività produttiva delle imprese. Al momento, nonostante alcuni segnali di ripresa percepibili, in particolare per il mercato pubblicitario televisivo, resta ancora incerto il periodo necessario per un ritorno a normali condizioni di mercato.

Pur operando in questo contesto generale, nel primo trimestre 2010 il Gruppo ha conseguito risultati della gestione corrente in crescita rispetto al trimestre analogo del 2009, grazie soprattutto alla qualità delle testate edite e dei mezzi in concessione ed alla sua strategia editoriale che ha consentito di implementare interventi sui costi per incrementare l'efficienza ed efficacia dei processi di produzione, editoriali e di diffusione.

Nel 2010, il Gruppo Cairo Communication continuerà a concentrarsi nello sviluppo dei suoi settori di attività:

- quello editoriale della Cairo Editore e della Cairo Publishing, con Cairo Editore che anche nel 2010 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, mantenendo gli elevati livelli diffusionali,
- 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 (La7d, Sportitalia e Sportitalia 2 ed i cinque canali tematici Dahlia), sulle testate del Gruppo (la cui raccolta pubblicitaria a maggio 2010 torna a crescere rispetto allo stesso mese del 2009), su internet e presso lo stadio Olimpico di Torino per il Torino FC, con la prospettiva di incrementare i ricavi pubblicitari anche grazie alla sottoscrizione dei nuovi accordi per La7d, Sportitalia e Dahlia, che hanno arricchito l'offerta dei mezzi gestiti.

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