



CAIROCOMMUNICATION

Relazione

Trimestrale al 31 dicembre 2004

Cairo Communication S.p.A.
Sede Sociale in Milano
Via Tucidide 56
Capitale Sociale Euro 4.078.856,80



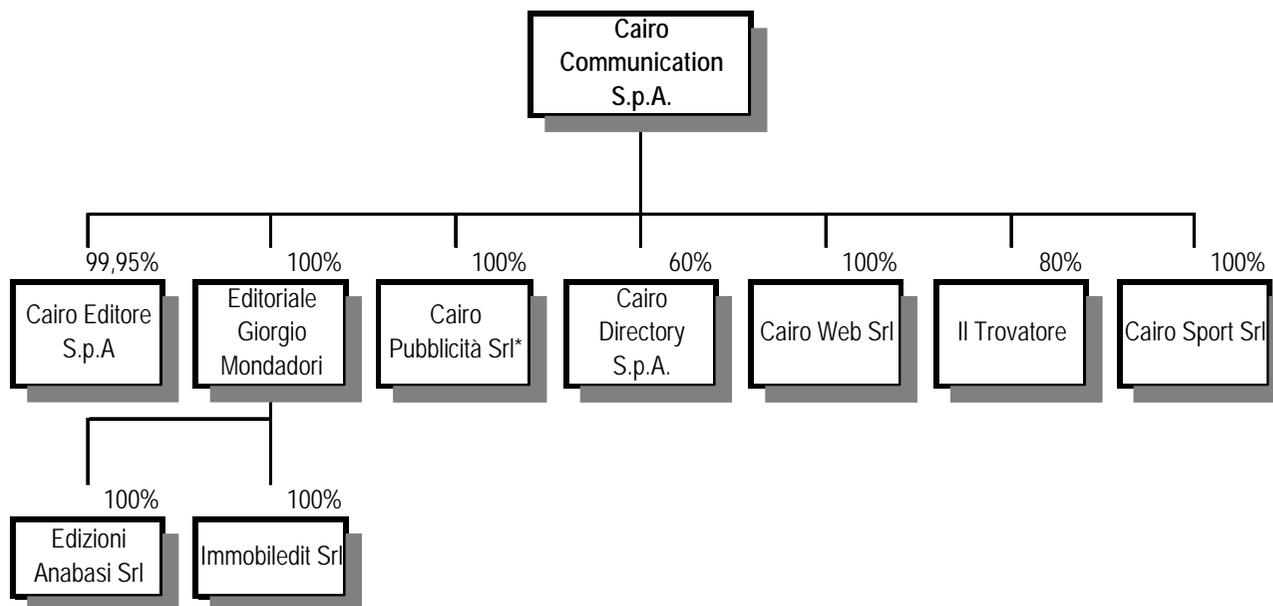
Sommario

Relazione trimestrale al 31 dicembre 2004

Il Gruppo	3
Criteri applicati nella redazione della Relazione trimestrale	4
Andamento del Gruppo	4
Dati economici consolidati	6
Dati patrimoniali consolidati	8
Variazione della posizione finanziaria netta consolidata	8
Andamento dei ricavi	9
Investimenti in immobilizzazioni consolidati	14
Dati economici della capogruppo	15
Dati patrimoniali della capogruppo	16
Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo	16
Evoluzione prevedibile della gestione	17



Il Gruppo





1. Criteri applicati nella redazione della relazione trimestrale

La presente Relazione trimestrale al 31 dicembre 2004 è stata predisposta ai sensi dell'art.2.6.2, comma 5, del "Regolamento del Nuovo Mercato" approvato dalla Consob con Delibera n. 14735 del 12 ottobre 2004 ed è stata redatta secondo i criteri indicati nelle "Istruzioni al Regolamento del Nuovo Mercato" titolo IA.2.4.1.

I criteri utilizzati nella redazione della Relazione trimestrale al 31 dicembre 2004 sono omogenei a quelli utilizzati per la redazione del bilancio di esercizio e del bilancio consolidato al 30 settembre 2004.

Nel trimestre in esame non si è modificata l'area di consolidamento rispetto a quanto già commentato in sede di bilancio al 30 settembre 2004. La società Cairo Publishing, costituita il 15 dicembre 2004 non è ancora operativa.

I dati economici della controllante e consolidati sono esposti con riferimento al primo trimestre del corrente esercizio 2004/2005 e sono confrontati con il corrispondente periodo del precedente esercizio 2003/2004.

I prospetti contabili trimestrali al 31 dicembre 2004 sono stati predisposti al lordo delle imposte e degli effetti fiscali.

I dati patrimoniali e finanziari riportati nei prospetti contabili sono confrontati con i valori risultanti dal bilancio di esercizio e dal bilancio consolidato al 30 settembre 2004.

2. Andamento del Gruppo

Nel trimestre in esame, il Gruppo Cairo Communication ha continuato ad operare in qualità di editore di periodici e libri (Cairo Editore e Editoriale Giorgio Mondadori), di concessionaria multimediale per la vendita di spazi pubblicitari sui mezzi televisivo, stampa e internet e di editore di contenuti elettronici (Il Trovatore).

La società Cairo Directory, costituita nell'aprile 2004 per entrare nel settore delle directories telefoniche, ha proseguito nella sua fase di start up; nel trimestre sono stati definiti il piano di marketing, il prodotto ed il modello organizzativo. Inoltre sono già stati selezionati circa 300 agenti, per i quali sta iniziando l'attività di addestramento, dei 500 che si prevede entreranno progressivamente in attività nel corso del 2005 coerentemente con il calendario delle campagne di vendita nelle diverse aree territoriali. La prima campagna commerciale di vendita inizierà intorno al 20 febbraio 2005.

Nel mese di dicembre 2004 è stata costituita la Cairo Publishing per sviluppare nuove iniziative in vari ambiti editoriali diversi da quello dei periodici. Amministratore delegato della società è il



dott. Gianni Vallardi, uno dei manager italiani di maggiore capacità ed esperienza nel settore editoriale (già Amministratore Delegato della RCS Periodici prima, della RCS Libri in seguito e in ultimo della RCS Quotidiani).

La Cairo Editore, dopo lo straordinario successo registrato nel 2004 dal “Settimanale DIPIU”, il secondo periodico più venduto in Italia con una diffusione media nei 36 numeri del 2004 e nei primi 5 numeri del 2005 di circa 820.000 copie, ha proseguito nella sua strategia di sviluppo lavorando nel corso del trimestre al lancio di un nuovo settimanale televisivo diretto sempre da Sandro Mayer, “DIPIU’ TV”, per entrare appunto nel settore dei periodici televisivi che ritiene ad elevato potenziale per il notevole interesse che riscuote la TV (circa 37 milioni di spettatori al giorno) grazie anche ad un’offerta sempre più ricca e articolata di programmi con lo sviluppo del digitale satellitare e terrestre.

“DIPIU’ TV” illustra in modo completo i personaggi, le storie, le curiosità e i dietro le quinte dei programmi televisivi, insieme ad una guida programmi utile e chiara su tutte le principali reti nazionali analogiche e digitali.

Il primo numero, in edicola dal 31 gennaio con una tiratura di 1.000.000 di copie al prezzo di lancio di 0,20 euro ha riscosso un notevole successo con una diffusione di circa 930.000 copie e a tre giorni dal lancio, in considerazione dei risultati dei rilevamenti diffusionali e delle segnalazioni di tante edicole in cui il settimanale era andato esaurito già il giorno successivo all’uscita, sono state distribuite 100.000 ristampe. Per il secondo numero, in edicola dal 7 febbraio con una tiratura di 1.050.000 copie, dagli ultimi rilevamenti diffusionali ci si attende una diffusione di circa 950.000 copie. Dal quarto numero “DIPIU’ TV” sarà venduto al prezzo di copertina di 0,50 Euro.

Anche la raccolta pubblicitaria di “DIPIU’ TV” ha avuto un forte sviluppo: all’11 febbraio 2005 il portafoglio ordini pubblicitari del settimanale per i numeri pubblicati e da pubblicare nel 2005 era pari a circa 2,9 milioni di Euro, circa 0,5 milioni di Euro dei quali raccolti nella ultima settimana.

I risultati diffusionali e pubblicitari di Settimanale DIPIU’ del trimestre ottobre-dicembre 2004 e del mese di gennaio 2005 hanno confermato lo straordinario successo della iniziativa. In particolare poi, la diffusione del numero 5 del 2005, in edicola la settimana del lancio di “DIPIU’ TV”, è stata circa 900.000 copie.



Anche grazie a “Settimanale DIPIU”” nell’anno solare 2004 la raccolta pubblicitaria sulle testate del Gruppo Cairo Communication è state nel complesso in forte crescita rispetto all’anno precedente, raggiungendo circa Euro 29,1 milioni, più 79% rispetto ai ricavi del 2003 (Euro 16,3 milioni). Inoltre alla data del 11 febbraio il portafoglio ordini pubblicitari del “Settimanale DIPIU”” per i numeri pubblicati e da pubblicare nel 2005 ammonta a Euro 8,7 milioni (circa Euro 11 milioni la raccolta nel 2004).

La società controllata Editoriale Giorgio Mondadori, che pubblica le testate “Bell’Italia”, “Bell’Europa”, “In Viaggio”, “Airone”, “Gardenia”, “Arte” e “Antiquariato” ha confermato anche nel primo trimestre dell’esercizio 2004/2005 un buon livello di marginalità, e si è concentrata sullo sviluppo e il rinnovo delle sue testate.

Con riferimento al settore concessionarie, i ricavi complessivi per La 7 nell’anno 2004 sono stati pari a circa Euro 79,4 milioni, con un incremento di circa il 16 % (circa Euro 68,5 milioni i ricavi del 2003).

Nel trimestre è proseguita anche l’attività di raccolta pubblicitaria sui canali tematici Cartoon Network e Boomerang (con ricavi pubblicitari a Euro 2,5 milioni in crescita del 8,2% rispetto al periodo analogo dell’esercizio precedente), Bloomberg e CNN.

3. Dati economici consolidati

I principali **dati economici consolidati** del primo trimestre dell’esercizio 2004/2005 possono essere confrontati come segue con i valori del trimestre analogo dell’esercizio precedente:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2004 (Trimestre)	31/12/2003 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	50.312	54.508
Sconti di agenzia	(5.221)	(9.582)
Variazione delle rimanenze	14	148
Altri ricavi	994	619
Valore della produzione	46.099	45.693
Costi della produzione	(38.412)	(38.346)
Costo del personale	(3.594)	(2.765)
Margine operativo lordo	4.093	4.582
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(1.581)	(1.984)
Risultato operativo	2.512	2.598
Gestione finanziaria	582	1.071
Risultato prima delle poste straordinarie	3.094	3.669
Gestione straordinaria	-	-
Risultato di pertinenza di terzi	55	12
Risultato ante imposte	3.149	3.681



Nel primo trimestre dell'esercizio 2004/2005 i ricavi lordi consolidati ed il valore della produzione sono stati pari rispettivamente a circa Euro 51,3 milioni (Euro 55,1 milioni nel 2003/2004) e circa Euro 46,1 milioni (Euro 45,7 milioni nel 2003/2004).

Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) e il margine operativo (EBIT) sono stati pari rispettivamente a circa Euro 4,1 milioni (Euro 4,6 milioni nel 2003/2004) e Euro 2,5 milioni.

I risultati primo trimestre 2004/2005 sono stati anche impattati dalla rilevazione a conto economico, per Euro 0,8 milioni, di parte dei costi sostenuti per la pre pubblicazione ed il lancio (redazionali e pubblicitari) del nuovo "Settimanale DIPIU", che sono stati ripartiti per competenza sui primi dodici mesi di uscita della rivista.

Grazie ai ricavi e margini generati dalle nuove iniziative editoriali, nel trimestre il Gruppo è riuscito a conseguire risultati vicini rispetto a quelli del periodo analogo dell'esercizio precedente nonostante la interruzione, ritenuta illegittima dalla società, subita nella raccolta pubblicitaria su Sky Sport 1 e Calcio Sky, che nel primo trimestre 2003/2004 aveva generato ricavi per circa Euro 14 milioni.

Inoltre, per una migliore comprensione della comparabilità dei dati con quelli dell'esercizio precedente si segnala poi che per effetto di alcune pattuizioni contrattuali il contratto di concessione pubblicitaria per l'emittente La 7 ha presentato nel primo anno (solare 2003) una quota dei ricavi di competenza dell'editore inferiore rispetto a quella degli esercizi successivi, e quindi una marginalità più elevata per Cairo Communication per effetto della quale anche il trimestre ottobre-dicembre 2003, diversamente da quello corrente, era stato impattato positivamente per circa Euro 1,5 milioni.

Il decremento della voce ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni è principalmente riconducibile al fatto che con il 30 settembre 2004 si è completato l'ammortamento dei costi sostenuti per il processo di quotazione al Nuovo mercato della Borsa Valori, avvenuta il 19 luglio 2000 (circa Euro 0,4 milioni l'effetto del trimestre).

Il risultato della gestione finanziaria del primo trimestre dell'esercizio 2003/2004 includeva un utile su titoli di Euro 0,5 milioni realizzato nel mese di novembre 2003 sulla vendita di azioni proprie.

In accordo con la facoltà prevista dal Regolamento CONSOB, i prospetti contabili consolidati al 31 dicembre 2004 sono stati predisposti al lordo delle imposte e degli effetti fiscali.



4. Dati patrimoniali consolidati

I principali **dati patrimoniali consolidati** della situazione trimestrale al 31 dicembre 2004 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 30 settembre 2004:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2004	30/09/2004
Dati patrimoniali		
Immobilizzazioni materiali nette	3.193	3.031
Immobilizzazioni immateriali nette	15.460	14.821
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	197	189
Azioni proprie	55	765
Circolante netto	7.098	1.890
Totale mezzi impiegati	26.003	20.696
Passività a lungo e fondi	5.234	5.112
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(112.816)	(114.904)
Debiti verso società controllate	-	-
Patrimonio netto del gruppo	132.892	129.743
Patrimonio netto di terzi	693	745
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	26.003	20.696

** I dati di patrimonio netto al 31 dicembre 2004 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali del trimestre.*

Successivamente al 31 dicembre 2004, l'Assemblea della Cairo Communication S.p.A. del 27 gennaio 2005 ha deliberato la distribuzione ai soci di un dividendo di Euro 1,6 per ciascuna azione avente diritto (escluse quindi le azioni proprie detenute alla data), per complessivi circa Euro 12,5 milioni, che nella situazione trimestrale al 31 dicembre 2004 sono inclusi nel patrimonio netto.

Al 31 dicembre 2004 la Cairo Communication S.p.A. deteneva 1.749 azioni proprie, del valore nominale di Euro 0,52 ciascuna, pari a circa lo 0,02 % del capitale sociale, per un controvalore complessivo di Euro 0,05 milioni, acquistate in esecuzione al buy back deliberato dalla Assemblea dei soci del 17 dicembre 2003.

5. Variazione della posizione finanziaria netta consolidata

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 31 dicembre 2004, confrontata con i valori di bilancio al 30 settembre 2004 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:



(valori in migliaia di Euro)	31/12/04	30/09/2004	Variazioni
Disponibilità liquide	99.776	101.888	(2.112)
Disponibilità liquide vincolate	7.022	6.995	27
Attività finanziarie non immobilizzate:			
- Altri titoli	82	82	-
-Prodotti finanziari assicurativi	6.000	6.000	-
Debiti finanziari verso banche	(64)	(61)	(3)
Totale	112.816	114.904	(2.088)
Debiti verso Immobiliedit	-	-	
Totale generale	112.816	114.904	(2.088)

La gestione della liquidità ha continuato ad essere improntata su principi di prudenza ed è stata principalmente realizzata mediante l'utilizzo di depositi di mercato interbancario.

Il prodotto finanziario assicurativo, "Elios Coupon" di Antonveneta Vita, dell'importo di Euro 6 milioni è una polizza assicurativa che prevede capitale garantito ed una cedola minima garantita del 3% annuo, già al netto delle commissioni di gestione.

Le disponibilità liquide includono un deposito di Euro 6.986 (Euro 7.022 comprensivo di interessi maturati) «titolato a Cairo Communication SpA – sottointestazione “Cairo Communication SpA e Telepiù SpA – deposito vincolato al Lodo Arbitrale», 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, diritto azionato nell'arbitrato pendente contro la stessa per il subordinato caso in cui Sky Italia Srl non risultasse subentrata nel contratto di concessione.

6. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi delle vendite e delle prestazioni** lordi del primo trimestre 2004/2005, suddivisa fra i due principali settori di attività (attività editoriale e concessionaria di pubblicità) può essere analizzata come segue:



Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi (Migliaia di Euro)	Situazione trimestrale al 31/12/2004 (tre mesi)			Situazione trimestrale al 31/12/2003 (tre mesi)		
	Editoriale	Concessionarie	Totali	Editoriale	Concessionarie	Totali
Vendita pubblicazioni	10.531	0	10.531	2.924	0	2.924
Pubblicità su stampa	6.218	3.593	9.811	4.658	3.504	8.162
Pubblicità televisiva		28.880	28.880	0	42.303	42.303
Maxischermi	0	0	0	0	10	10
Cartellonistica stadi	0	0	0	0	0	0
Pubblicità su Internet	0	9	9	0	20	20
Abbonamenti	833	0	833	858	0	858
Audiovisivi e vari	57	0	57	11	0	11
Libri e cataloghi	415	0	415	335	0	335
I.V.A. assolta dall'editore	(224)	0	(224)	(117)	0	(117)
Totale ricavi delle vendite	17.830	32.482	50.312	8.669	45.837	54.506
Altri ricavi	645	349	994	226	393	619
Totale ricavi	18.475	32.831	51.306	8.895	46.230	55.125

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

I ricavi lordi del settore editoriale, pari a circa Euro 18,8 milioni sono più che raddoppiati rispetto al periodo analogo dell'esercizio, grazie soprattutto ai risultati del "Settimanale DIPIU".

I ricavi lordi delle concessionarie, pari a circa Euro 32,8 milioni, hanno registrato un decremento rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente, quasi interamente riconducibile alla interruzione della raccolta pubblicitaria sui canali Sky Sport 1 e Calcio Sky, (pari a circa Euro 14 milioni nel trimestre analogo dell'esercizio precedente) in parte compensata dalla crescita dei ricavi pubblicitari su La 7 ed i canali tematici in concessione e dalla quota di competenza della concessionaria sui maggiori ricavi pubblicitari del settore editoriale.

EDITORIA

CAIRO EDITORE SPA - EDITORIALE GIORGIO MONDADORI SPA

Il significativo incremento di ricavi del settore editoriale del trimestre è riconducibile al lancio del "Settimanale DIPIU" che ha generato ricavi diffusionali e pubblicitari per complessivi circa Euro 11,5 milioni a livello di Gruppo Cairo, confermandone lo straordinario successo. Nel 2004



la raccolta pubblicitaria del settimanale, lanciato nell'aprile, ha superato gli 11 milioni di Euro, con ricavi diffusionali superiori a 21 milioni di Euro.

Tali risultati consentono di prevedere che l'iniziativa avrà un notevole impatto positivo sui ricavi diffusionali e pubblicitari e sui margini del Gruppo Cairo Communication e per i dodici mesi gennaio-dicembre 2005 la previsione dei ricavi complessivi del "Settimanale DIPIU" a livello di Gruppo è di circa 50 milioni di Euro con un margine di contribuzione a livello di gruppo prossimo al 25% prima dell'ultima tranche delle spese di lancio (circa Euro 0.8 milioni).

Come già commentato, la Cairo Editore, ha proseguito nel corso del trimestre nella sua strategia di sviluppo lavorando al lancio di un nuovo settimanale televisivo diretto sempre a Sandro Mayer, "DIPIU' TV", in edicola dal 31 gennaio 2005.

In particolare, il lancio del nuovo settimanale televisivo "DIPIU' TV" dopo quello delle tre testate, "For Men Magazine" e "Natural Style" nel 2003 e "Settimanale DIPIU" nel 2004, consentirà un ancora migliore utilizzo delle strutture esistenti, condivise con la Editoriale Giorgio Mondadori, che mette infatti a disposizione di Cairo Editore la propria organizzazione aziendale, assicurando a questa servizi di assistenza organizzativa, gestione e controllo amministrativo e finanziario, assistenza nell'attività commerciale e di marketing, controllo e gestione abbonamenti, controllo e diffusione testate, utilizzo spazi attrezzati e servizi connessi.

La società Editoriale Giorgio Mondadori, che pubblica le testate "Bell'Italia", "Bell'Europa", "In Viaggio", "Airone", "Gardenia", "Arte" e "Antiquariato" ha confermato anche nel periodo un buon livello di marginalità.

PUBBLICITA'

A) TELEVISIONE

Nel trimestre in esame è proseguita la raccolta pubblicitaria su La 7 e i canali tematici Cartoon Network e Boomerang, Discovery Channel, Discovery Civilization, Discovery Travel & Adventure e Discovery Science, Bloomberg e CNN, mentre, come descritto nelle note di commento a "Garanzie, impegni e altre informazioni" della Nota Integrativa al bilancio al 30 settembre 2004, a partire dal mese di luglio 2004 è stata interrotta la trasmissione della pubblicità raccolta su Sky Sport 1 e Calcio Sky .

La raccolta pubblicitaria de La 7, nell'anno 2004, ha generato ricavi complessivi per circa Euro 79 milioni (circa Euro 25,6 milioni quelli del trimestre) con un incremento di circa il 16% rispetto ai ricavi complessivi del 2003 (circa Euro 68,5 milioni).



Nel trimestre è proseguita la crescita della raccolta pubblicitaria sui canali tematici Cartoon Network e Boomerang (con ricavi pubblicitari a Euro 2,5 milioni, + 8% rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente) Bloomberg e CNN.

La concessione per la raccolta pubblicitaria sui canali satellitari Discovery Channel, Discovery Civilization, Discovery Travel & Adventure e Discovery Science è scaduta al 31 dicembre 2004.

Come descritto nelle note di commento a "Garanzie, impegni e altre informazioni" della Nota Integrativa al bilancio al 30 settembre 2004, attualmente sono in corso due arbitrati, uno con Sky Italia e l'altro con Telepiù.

Per quanto riguarda l'arbitrato pendente nei confronti di Sky Italia, il Collegio ha posto in decisione le questioni relative ad alcune eccezioni, processuali e di merito, sollevate da Sky (compresa quella relativa al subentro nel contratto), sono stati depositati gli scritti difensivi e il 2 febbraio si è tenuta l'udienza di discussione al termine della quale il collegio si è riservato di decidere.

Per ciò che concerne l'arbitrato promosso da Telepiù, il Collegio Arbitrale si è costituito all'udienza del 28 settembre 2004 con la nomina del Presidente, prof. avv. Raffaele Nobili, ed ha successivamente fissato i termini per il deposito dei rispettivi primi scritti difensivi.

Gli amministratori, anche alla luce degli atti difensivi della società, ritengono che l'esito dei due arbitrati non comporti comunque effetti negativi sulla relazione trimestrale al 31 dicembre 2004.

B) STAMPA

CAIRO COMMUNICATION SPA

Nel corso del trimestre è proseguita la raccolta pubblicitaria per le testate:

- "For Men magazine", "Natural Style" e "Settimanale Dipiù", e da gennaio 2005 "DIPIU' TV", editi dalla Cairo Editore.
- "Bell'Italia", "Bell'Europa", "In Viaggio", "Airone", "Gardenia", "Arte" e "Antiquariato", della Editoriale Giorgio Mondadori
- "Prima Comunicazione" e "Burda".

Nel corso del trimestre i ricavi pubblicitari su stampa crescono da Euro 8,1 milioni a Euro 9,8 milioni principalmente per effetto di "Settimanale DIPIU'". I ricavi pubblicitari del periodo analogo dell'esercizio precedente includevano anche ricavi riconducibili al portafoglio ordini RCS per Euro 2,4 milioni e i ricavi generati dalle testate Edit per Euro 0,9 milioni.



Anche grazie a “Settimanale DIPIU’”, nell’anno solare 2004 la raccolta pubblicitaria sulle testate del gruppo Cairo Communication è stata nel complesso in forte crescita rispetto all’anno precedente, raggiungendo circa Euro 29,1 milioni, + 79% rispetto ai ricavi del 2003 (Euro 16,23 milioni).

Inoltre alla data del 11 febbraio il portafoglio ordini pubblicitari del “Settimanale DIPIU’” per i numeri pubblicati e da pubblicare nel 2005 ammonta a Euro 8,7 milioni (circa Euro 11 milioni la raccolta nel 2004).

Anche la raccolta pubblicitaria di “DIPIU’ TV” ha avuto un forte sviluppo: al 11 febbraio 2005 il portafoglio ordini pubblicitari del settimanale per i numeri pubblicati e da pubblicare nel 2005 era pari a circa Euro 2,9 milioni

DIRECTORY

La società Cairo Directory, costituita nell’aprile 2004 per entrare nel settore delle directories telefoniche, ha proseguito nella sua fase di start up; nel trimestre sono stati definiti il piano di marketing, il prodotto ed il modello organizzativo. Inoltre sono già stati selezionati circa 300 agenti, per i quali sta iniziando l’attività di addestramento, dei 500 che si prevede entreranno progressivamente in attività nel corso del 2005 coerentemente con il calendario delle campagne di vendita nelle diverse aree territoriali. La prima campagna commerciale di vendita inizierà intorno al 20 febbraio 2005.

L’attività della Cairo Directory è ancora in una fase di start up. Nel corso del trimestre sono stati sostenuti e capitalizzati nelle immobilizzazioni costi per Euro 1,2 milioni ed ulteriori costi correnti di gestione rilevati a conto economico per Euro 0,1 milioni.

INTERNET

IL TROVATORE S.P.A. – CAIRO WEB S.R.L.

Nel trimestre è continuata l’attività di sviluppo de Il Trovatore, che ha ottenuto buoni livelli di risultati in termini di pagine viste, impressions e di utenti unici, pari rispettivamente a 9 milioni, 14 milioni e 435 mila a fine dicembre 2004, e la cui attività è stata orientata alla ricerca di fonti di reddito complementari alla pubblicità, anche legate alla cessione di servizi tecnologici. Il Gruppo Cairo quindi mantiene una presenza nel settore internet, che continua a ritenere interessante in prospettiva, tale da consentirgli di monitorarne con attenzione le evoluzioni e cogliere possibili opportunità.



7. Investimenti in immobilizzazioni consolidate

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

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2004 (3 mesi)	31/12/2003 (3 mesi)
<u>Incrementi</u>		
Costi di impianto e di ampliamento	4	1
Costi di ricerca sviluppo e pubblicità	0	0
Concessioni, licenze e marchi	313	29
Immobilizzazioni in corsi e acconti	1.240	0
Differenze di consolidamento	0	0
Testate	0	0
Altre	1	17
Totale immobilizzazioni immateriali	1.557	47
Terreni e fabbricati	0	0
Impianti e macchinari	0	2
Attrezzature industriali e commerciali	0	0
Altri beni	264	47
Immobilizzazioni in corso	0	0
Totale immobilizzazioni materiali	264	49
Partecipazioni	10	0
Crediti verso altri	0	2
Totale immobilizzazioni finanziarie	10	2
Totale incrementi delle immobilizzazioni	1.831	100

8. Dati economici della capogruppo

L'Assemblea straordinaria della Cairo Communication del 20 aprile 2004 ha deliberato la fusione per incorporazione della società interamente controllata Cairo TV. L'atto di fusione è stato stipulato il 28 giugno 2004 e depositato per l'iscrizione presso il registro delle imprese il 30 giugno 2004. Come previsto nel Progetto di fusione, le operazioni attive e passive delle società partecipanti alla fusione, sia della società incorporante che della società incorporata, sono state imputate al bilancio dell'esercizio della Cairo Communication S.p.A. a far data dal giorno successivo a quello in cui si è chiuso l'ultimo esercizio al 30 settembre 2003.

Al fine di consentire il raffronto dei dati trimestrali al 31 dicembre 2004 con quelli del periodo analogo dell'esercizio precedente, sono stati predisposti degli schemi contabili pro forma al 31 dicembre 2003 ottenuti aggregando le situazioni trimestrali delle due società a tale data, opportunamente rettificati per simulare l'effetto della fusione per incorporazione, come se fossero un unico soggetto giuridico.



I principali **dati economici** della capogruppo del primo trimestre dell'esercizio 2004/2005 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo dell'esercizio precedente:

(Euro/000)	31/12/2004	31/12/2003 Proforma	31/12/2003
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	38.777	51.167	41.501
Sconti di agenzia	(5.219)	(9.581)	(6.856)
Altri ricavi	628	391	323
Valore della produzione	34.186	41.977	34.968
Costi della produzione	(30.817)	(36.704)	(31.018)
Costo del personale	(1.325)	(1.137)	(940)
Margine operativo lordo	2.044	4.136	3.010
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(1.447)	(1.826)	(1.392)
Risultato operativo	597	2.310	1.618
Gestione finanziaria	536	1.018	1.004
Gestione straordinaria	-	-	-
Risultato prima delle imposte	1.133	3.328	2.622

Nel primo trimestre dell'esercizio 2004/2005, la Cairo Communication ha continuato ad operare in qualità di concessionaria per spazi pubblicitari sui mezzi televisivo e stampa e ad erogare servizi centralizzati alle società del Gruppo.

I ricavi lordi, pari a Euro 39,4 milioni, presentano un decremento di circa Euro 12,1 milioni rispetto all'esercizio precedente (dati pro forma), che è principalmente riconducibile alla interruzione della vendita della raccolta pubblicitaria sui canali Sky Sport 1 e Calcio Sky. Alla riduzione dei ricavi è dovuto anche il calo della marginalità.

Come già commentato, per una migliore comprensione della comparabilità dei dati con quelli dell'esercizio precedente si segnala poi che per effetto di alcune pattuizioni contrattuali il contratto di concessione pubblicitaria per l'emittente La 7 ha presentato nel primo anno (solare 2003) una quota dei ricavi di competenza dell'editore inferiore rispetto a quella degli esercizi successivi, e quindi una marginalità più elevata per Cairo Communication per effetto della quale anche il trimestre ottobre-dicembre 2004, diversamente da quello corrente, era stato impattato positivamente per circa Euro 1,5 milioni.

Il risultato operativo lordo (EBITDA) è pari a circa Euro 2 milioni rispetto a circa Euro 4,1 milioni a livello proforma nel periodo analogo dell'esercizio precedente, il risultato operativo (EBIT) è pari circa a Euro 0,6 milioni rispetto a circa Euro 2,3 milioni a livello proforma nel periodo analogo all'esercizio precedente.



Il risultato della gestione finanziaria del primo trimestre dell'esercizio 2003/2004, così come il risultato prima delle imposte, includeva un utile su titoli di Euro 0,5 milioni realizzato nel mese di novembre 2003 sulla vendita di azioni proprie.

9. Dati patrimoniali della capogruppo

I principali **dati patrimoniali** della situazione trimestrale al 31 dicembre 2004 della Cairo Communication S.p.A. possono essere confrontati come segue con i valori di bilancio al 30 settembre 2004:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2004	30/09/2004
<u>Dati patrimoniali</u>		
Immobilizzazioni materiali nette	465	505
Immobilizzazioni immateriali nette	9.416	10.505
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	15.001	13.991
Azioni proprie	55	765
Circolante commerciale netto	12.179	7.229
Totale mezzi impiegati	37.116	32.995
Passività a lungo e fondi	1.323	1.248
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(101.028)	(103.942)
Debiti verso società controllate	4.884	4.885
Patrimonio netto	131.937	130.804
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	37.116	32.995

** I dati di patrimonio netto al 31 dicembre 2004 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali dei tre mesi*

Come già commentato, successivamente al 31 dicembre 2004, l'Assemblea della Cairo Communication S.p.A. del 27 gennaio 2005 ha deliberato la distribuzione ai soci di un dividendo di Euro 1,6 per ciascuna azione avente diritto (escluse quindi le azioni proprie detenute alla data), per complessivi circa Euro 12,5 milioni, che nella situazione trimestrale al 31 dicembre 2004 sono inclusi nel patrimonio netto.

10. Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo

La **posizione finanziaria netta** della capogruppo al 31 dicembre 2004, confrontata con i valori di bilancio al 30 settembre 2004 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:



Cairo Communication S.p.A.	31/12/2004	30/09/2004	Variazione
Disponibilità liquide	87.924	90.865	(2.941)
Disponibilità liquide vincolate	7.022	6.995	27
Prodotti finanziari assicurativi	6.000	6.000	-
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	82	82	-
Debiti verso banche	-	(8)	8
Totale	101.028	103.934	(2.906)
Debiti verso società controllate	(4.884)	(4.884)	-
Totale generale	96.144	99.050	(2.906)

Come già commentato nelle note relative alla posizione finanziaria netta consolidata, le disponibilità liquide includono un deposito vincolato di Euro 6.985 (Euro 7.022 comprensivo di interessi maturati).

La gestione della liquidità ha continuato ad essere improntata su principi di prudenza ed è stata principalmente realizzata mediante l'utilizzo di depositi di mercato interbancario.

Il prodotto finanziario assicurativo, "Elios Coupon" di Antonveneta Vita, dell'importo di Euro 6 milioni è una polizza assicurativa che prevede capitale garantito ed una cedola minima garantita del 3% annuo, già al netto delle commissioni di gestione.

11. Evoluzione prevedibile della gestione ed eventi successivi al 31 dicembre 2004

Per il seguito dell'esercizio 2004/2005 il Gruppo Cairo Communication continuerà a concentrarsi nello sviluppo dei suoi settori di attività, quello editoriale della Cairo Editore, della Editoriale Giorgio Mondadori, della Cairo Directory e delle neo costituita Cairo Publishing, così come nello sviluppo della raccolta pubblicitaria sulle sue testate attuali, inclusa la nuova testata "DIPIU' TV" e quello della raccolta pubblicitaria televisiva sulla emittente commerciale La7 e sui canali digitali a pagamento in concessione.

Nel mese di gennaio 2005 la Cairo Editore, dopo lo straordinario successo del "Settimanale DIPIU", il secondo periodico più venduto in Italia con una diffusione media nei 36 numeri del 2004 e nei primi 5 numeri del 2005 di circa 820.000 copie, è entrata nel settore dei periodici



televisivi, che ritiene ad elevato potenziale, ed ha lanciato “DIPIU’ TV”, un nuovo settimanale televisivo diretto da Sandro Mayer.

Il primo numero, in edicola dal 31 gennaio 2005 con una tiratura di 1.000.000 di copie al prezzo di lancio di 0,20 euro ha riscosso un notevole successo con una diffusione di circa 930.000 copie e a tre giorni dal lancio, in considerazione dei risultati dei rilevamenti diffusionali e delle segnalazioni di tante edicole in cui il settimanale era andato esaurito già il giorno successivo all’uscita, sono state distribuite 100.000 ristampe. Per il secondo numero, in edicola dal 7 febbraio con una tiratura di 1.050.000 copie, dagli ultimi rilevamenti diffusionali ci si attende una diffusione di circa 950.000 copie. Dal quarto numero “DIPIU’ TV” sarà venduto al prezzo di copertina di 0,50 Euro.

I risultati diffusionali e pubblicitari di Settimanale DIPIU’ del trimestre ottobre-dicembre 2004 e del mese di gennaio 2005 confermano lo straordinario successo dell’iniziativa. In particolare la diffusione del numero 5 del 2005, in edicola la settimana del lancio di DIPIU’ TV è stata di circa 900.000 copie.

Dal punto di vista pubblicitario, alla data del 11 febbraio il portafoglio ordini pubblicitari del “Settimanale DIPIU’” e “DIPIU’ TV per i numeri pubblicati e da pubblicare nel 2005 ammonta rispettivamente a Euro 8,7 milioni per il primo (circa Euro 11 milioni la raccolta nel 2004), risultato che porta a rivedere al rialzo il budget di raccolta pubblicitaria iniziale di Euro 18,5 milioni per i dodici mesi gennaio–dicembre 2005, e ad un portafoglio di circa 2,9 milioni di Euro per il secondo.

Per “Settimanale DIPIU’” per i dodici mesi gennaio-dicembre 2005 la previsione dei ricavi complessivi a livello di Gruppo è di circa 50 milioni di Euro con un margine di contribuzione a livello di gruppo prossimo al 25% prima della ultima tranche delle spese di lancio (circa Euro 0.8 milioni).

In considerazione dei risultati attesi da “DIPIU’ TV” e da “Settimanale DIPIU’”, si prevede che il fatturato del settore editoriale del Gruppo Cairo Communication (Cairo Editore ed Editoriale Giorgio Mondadori) sarà di circa 105 milioni di euro a livello di Gruppo nei dodici mesi gennaio-dicembre 2005.

Il successo delle iniziative intraprese negli ultimi 24 mesi (“For Men Magazine”, “Natural Style”, “Settimanale DIPIU’”) sono un ulteriore stimolo al dinamismo del Gruppo Cairo, e sono al momento allo studio nuovi progetti editoriali dei quali si stanno valutando potenzialità, fattibilità ed economicità.



Nel mese di dicembre 2004 è stata costituita la Cairo Publishing per sviluppare nuove iniziative in vari ambiti editoriali diversi da quello dei periodici.

Nel febbraio 2005 il Gruppo Cairo inizierà il primo ciclo di vendita nel settore delle directories con la Cairo Directory. Costi e ricavi caratteristici di questa iniziativa, la cui competenza matura con la distribuzione dei volumi, si prevede cominceranno ad essere rilevati a partire dal primo trimestre dell'esercizio 2005/2006.

L'andamento della raccolta pubblicitaria su La 7 nel bimestre gennaio – febbraio 2005 è in crescita rispetto all'anno precedente e, alla data del 11 febbraio 2004, i ricavi pubblicitari per il bimestre, pari a Euro 14,5 milioni, sono in crescita del 25% rispetto alla raccolta totale del bimestre analogo dell'esercizio precedente.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Dott. Urbano R. Cairo