



CAIROCOMMUNICATION

Relazione
trimestrale al 30 giugno 2002

Cairo Communication S.p.A.
Sede Sociale in Milano
Via Tucidide 56
Capitale Sociale Euro 4.030.000



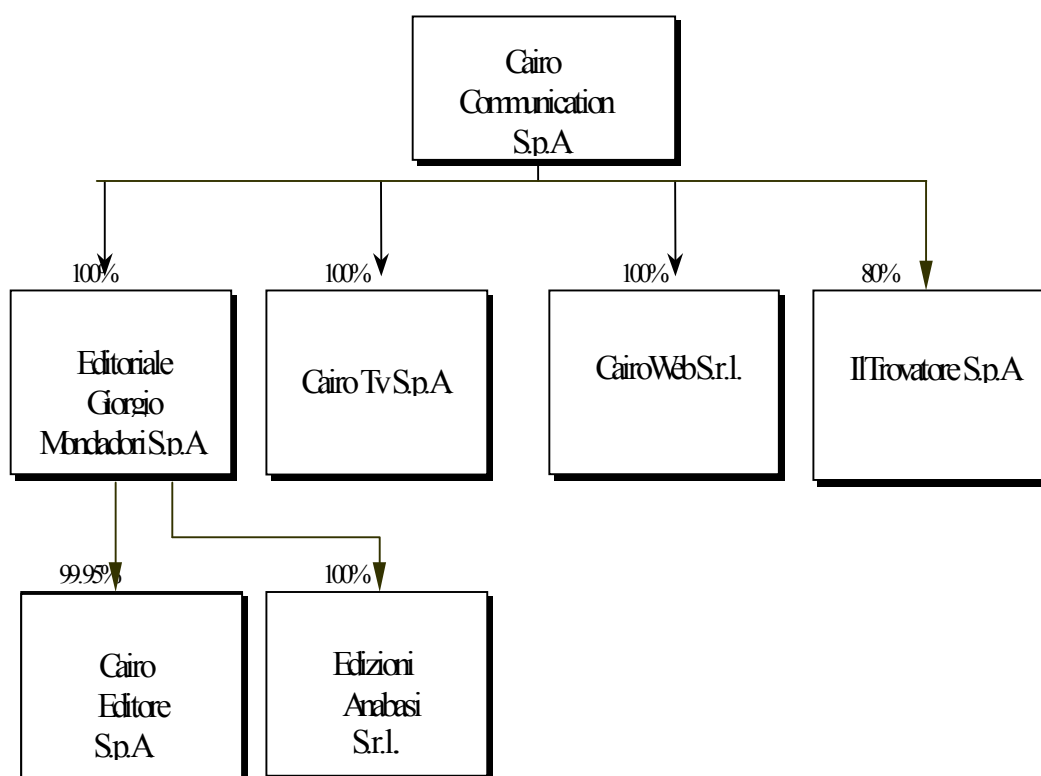
Sommario

Relazione trimestrale al 30 giugno 2002	
Il Gruppo	2
Criteri applicati nella redazione della Relazione trimestrale	3
Andamento del Gruppo	3
Dati economici consolidati	5
Dati patrimoniali consolidati	6
Variazione della posizione finanziaria netta consolidata	6
Investimenti in immobilizzazioni consolidati	7
Dati economici della capogruppo	8
Dati patrimoniali della capogruppo	10
Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo	10
Andamento dei ricavi	11
Evoluzione prevedibile della gestione	16

La Relazione trimestrale non è oggetto di revisione contabile



Il Gruppo





1. Criteri applicati nella redazione della relazione trimestrale

La presente Relazione trimestrale al 30 giugno 2002 è stata predisposta ai sensi dell'art.2.6.2, comma 5, del "Regolamento del Nuovo Mercato" approvato dalla Consob con Delibera n. 13655 del 9 luglio 2002 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 30 giugno 2002 sono omogenei a quelli utilizzati per la redazione della Relazione semestrale al 31 marzo 2002 e del bilancio di esercizio e bilancio consolidato al 30 settembre 2001.

Nel trimestre in esame non si è modificata l'area di consolidamento.

I dati economici della controllante e consolidati sono esposti con riferimento ai primi nove mesi ed al terzo trimestre del corrente esercizio 2001/2002 e sono confrontati con i corrispondenti periodi del precedente esercizio 2000/2001.

I prospetti contabili trimestrali al 30 giugno 2002, così come quelli 30 giugno 2001, 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 dalla Relazione semestrale al 31 marzo 2002 e dal bilancio di esercizio e bilancio consolidato al 30 settembre 2001.

2. Andamento del Gruppo

Nel trimestre in esame, il terzo dell'esercizio 2001/2002, il Gruppo Cairo Communication ha continuato ad operare in qualità di concessionaria multimediale per la vendita di spazi pubblicitari sui mezzi televisivo, stampa, stadi e internet e di editore di periodici, libri e contenuti elettronici.

L'impegno del Gruppo ha continuato ad essere focalizzato principalmente sullo sviluppo interno, in particolare sui settori televisivo e stampa. Contemporaneamente è proseguita una intensa attività di verifica delle opportunità di crescita esterna con la valutazione di alcune aziende.

Il settore editoriale nel trimestre in esame, che è il migliore in termini di risultati economici dalla acquisizione da parte di Cairo Communication, presenta margini in forte crescita rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente. In particolare poi nel trimestre sono stati realizzati ricavi diffusionali e pubblicitari nel complesso superiori rispetto al periodo analogo dell'esercizio 2000/2001, segnale sicuramente positivo dopo la generale contrazione fatta registrare sia dal mercato pubblicitario che dalle vendite edicola.



Le testate del Gruppo Editoriale Giorgio Mondadori, ed in particolare “Bell’Italia”, “Bell’Europa” ed “In Viaggio” mantengono dati diffusionali molto buoni anche quando confrontati con le testate concorrenti, che trovano conferma anche nei risultati della rilevazione del numero di lettori effettuata nel 2001 dalla “Audipress”.

Nel trimestre aprile-giugno 2002 il trend di forte sviluppo del fatturato pubblicitario televisivo ha subito un rallentamento per effetto del termine anticipato del Campionato Italiano di Calcio in occasione dei Mondiali. La trasmissione delle partite di calcio sulla televisione a pagamento rappresentano infatti, per l’elevato numero e la qualità degli spettatori, gli eventi che principalmente attraggono gli investimenti pubblicitari sulle reti analogiche e digitali in concessione. Nel periodo aprile-giugno 2002 sono state trasmesse 5 partite in meno rispetto al periodo analogo dell’esercizio 2000/2001, con un significativo impatto sulla raccolta pubblicitaria.

Nei primi nove mesi dell’esercizio l’andamento della raccolta pubblicitaria televisiva rimane positivo, a fronte di un decremento del mercato pubblicitario televisivo nel complesso pari al -4,4 % (Dati AC Nielsen).

In considerazione del buon andamento delle prenotazioni, la raccolta pubblicitaria sulle reti televisive analogiche e digitali del Gruppo Tele+ e sui canali tematici in concessione Cartoon Network, Discovery Channel e Bloomberg TV è attesa con una crescita molto significativa per il quadrimestre settembre-dicembre 2002 e per l’intero anno solare gennaio-dicembre 2002 ci si attende inoltre un incremento del 13% rispetto all’anno solare 2001.

In particolare, alla data del 31 luglio 2002, il portafoglio ordini relativo alla vendita di pubblicità televisiva per il quadrimestre settembre-dicembre pari a Euro 11,5 milioni, è superiore di circa il 30%, rispetto al portafoglio ordini acquisito in pari data lo scorso esercizio.

Con riferimento alla raccolta pubblicitaria su stampa, nel corso del 2002 il Gruppo Cairo è riuscito ad ottenere risultati anche superiori al mercato ed in particolare i ricavi pubblicitari sui settimanali in concessione, che nel periodo rappresentano circa il 76 % dei ricavi pubblicitari su stampa complessivi del Gruppo, nel semestre aprile-giugno presentano un decremento del 7,9 % a fronte di una flessione del mercato pubblicitario dei settimanali pari a circa il 10 % (Dati FCP-FIEG).

Sulla base dell’andamento delle prenotazioni per l’autunno si prevedono ricavi pubblicitari su stampa nell’anno solare gennaio-dicembre 2002 sostanzialmente in linea con l’anno precedente.

In particolare poi, sulla base dei dati rilevati da AC Nielsen in termini di numero di pagine pubblicitarie vendute, sono sicuramente positivi i risultati raggiunti dalla raccolta pubblicitaria sul settimanale Anna rispetto all’andamento del comparto dei “femminili A” nel loro complesso. Tali buoni risultati sono confermati anche dall’andamento della raccolta pubblicitaria sulla testata anche nel mese di luglio 2002.



3. Dati economici consolidati

I principali **dati economici** consolidati dei primi nove mesi e del terzo trimestre dell'esercizio 2001/2002 possono essere confrontati come segue con i valori dei periodi analoghi dell'esercizio precedente:

<i>(valori in migliaia di Euro)</i>	30/06/2002 (Nove mesi)	30/06/2002 (Trimestre)	30/06/2001 (Nove mesi)	30/06/2001 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	113.175	36.189	128.551	43.729
Sconti di agenzia	(14.646)	(4.614)	(15.849)	(5.506)
Variazione delle rimanenze	(292)	64	(82)	(151)
Altri ricavi	3.628	838	2.081	546
Va /lore della produzione	101.865	32.477	114.701	38.618
Costi della produzione	(87.396)	(27.439)	(99.179)	(33.235)
Costo del personale	(6.451)	(2.210)	(5.694)	(1.928)
Margine operativo lordo	8.018	2.828	9.828	3.455
Ammortamenti e accantonamenti	(3.979)	(1.252)	(3.723)	(1.235)
Risultato operativo	4.039	1.576	6.105	2.220
Gestione finanziaria	3.908	2.687	3.008	905
Risultato prima delle poste straordinarie	7.947	4.263	9.113	3.125
Gestione straordinaria	(2)	-	298	49
Risultato prima delle imposte	7.945	4.263	9.411	3.174

A livello consolidato il Gruppo ha realizzato nel trimestre ricavi complessivi per circa Euro 37 milioni rispetto a circa Euro 44,3 milioni realizzati nel trimestre analogo dell'esercizio precedente.

In particolare i ricavi lordi delle concessionarie pubblicitarie del Gruppo sono stati pari a circa Euro 31,4 milioni, mentre i ricavi lordi del settore editoriale sono stati pari a circa Euro 5,6 milioni.

Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) del trimestre è stato pari a circa Euro 2,8 milioni. Il risultato operativo (EBIT) è stato pari a circa Euro 1,6 milioni.

Il risultato della gestione finanziaria del trimestre aprile–giugno 2002 e dei primi nove mesi dell'esercizio 2001/2002, così come il risultato prima delle imposte, includono il credito di imposta di circa Euro 2 milioni relativo ai dividendi erogati alla Cairo Communication S.p.A. dalla Cairo TV S.p.A. Al netto di tale credito di imposta, il risultato della gestione finanziaria del trimestre è pari a Euro 0,7 milioni. Il decremento rispetto all'esercizio precedente è interamente riconducibile alla riduzione dei tassi di interesse ed è inferiore di circa 10 punti percentuali rispetto al decremento registrato nel primo semestre 2001/2002.

Nei nove mesi in esame, il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) è stato pari a Euro 8 milioni e i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 116,8 milioni. In particolare i ricavi delle concessionarie pubblicitarie del Gruppo sono stati pari a Euro 99,8 milioni al netto della quota di ricavi



pubblicitari di competenza della Editoriale Giorgio Mondadori, che ammontano a circa Euro 8,3 milioni, ed i ricavi del settore editoriale sono stati pari a Euro 17 milioni.

Sulla base di una stima delle imposte di competenza del periodo, il risultato netto dei nove mesi è pari a Euro 5,1 milioni rispetto a Euro 5,9 milioni al 30 giugno 2001, mentre il risultato netto del trimestre è pari a Euro 3,1 milioni rispetto a Euro 2 milioni al 30 giugno 2001.

Nell'esercizio 2000/2001 la società controllata Cairo TV S.p.A. aveva invece distribuito un dividendo di Euro 1,5 milioni, maggiorato del relativo credito di imposta di Euro 0,9 milioni, nel corso del trimestre luglio- settembre 2001.

Nel trimestre non sono stati rilevati componenti straordinari di reddito.

4. Dati patrimoniali consolidati

I principali **dati patrimoniali** consolidati della situazione trimestrale al 30 giugno 2002 possono essere confrontati come segue con i valori della Relazione semestrale al 31 marzo 2002 e del bilancio consolidato al 30 settembre 2001:

(valori in migliaia di Euro)	30/06/2002	31/03/2002	30/09/2001
Dati patrimoniali			
Immobilizzazioni materiali nette	2.894	2.963	2.986
Immobilizzazioni immateriali nette	18.417	19.322	21.038
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	207	224	221
Partecipazioni iscritte nelle attività finanziarie non immobilizzate	4.908	4.908	4.908
Circolante netto	18.064	14.887	14.168
Totale mezzi impiegati	44.490	42.304	43.321
Passività a lungo e fondi	3.612	3.612	3.535
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(100.872)	(98.795)	(97.119)
Debiti verso società controllate	5.165	5.165	5.165
Patrimonio netto del gruppo *	136.564	132.301	131.719
Patrimonio netto di terzi	21	21	21
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	44.490	42.304	43.321

* I dati di patrimonio netto al 30 giugno 2002 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali dei nove mesi.

5. Variazione della posizione finanziaria netta consolidata

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 30 giugno 2002, confrontata con i valori di semestrale al 31 marzo 2002 e di bilancio consolidato al 30 settembre 2001 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:



(valori in migliaia di Euro)	30/06/2002	31/03/2002	30/09/01
Disponibilità liquide	102.848	100.833	101.282
Attività finanziarie che non costituiscono immob.ni	90	90	90
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	-	(62)	(1.671)
Quota a breve finanziamento Interbanca	(2.066)	(1.033)	(1.033)
Quota a lungo finanziamento Interbanca	-	(1.033)	(1.549)
Totale	100.872	98.795	97.119
Debiti verso Immobiliedit	(5.165)	(5.165)	(5.165)
Totale generale	95.707	93.630	91.954

Nella liquidità è compreso un importo di circa Euro 5,2 milioni, rilevato nei debiti verso società controllate, affidato alla Cairo Communication S.p.A. a tassi di interesse di mercato dalla società controllata non consolidata (in quanto destinata alla vendita o alla liquidazione) Immobiliedit S.r.l., nell'ottica della ottimizzazione del rendimento delle risorse finanziarie infragruppo.

Su tale liquidità nei nove mesi sono stati riconosciuti alla società controllata interessi pari a circa Euro 0,1 milioni. Al 30 giugno 2002 la Immobiliedit S.r.l. disponeva di ulteriori circa Euro 1,8 milioni di liquidità, impiegate in operazioni di pronti contro termine.

La liquidità complessiva del Gruppo Cairo Communication al 30 giugno 2002 ammonta quindi a circa Euro 102,6 milioni.

Nel trimestre la liquidità si incrementa di circa Euro 2 milioni, risultato sicuramente positivo in considerazione del persistere del generale rallentamento della situazione economica, che porta i clienti ad allungare i tempi di pagamento rispetto alle scadenze concordate.

La gestione della liquidità continua ad essere improntata su principi di prudenza e viene principalmente realizzata mediante l'utilizzo di depositi di mercato interbancario.

L'intero debito verso la Interbanca è stato classificato a breve termine in considerazione della decisione di avvalersi della clausola di recesso anticipato e rimborsare l'intero finanziamento alla scadenza del 30 settembre 2002.

6. Investimenti in immobilizzazioni consolidati

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



(valori in migliaia di Euro)	30/06/2002 (tre mesi)	30/06/2002 (nove mesi)
<u>Incrementi</u>		
Costi di impianto e di ampliamento	0	0
Costi di ricerca sviluppo e pubblicità	0	0
Concessioni, licenze e marchi	2	479
Immobilizzazioni in corsi e acconti	0	0
Differenze di consolidamento	0	76
Testate	0	0
Altre	19	58
Totale immobilizzazioni immateriali	21	613
Terreni e fabbricati	0	0
Impianti e macchinari	0	0
Attrezzature industriali e commerciali	0	0
Altri beni	20	155
Immobilizzazioni in corso	0	0
Totale immobilizzazioni materiali	20	155
Partecipazioni	0	6
Crediti verso altri	0	3
Totale immobilizzazioni finanziarie	0	9
Totale incrementi delle immobilizzazioni	41	777

7. Dati economici della capogruppo

L'Assemblea straordinaria della Cairo Communication S.p.A. del 30 marzo 2001 ha deliberato la fusione per incorporazione della società interamente controllata Cairo Pubblicità S.p.A. e in data 13 settembre 2001 è stato depositato l'atto 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 2001 della Cairo Communication S.p.A.

La situazione trimestrale della controllante Cairo Communication S.p.A. al 30 giugno 2001 è stata predisposta senza considerare gli effetti di tale fusione, in quanto antecedente al deposito dell'atto. Al fine di consentire il raffronto dei dati del terzo trimestre e dei primi nove mesi dell'esercizio 2001/2002 con quelli del periodo analogo dell'esercizio precedente è stato pertanto predisposto uno schema di conto economico pro forma per i nove mesi ottobre 2000–giugno 2001, ottenuto aggregando i dati relativi alle due società Cairo Communication S.p.A. e Cairo Pubblicità S.p.A., opportunamente rettificati per simulare l'effetto della fusione per incorporazione, come se fossero un unico soggetto giuridico.

I principali dati economici della capogruppo del terzo trimestre e dei primi nove mesi dell'esercizio 2001/2002 possono essere confrontati come segue con i valori dei periodi analoghi dell'esercizio precedente:



<i>(valori in milioni di lire)</i>	30/06/2002 (9 mesi)	30/06/2002 (Trimestre)	30/06/2001 (9 mesi)	30/06/2001 (Trimestre)	30/06/2001 (9 mesi) pro forma	30/06/2001 (Trimestre) pro forma
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	68.343	25.097	8.648	2.862	79.764	27.608
Sconti di agenzia	(8.760)	(3.123)	(215)	(89)	(10.662)	(3.731)
Variazione delle rimanenze			-	-	-	
Altri ricavi	1.907	679	479	250	2.193	1.023
Valore della produzione	61.490	22.653	8.912	3.023	71.295	24.900
Costi della produzione	(56.745)	(20.291)	(6.347)	(2.259)	(65.534)	(22.806)
Costo del personale	(2.115)	(731)	(934)	(342)	(1.452)	(515)
Margine operativo lordo	2.630	1.631	1.631	420	4.309	1.579
Ammortamenti e accantonamenti	(1.859)	(602)	(1.210)	(408)	(1.610)	(517)
Risultato operativo	771	1.029	421	12	2.699	1.062
Gestione finanziaria	7.404	6.189	3.163	1.028	2.924	896
Rettifiche di valore di attività finanziarie	(32)	-	(6)	-	(6)	0
Risultato prima delle poste straordinarie	8.143	7.218	3.578	1.040	5.617	1.958
Gestione straordinaria	-	-	(43)	42	7	42
Risultato prima delle imposte	8.143	7.218	3.535	1.082	5.624	2.000

Confrontando il risultato del trimestre con la situazione pro forma al 30 giugno 2001 i ricavi lordi, pari a circa Euro 25,8 milioni presentano un decremento di circa Euro 2,8 milioni, riconducibile principalmente a minori ricavi per vendita di pubblicità statica per circa Euro 1,6 milioni.

Il risultato operativo lordo (EBITDA) ed il risultato operativo (EBIT) sono stati rispettivamente pari a circa Euro 1,6 milioni e Euro 1 milione, sostanzialmente in linea rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente.

La voce gestione finanziaria del trimestre aprile-giugno 2002 e dei primi nove mesi dell'esercizio 2001/2002, così come il risultato prima delle imposte, includono i dividendi erogati dalla società controllata Cairo TV S.p.A. per circa Euro 3,5 milioni ed il relativo credito di imposta di circa Euro 2 milioni, per complessivi circa Euro 5,5 milioni. Al netto di tali dividendi il risultato della gestione finanziaria è pari a circa Euro 0,7 milioni con decremento rispetto allo scorso esercizio riconducibile al calo dei tassi di interesse

Sulla base di una stima delle imposte di competenza del periodo, il risultato netto dei nove mesi è pari a Euro 7,4 milioni rispetto a Euro 4,3 milioni al 30 giugno 2001 a livello pro forma, mentre il risultato netto del trimestre è pari a Euro 6,6 milioni rispetto a Euro 1,7 milioni al 30 giugno 2001.

L'utile netto stimato dei nove mesi della Cairo Communication S.p.A, consentirà al Gruppo di confermare anche in questo esercizio la politica del dividendo per una quota di risultato significativamente superiore a quella distribuita lo scorso anno.



Come già commentato nelle note esplicative ai dati economici consolidati, nel corso dell'esercizio 2000/2001 la società controllata Cairo TV S.p.A. aveva invece distribuito un dividendo di Euro 1,5 milioni, maggiorato del relativo credito di imposta di Euro 0,9 milioni, nel corso del trimestre luglio-settembre 2001, che ne era stato impattato positivamente.

Con riferimento ai risultati dei primi nove mesi dell'esercizio 2001/2002, il decremento della marginalità è in parte imputabile ai minori ricavi per vendita pubblicità statica, settore verso il quale si è ridotto l'interesse della società anche a seguito della generale precaria situazione del settore calcistico, così come alle più onerose condizioni contrattuali rispetto alla stagione calcistica 2000/2001 previste nella stagione 2001/2002 dai contratti di concessione per la vendita della pubblicità negli stadi in gestione.

Il decremento di marginalità della Capogruppo è anche riconducibile ad una diversa distribuzione delle attività economiche tra le società del Gruppo stesso ed alla diversa composizione del fatturato pubblicitario rispetto all'esercizio precedente.

8. Dati patrimoniali della capogruppo

I principali **dati patrimoniali** della situazione trimestrale al 30 giugno 2002 della Cairo Communication S.p.A. possono essere confrontati come segue con i valori di semestrale al 31 marzo 2002 e di bilancio al 30 settembre 2001:

(valori in migliaia di Euro)	30/06/2002	31/03/2002	30/09/2001
<u>Dati patrimoniali</u>			
Immobilizzazioni materiali nette	446	476	445
Immobilizzazioni immateriali nette	4.277	4.707	5.177
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	22.049	21.970	21.306
Circolante commerciale netto	18.640	13.290	14.496
Totale mezzi impiegati	45.412	40.443	41.424
Passività a lungo e fondi	691	657	536
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(87.530)	(85.248)	(86.320)
Patrimonio netto*	132.251	125.034	127.208
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	45.412	40.443	41.424

* I dati di patrimonio netto al 30 giugno 2002 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali dei nove mesi

9. Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo

La **posizione finanziaria** della capogruppo al 30 giugno 2002, confrontata con i valori di semestrale al 31 marzo 2002 e di bilancio al 30 settembre 2001 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:



Cairo Communication S.p.A.	30/06/2002	31/03/2002	30/09/2001
Disponibilità liquide	94.670	94.251	96.003
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	90	90	90
Debiti finanziari verso banche	-	(55)	(219)
Quota a breve finanziamento Interbanca	(2.066)	(1.033)	(1.033)
Quota a lungo finanziamento Interbanca	-	(1.033)	(1.549)
Totale	92.694	92.220	93.292
Debiti verso società controllate	(5.164)	(6.972)	(6.972)
Totale generale	87.530	85.248	86.320

I debiti verso società controllate sono relativi all'importo di circa Euro 5,2 milioni affidato alla Cairo Communication S.p.A. a tassi di interesse di mercato dalla società controllata Immobiliedit S.r.l. nell'ottica della ottimizzazione del rendimento delle risorse finanziarie infra gruppo.

Nel trimestre è stato rimborsato un finanziamento di Euro 1,8 milioni, in essere al 31 marzo 2002, che era stato erogato dalla società controllata Cairo TV S.p.A. sempre nell'ottica di ottimizzare la gestione finanziaria a livello di Gruppo.

Come già esposto nelle note di commento alla liquidità consolidata, l'intero debito verso la Interbanca è stato classificato a breve a seguito della decisione di avvalersi della clausola di recesso anticipato e rimborsare l'intero finanziamento alla scadenza del 30 settembre 2002.

10. Andamento dei ricavi

La composizione dei ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi del solo trimestre aprile – giugno 2002, suddivisa fra i due principali settori di attività (concessionaria di pubblicità ed attività editoriale) può essere analizzata come segue:



Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	Situazione trimestrale al 30/06/2002 (tre mesi)			Situazione trimestrale al 30/06/2001 (tre mesi pro - forma)		
	Concess. di Pubblicità	Editoriale	TOTALI	Concessionarie di Pubblicità	Editoriale	TOTALI
Pubblicità su reti televisive	11.258	-	11.258	14.991	-	14.991
Pubblicità su stampa	18.393	2.967	21.360	20.252	3.028	23.280
Cartellonistica stadi	851	-	851	2.239	-	2.239
Maxischermi	107		107			
Pubblicità su Internet	56	-	56	563	-	563
Vendita pubblicazioni	-	1.621	1.621	-	1.492	1.492
Abbonamenti	-	783	783	-	793	793
Audiovisivi e vari	-	0	0	-	-	-
Libri e cataloghi	-	214	214	-	179	179
I.V.A. assolta dall'editore	-	(61)	(61)	-	(80)	(80)
Altri ricavi e prestazioni di servizi	-	-		-	272	272
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	30.665	5.524	36.189	38.045	5.684	43.729
Altri ricavi e proventi	714	124	838	413	133	546
Totale ricavi	31.379	5.648	37.027	38.458	5.817	44.275

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

Con riferimento al settore editoriale nel trimestre sono stati realizzati ricavi diffusionali e pubblicitari nel complesso superiori rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente.

I ricavi del settore concessionarie presentano invece una flessione dei ricavi pubblicitari televisivi per il termine anticipato del Campionato di Calcio (5 partite in meno rispetto al periodo analogo dell'esercizio 2000/2001).

Il decremento dei ricavi per vendita di pubblicità statica è riconducibile sia al termine anticipato del campionato di calcio di serie A sia al diverso portafoglio di squadre gestite nella stagione 2001/2002.

La composizione dei ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi nei primi nove mesi dell'esercizio 2001/2002, suddivisa fra i due principali settori di attività (concessionaria di pubblicità ed attività editoriale), può essere analizzata come segue:



Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	Situazione trimestrale al 30/06/2002 (nove mesi)			Situazione trimestrale al 30/06/2001 (nove mesi pro – forma)		
	Concess. di Pubblicità	Editoriale	TOTALI	Concessionarie di Pubblicità	Editoriale	TOTALI
Pubblicità su reti televisive	45.154	-	45.154	45.119	-	45.119
Pubblicità su stampa	48.429	8.857	57.286	56.995	10.000	66.995
Cartellonistica stadi	2.693	-	2.693	6.051	-	6.051
Maxischermi	107		107			
Pubblicità su Internet	478	-	478	2.116	-	2.116
Vendita pubblicazioni	-	4.377	4.377	-	4.828	4.828
Abbonamenti	-	2.299	2.299	-	2.362	2.362
Audiovisivi e vari	-	26	26	-	133	133
Libri e cataloghi	-	964	964	-	966	966
I.V.A. assolta dall'editore	-	(209)	(209)	-	(292)	(292)
Altri ricavi e prestazioni di servizi	-	-		-	273	273
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	96.861	16.314	113.175	110.281	18.270	128.551
Altri ricavi e proventi	2.933	695	3.628	1.307	774	2.081
Totale ricavi	99.794	17.009	116.803	111.588	19.044	130.632

Con riferimento al settore editoriale, come già commentato in sede di relazione semestrale al 31 marzo 2002, il decremento dei ricavi per vendita pubblicazioni e dei ricavi pubblicitari nei primi nove mesi dell'esercizio 2001/2002 è riconducibile sia al generale rallentamento del mercato pubblicitario, sia alla scelta aziendale di ridurre il numero di allegati alle riviste seguendo la logica costi/benefici.

I ricavi del settore concessionarie nei nove mesi sono stati pari a Euro 99.8 milioni.

Concessionarie

A) Televisione -Cairo TV S.p.A.

Nel trimestre in esame è proseguita la raccolta pubblicitaria per i canali analogici e digitali del Gruppo Telepiù, con il quale è in essere un contratto di concessione decennale che scade nel 2007 e prevede clausole di prima negoziazione e prelazione alla scadenza, così come per i tre canali tematici Discovery Channel, Cartoon Network e Bloomberg TV.

Come già commentato, il fatturato pubblicitario televisivo, pari a circa Euro 11,3 milioni, presenta una flessione rispetto all'analogo periodo dell'esercizio precedente per effetto del termine anticipato del Campionato Italiano di Calcio in occasione dei Mondiali (5 partite in meno rispetto al periodo analogo dell'esercizio 2000/2001).

L'andamento della raccolta pubblicitaria della Cairo TV nei primi nove mesi dell'esercizio è stato comunque positivo, confermando sostanzialmente i valori del periodo analogo dell'anno precedente, a



fronte di un decremento del mercato pubblicitario televisivo nel complesso pari al -4,4 % (Dati AC Nielsen).

I risultati raggiunti nei nove mesi confermano il notevole potenziale della televisione a pagamento che sta ulteriormente incrementando la penetrazione sulla popolazione raggiungendo un numero di abbonati complessivi e un numero di telespettatori (incluso anche le multi utenze) tale da renderla sempre più interessante.

Come già commentato, in particolare, alla data del 31 luglio 2002 il portafoglio ordini relativo alla vendita di pubblicità televisiva per il quadrimestre settembre-dicembre pari a Euro 11,5 milioni, è superiore di circa il 30%, rispetto al portafoglio ordini acquisito in pari data lo scorso esercizio.

In data 31 luglio 2002 è stato stipulato un contratto con Turner Broadcasting per la concessione pubblicitaria in Italia di CNN che consolida i buoni rapporti, iniziati nel 1999 con la concessione di Cartoon Network, tra Turner Broadcasting e Cairo TV.

B) Stampa

Nel corso del trimestre è proseguito il rapporto di concessione della Cairo Communication S.p.A. per:

- le testate RCS “Anna”, “Salve”, “Oggi”, “Novella 2000” e “Visto”,
- le testate del gruppo Editoriale Giorgio Mondadori “Airone”, “Bell’Italia”, “Bell’Europa”, “In Viaggio”, “Gardenia”, “Arte” e “Antiquariato”,
- la testata settimanale “Bella” e le quattro testate mensili “Pratica”, “Buona Cucina”, “La mia Boutique” e “Un mese in cucina”, per effetto del contratto di concessione stipulato con la Edit,
- i mensili “Prima Comunicazione” e “Burda”.

Come già commentato, nel semestre gennaio-giugno 2002 il Gruppo Cairo è riuscito ad ottenere risultati anche superiori all’andamento del mercato. In particolare sono sicuramente positivi i risultati raggiunti dalla raccolta pubblicitaria sul settimanale Anna rispetto all’andamento del comparto dei “femminili A” nel complesso. Secondo le rilevazioni AC Nielsen, infatti, nei primi sei mesi dell’anno solare 2002 il numero delle pagine pubblicitarie pubblicate sulla rivista “Anna” si è incrementato del 2% rispetto al periodo analogo del 2001 a fronte di una generale riduzione del numero di pagine pubblicitarie sulle principali testate concorrenti (Grazia -6%, Amica -10%, D Repubblica - 11%, IO Donna - 6%). Tali buoni risultati sono confermati dall’andamento della raccolta pubblicitaria sulla testata Anna anche nel mese di luglio 2002.

Riteniamo che l’integrazione all’interno del Gruppo Cairo Communication della gestione editoriale e commerciale delle testate Giorgio Mondadori, superato l’attuale rallentamento del mercato consentirà



di valorizzare propriamente le testate e l'alta qualità del loro target, così come di ottimizzare il coordinamento con l'Editore e ancora migliorare l'efficienza.

Il contratto con RCS per la concessione della raccolta pubblicitaria sulle testate "Anna", "Salve", "Oggi", "Novella 2000" e "Visto" scade al 31 dicembre 2002 e sono in corso trattative per il suo rinnovo.

C) Internet -Cairo Web S.r.l.

Nel trimestre il fatturato internet è diminuito significativamente rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente in conseguenza della forte contrazione fatta registrare dal mercato della raccolta pubblicitaria "on line", sia rispetto alle attese, sia rispetto al periodo analogo dell'anno precedente.

Nonostante la particolare situazione di mercato il Gruppo Cairo mantiene una presenza in questo mercato tale da consentirgli di monitorarne con attenzione le evoluzioni. Anche a fronte di una riduzione della raccolta pubblicitaria, il settore internet ha comunque fatto registrare un notevole incremento del numero di utenti (sia per lavoro che per utilizzo personale) e rappresenta un mezzo capace di generare un elevatissimo numero di contatti "targettizzabili".

Nel periodo in esame è continuata la attività di sviluppo de Il Trovatore, che nel trimestre ha maturato perdite complessive per circa Euro 60 mila, in linea con quelle realizzate nel trimestre analogo dell'esercizio precedente. In considerazione della difficile situazione che il mercato della raccolta pubblicitaria su internet attraversa a partire dalla seconda metà del 2001, il Gruppo Cairo ha orientato l'attività de Il Trovatore S.p.A. alla ricerca di fonti di reddito diverse dalla pubblicità, legate principalmente alla cessione di servizi tecnologici. Il Trovatore ha mantenuto i buoni risultati raggiunti in termini di impression e di utenti unici, pari rispettivamente a 16 milioni e 420 mila a fine giugno 2002).

D) Stadi

Nel corso del trimestre la Cairo Communication ha continuato l'attività di concessionaria degli spazi pubblicitari presso alcuni stadi italiani (Olimpico per A.S. Roma, Delle Alpi per Torino Calcio, Penzo per Venezia Calcio e Liberati per la Ternana Calcio).

I ricavi del trimestre includono, come nel periodo analogo dell'esercizio precedente, anche il corrispettivo per l'attività di intermediazione svolta per la ricerca dello Sponsor Ufficiale della FC Juventus.

I ricavi generati dalla attività di vendita di pubblicità statica sono in riduzione rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente principalmente per effetto sia della fine anticipata del Campionato che del diverso portafoglio di squadre gestite.



Come già commentato nei confronti di tale settore si è ridotto l'interesse del Gruppo anche a seguito della generale precaria situazione del settore calcistico

EDITORIA - Gruppo Editoriale Giorgio Mondadori

Anche nel trimestre aprile-giugno 2002 il settore editoriale presenta una marginalità in crescita rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente.

Come già commentato, in particolare poi nel trimestre, che è il migliore in termini di risultati economici dalla acquisizione da parte di Cairo Communication, sono stati realizzati ricavi diffusionali e pubblicitari nel complesso superiori rispetto al trimestre aprile-giugno dell'esercizio precedente, segnale sicuramente positivo che induce ad essere ottimisti sul superamento della particolare difficile situazione in cui si è trovata l'editoria in generale

Continuano ad essere confermati anche i buoni risultati del canale di vendita "abbonamenti", pur in presenza di una politica commerciale che prevede la applicazione di sconti agli abbonati sensibilmente inferiori rispetto a quelli praticati da altri editori concorrenti.

Per quanto riguarda le vendite edicola, ed escludendo le vendite dirette a bassissimo margine, le nostre pubblicazioni nel settore turismo continuano ad incrementare le loro quote di mercato.

Le tre testate Bell'Italia, Bell'Europa ed In Viaggio nel 2001 secondo i dati "ADS" hanno infatti sostanzialmente mantenuto i dati di vendita edicola del 1999 con complessive circa 97.000 copie, cui vanno aggiunti circa 50.000 abbonati, a fronte di un decremento di copie del 33% fatto registrare dalle sette principali testate concorrenti nel loro complesso.

I buoni dati diffusionali trovano conferma nei risultati della rilevazione 2001 della "Audipress" che evidenzia come le tre testate Bell'Italia, Bell'Europa ed In Viaggio abbiano complessivamente 1.029.000 lettori medi, in crescita dello 0,1 % rispetto al 1999 (anno della rilevazione precedente), a fronte della generalizzata perdita di lettori delle testate concorrenti.

Le attenzioni del Gruppo continuano ad essere rivolte anche alla ricerca di ulteriori possibilità di miglioramento della efficienza, con innovazione dei processi editoriali e organizzativi.

11. Evoluzione prevedibile della gestione

Le stime per il mercato pubblicitario per il 2002 indicano un miglioramento del trend a partire dal secondo semestre.

I mezzi in concessione alle società del Gruppo presentano caratteristiche tali, sia per la novità intrinseca (televisione a pagamento e digitale) che per la loro qualità da farci prevedere nella seconda metà del 2002 tassi di crescita superiori a quelli del mercato, anche grazie alla presenza capillare e determinata della nostra forza di vendita.



In particolare, con riferimento al settore della TV a pagamento, la raccolta pubblicitaria sulle reti televisive analogiche e digitali del Gruppo Tele+ e sui canali tematici in concessione Cartoon Network, Discovery Channel e Bloomberg Television è attesa con una crescita molto significativa a partire dal mese di settembre 2002.

Con riferimento al settore editoriale, la Editoriale Giorgio Mondadori, completato il risanamento, sta studiando nuovi progetti editoriali da realizzare nei prossimi mesi. L'auspicata ripresa del mercato a partire dall'autunno 2002, dovrebbe consentire di realizzare le attese di sviluppo del fatturato pubblicitario, in considerazione della qualità delle riviste editate.

La Cairo Communication continuerà la sua attività di valutazione di aziende per verificare l'opportunità di eventuali acquisizioni ed è probabile che la strategia di sviluppo esterno riprenda entro il 2002. Nell'esame delle potenziali acquisizioni l'attenzione è sempre orientata ad aziende nel settore editoriale e pubblicitario con elevate possibilità di sviluppo e/o potenzialità sinergiche con le attività del Gruppo.

Il Presidente del Consiglio

Dott. Urbano R. Cairo