



CAIROCOMMUNICATION

Relazione
Trimestrale al 30 giugno 2003

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



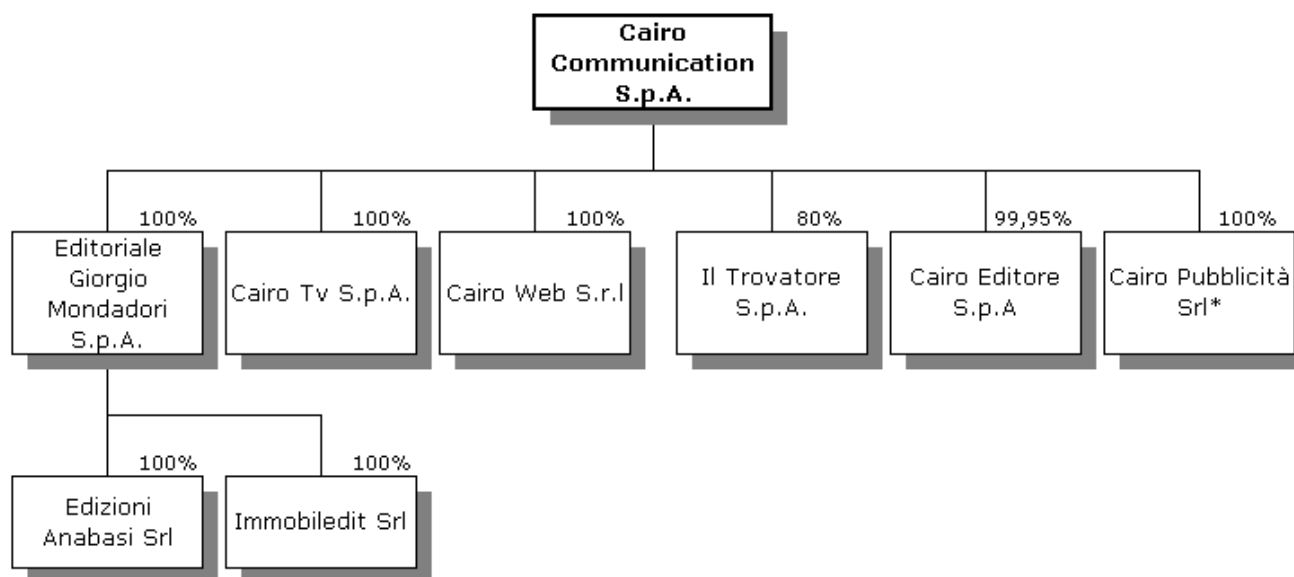
Sommario

Relazione trimestrale al 30 giugno 2003

Il Gruppo	3
Criteri applicati nella redazione della Relazione trimestrale	4
Andamento del Gruppo	4
Dati economici consolidati	6
Dati patrimoniali consolidati	9
Variazione della posizione finanziaria netta consolidata	10
Andamento dei ricavi	10
Investimenti in immobilizzazioni consolidati	15
Dati economici della capogruppo	16
Dati patrimoniali della capogruppo	18
Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo	19
Evoluzione prevedibile della gestione	19



Il Gruppo



* La società Cairo Pubblicità S.r.l. è stata costituita il 6 maggio 2003 .



1. Criteri applicati nella redazione della relazione trimestrale

La presente Relazione trimestrale al 30 giugno 2003 è stata predisposta ai sensi dell'art.2.6.2, comma 5, del "Regolamento del Nuovo Mercato" approvato dalla Consob con Delibera n. 14032 del 15 aprile 2003 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 2003 sono omogenei a quelli utilizzati per la redazione della Relazione semestrale al 31 marzo 2003 e del bilancio di esercizio e bilancio consolidato al 30 settembre 2002.

Nel trimestre in esame non si è modificata l'area di consolidamento rispetto a quanto già commentato in sede di Relazione semestrale al 31 marzo 2003.

I prospetti contabili della controllata Cairo Pubblicità S.r.l., costituita il 6 maggio 2003, non sono stati consolidati in quanto la società non è ancora operativa.

I dati economici della controllante e consolidati sono esposti con riferimento ai primi nove mesi ed al terzo trimestre del corrente esercizio 2002/2003 e sono confrontati con i corrispondenti periodi del precedente esercizio 2001/2002.

I prospetti contabili trimestrali al 30 giugno 2003 così come quelli 30 giugno 2002 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 2003 e dal bilancio di esercizio e bilancio consolidato al 30 settembre 2002.

2. Andamento del Gruppo

Nel trimestre aprile-giugno 2003 il Gruppo Cairo Communication ha continuato ad operare in qualità di concessionaria multimediale per la vendita di spazi pubblicitari sui mezzi televisivo, stampa e internet e di editore di periodici e libri (Editoriale Giorgio Mondadori e Cairo Editore) e contenuti elettronici (Il Trovatore).

Con riferimento al settore editoriale, la società controllata Cairo Editore ha proseguito l'attività di sviluppo del progetto iniziato nell'autunno 2002 e, dopo il lancio della testata "For Men Magazine" nel mese di marzo 2003, a fine giugno (data copertina luglio 2003) è stata lanciata anche la nuova testata mensile "Natural Style", un femminile improntato ad un nuovo modo di vivere, ricco di informazioni utili, che tratta principalmente argomenti legati ad uno stile di vita naturale per quanto riguarda alimentazione, salute, moda, cosmetici e arredamento. Entro inizio 2004 è previsto anche il lancio di un magazine settimanale.



I primi quattro numeri della rivista “For Men Magazine” hanno riscosso un notevole successo sia in termini di raccolta pubblicitaria che di risultato diffusionale (circa 160.000 copie edicola mensili medie).

Il dinamismo della Cairo Editore conferma la scelta del Gruppo Cairo di dare un forte impulso allo sviluppo del settore editoriale, privilegiando la crescita interna con il lancio di nuove testate ad una politica di crescita tramite acquisizioni, che peraltro non è esclusa.

In questo contesto si inserisce l’ingresso nel Gruppo di Ernesto Mauri, uno dei manager italiani di maggiore esperienza (Rusconi, Arnoldo Mondadori, La 7) nel settore editoriale ed in particolare nei periodici, che da inizio del mese di luglio ha assunto la carica di Amministratore Delegato della Cairo Editore e della Editoriale Giorgio Mondadori.

Nel trimestre, la controllata Editoriale Giorgio Mondadori, che pubblica le testate “Bell’Italia”, “Bell’Europa”, “In Viaggio”, “Airone”, “Gardenia”, “Arte” e “Antiquariato” ha confermato un buon livello di marginalità, sostenendo le sue testate con campagne di comunicazione e numerose iniziative editoriali, anche grazie alle quali si sono registrati ottimi risultati diffusionali per “Bell’Europa”, con una diffusione media edicola nel trimestre di circa 37.000 copie e “Gardenia” che nel bimestre aprile-maggio 2003 ha avuto una diffusione media edicola di circa 41.500 copie, rispetto ad una media edicola ADS di rispettivamente circa 29.000 e 33.700 copie. Ai dati di diffusione edicola delle due testate devono poi essere aggiunti rispettivamente circa 16.000 e 18.000 abbonati. Il mensile “Bell’Italia” aveva già registrato una crescita significativa (36%) della diffusione nel trimestre gennaio-marzo 2003, confermata anche dai buoni risultati del mese di aprile (50.500 copie edicola).

Con riferimento al settore concessionarie, l’andamento della raccolta pubblicitaria relativa all'emittente La7 ha continuato ad essere estremamente positivo, confermando le elevate potenzialità pubblicitarie di questa TV commerciale, che rappresenta per il Gruppo Cairo una opportunità per incrementare ricavi e margini, espandendosi nel mercato della raccolta pubblicitaria televisiva (circa Euro 4 miliardi) avvalendosi delle competenze sviluppate dalla propria rete di vendita negli ultimi anni in tale settore e del suo numeroso parco clienti, incrementato da quelli aggiuntivi de La7 (nel complesso circa 500).

Nel trimestre aprile – giugno 2003, relativamente alla raccolta pubblicitaria su La 7, sono stati generati ricavi lordi complessivi per circa Euro 17,7 milioni (circa Euro 12,5 milioni nel periodo analogo del 2002 dalla precedente concessionaria). Nel semestre gennaio–giugno 2003 i ricavi lordi sono stati quindi pari a circa Euro 32,5 milioni, con un incremento del 64% (circa Euro 19,8



milioni nel periodo analogo del 2002 dalla precedente concessionaria), in linea con gli impegni di minimo garantito assunti con l'Editore in termini di ricavi annui complessivi.

Nel trimestre aprile–giugno 2003 è proseguito anche il trend di crescita del fatturato pubblicitario televisivo generato dalla vendita di spazi sulle reti analogiche e digitali del Gruppo Telepiù e sui canali tematici (Cartoon Network, Discovery Channel, Bloomberg e CNN) in concessione, che ha registrato un tasso di crescita del 9 % rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente, a fronte di un decremento del mercato pubblicitario televisivo nel complesso pari al -2,05 % (Dati AC Nielsen).

Nel terzo trimestre 2002/2003 il Gruppo Cairo ha registrato ricavi, pari a Euro 43,6 milioni (Euro 37 milioni nel 2001/2002), margine operativo lordo (EBITDA), pari a Euro 4,8 milioni (Euro 2,8 milioni nel 2001/2002), e margine operativo netto (EBIT), pari a Euro 2,6 milioni (Euro 1,6 milioni nel 2001/2002) in fortissima crescita rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente rispettivamente del 18%, del 69% e del 62%, proseguendo nel forte trend di crescita del trimestre gennaio-marzo 2003 dei principali indicatori economici. A partire dall'inizio del 2003 si è significativamente modificata la composizione dei ricavi per tipologia e mezzo. Anche nel trimestre aprile-giugno l'incidenza dei ricavi televisivi sul totale dei ricavi pubblicitari del settore concessionarie si è confermata a circa l'81%, come nel gennaio-marzo 2003, dal 41% dell'esercizio 2001/2002. Cresce quindi la presenza nel media TV, il più importante in Italia per dimensioni, che rappresenta infatti il 56% del totale del mercato pubblicitario italiano.

Nei primi nove mesi dell'esercizio 2002/2003 i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 127,8 milioni (Euro 116,8 milioni nel 2001/2002), in crescita del 9 % rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) e il margine operativo (EBIT) sono stati pari rispettivamente a circa Euro 11,4 milioni (Euro 8 milioni nel 2001/2002) e Euro 5,7 milioni (Euro 4 milioni nel 2001/2002), con un significativo incremento per entrambi gli indicatori di risultato rispettivamente pari al 42 % e al 40 %.

3. Dati economici consolidati

I principali **dati economici consolidati** dei primi nove mesi e del terzo trimestre dell'esercizio 2002/2003 possono essere confrontati come segue con i valori dei periodi analoghi dell'esercizio precedente:



<i>(valori in migliaia diEuro)</i>	30/06/2003 (Nove mesi)	30/06/2003 (Trimestre)	30/06/2002 (Nove mesi)	30/06/2002 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	125.495	43.470	113.175	36.189
Sconti di agenzia	(16.210)	(5.644)	(14.646)	(4.614)
Variazione delle rimanenze	(1.515)	(1.188)	(292)	64
Altri ricavi	2.295	173	3.628	838
Valore della produzione	110.065	36.811	101.865	32.477
Costi della produzione	(91.526)	(29.952)	(87.396)	(27.439)
Costo del personale	(7.160)	(2.077)	(6.451)	(2.210)
Margine operativo lordo	11.379	4.782	8.018	2.828
Ammortamenti e accantonamenti	(5.723)	(2.230)	(3.979)	(1.252)
Risultato operativo	5.656	2.552	4.039	1.576
Gestione finanziaria	3.451	647	3.908	2.687
Risultato prima delle poste straordinarie	9.107	3.199	7.947	4.263
Gestione straordinaria	(1.130)	3	(2)	-
Quota di terzi	18	1	-	-
Risultato prima delle imposte	7.995	3.203	7.945	4.263

Nel terzo trimestre dell'esercizio 2002/2003 i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 43,6 milioni (Euro 37 milioni nel 2001/2002), comprensivi di ricavi delle vendite e delle prestazioni per Euro 43,4 milioni ed altri ricavi Euro 0,2 milioni, in crescita del 18 % rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) e il margine operativo (EBIT) sono stati pari rispettivamente a circa Euro 4,8 milioni (Euro 2,8 milioni nel 2001/2002) e Euro 2,6 milioni (Euro 1,6 milioni nel 2001/2002), con un fortissimo incremento per entrambi gli indicatori di risultato rispettivamente pari al +69% e al +62% .

L'incremento della voce ammortamenti e accantonamenti è principalmente riconducibile all'ammortamento (Euro 0,7 milioni nel trimestre) del canone di ingresso riconosciuto a fronte del contratto di concessione pubblicitaria per l'emittente La 7.

I costi sostenuti per la pre pubblicazione ed il lancio delle nuove testate (redazionali e pubblicitari) sono spesi a conto economico e sono ripartiti per competenza sui primi sei numeri della rivista. Nel trimestre sono stati rilevati costi relativi al lancio della testata "For Men Magazine" per complessivi Euro 0,5 milioni e costi di comunicazione sostenuti per la testata e relativi ai numeri successivi il primo per ulteriori Euro 0,2 milioni.

In considerazione della data di uscita, in accordo con i principi contabili applicati nel Gruppo, costi e ricavi inerenti la nuova testata "Natural Style" saranno rilevati a partire dal mese di luglio.



Il risultato della gestione finanziaria del trimestre aprile–giugno 2002, così come il risultato prima delle imposte, includeva un 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 era stato pari a Euro 0,7 milioni ed il risultato ante imposte era stato pari a Euro 2,3 milioni. Rispetto a tale valore al netto del credito di imposta sui dividendi, il risultato ante imposte del terzo trimestre 2002/2003 cresce di circa il 42%. Al netto dei crediti di imposta il risultato della gestione finanziaria si mantiene quindi sostanzialmente in linea con quello dell'esercizio precedente, nonostante la significativa riduzione dei tassi di interesse (-27,6% nel 2003 rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente)

Nei primi nove mesi dell'esercizio 2002/2003 i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 127,8 milioni (Euro 116,8 milioni nel 2001/2002), comprensivi di ricavi delle vendite e delle prestazioni per Euro 125,5 milioni ed altri ricavi Euro 2,3 milioni, in crescita del 9% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) e il margine operativo (EBIT) sono stati pari rispettivamente a circa Euro 11,4 milioni (Euro 8 milioni nel 2001/2002) e Euro 5,7 milioni (Euro 4 milioni nel 2001/2002), con un significativo incremento per entrambi gli indicatori di risultato rispettivamente pari al 42% e al 40%.

Il risultato della gestione straordinaria dei nove mesi, come descritto nelle note esplicative alla Relazione Semestrale al 31 marzo 2003 include per Euro 0,6 milioni la rilevazione dei costi relativi a quanto liquidato nel corso di un arbitrato e per Euro 0,5 milioni il costo della adesione, per le imposte dirette, alla normativa di cui alla legge n.289 del 27 dicembre 2002, articoli 8, 9 e 15.

Il risultato della gestione finanziaria dei nove mesi, così come il risultato prima delle imposte, includono il credito di imposta di circa Euro 1,3 milioni relativo ai dividendi erogati alla Cairo Communication S.p.A. nel primo trimestre dell'esercizio 2002/2003 dalla società controllata Cairo TV S.p.A (Euro 2 milioni nel 2001/2002). Al netto di tale credito di imposta, il risultato della gestione finanziaria dei nove mesi è pari a Euro 2,2 milioni confrontati con circa Euro 1,9 milioni nel periodo analogo dell'esercizio precedente, risultato sicuramente positivo in considerazione della riduzione dei tassi di interesse intervenuta nel periodo (-18,2%).

In accordo con la facoltà prevista dal Regolamento CONSOB, i prospetti contabili consolidati al 30 giugno 2003 sono stati predisposti al lordo delle imposte e degli effetti fiscali, analogamente alla situazione contabile trimestrale al 30 giugno 2003.



Poiché la relazione semestrale al 31 marzo 2003 è stata predisposta al lordo delle imposte e degli effetti fiscali, il credito di imposta sui dividendi è stato rilevato nei proventi finanziari per il suo intero ammontare di Euro 1,3 milioni. Nel bilancio consolidato al 30 settembre 2003 tale credito verrà invece riclassificato a riduzione delle imposte di esercizio per la sua parte, stimabile in circa Euro 850 mila, corrispondente all'aliquota fiscale della controllante. Il risultato ante imposte si ridurrà conseguentemente di tale importo di circa Euro 850 mila. (Euro 460 mila nel 2001/2002)

4. Dati patrimoniali consolidati

I principali **dati patrimoniali consolidati** della situazione trimestrale al 30 giugno 2003 possono essere confrontati come segue con i valori della Relazione semestrale al 31 marzo 2003 e del bilancio consolidato al 30 settembre 2002:

(valori in migliaia di Euro)	30/06/2003	31/03/2003	30/09/2002
<u>Dati patrimoniali</u>			
Immobilizzazioni materiali nette	3.045	2.970	2.977
Immobilizzazioni immateriali nette	21.215	22.543	17.432
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	1.667	214	218
Azioni proprie	1.118	1.118	328
Partecipazioni iscritte nelle attività finanziarie non immobilizzate	0	0	4.908
Circolante netto	10.329	12.532	19.243
Totale mezzi impiegati	37.374	39.377	45.106
Passività a lungo e fondi	6.049	5.751	3.914
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(105.217)	(99.715)	(98.357)
Debiti verso società controllate		0	5.165
Patrimonio netto del gruppo *	136.542	133.339	134.365
Patrimonio netto di terzi	0	2	19
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	37.374	39.377	45.106

** I dati di patrimonio netto al 30 giugno 2003 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali dei nove mesi.*

L'incremento delle immobilizzazioni immateriali è principalmente riconducibili al corrispettivo una tantum di Euro 7,5 milioni, non ripetibile, riconosciuto a TV Internazionale S.p.A. per l'ottenimento della concessione triennale della raccolta pubblicitaria sull'emittente La 7. Tale canone di ingresso, in accordo con la durata contrattuale, viene ammortizzato in 36 mensilità a partire dal mese di gennaio 2003.



Il decremento della voce partecipazioni iscritte nelle attività finanziarie non immobilizzate è legato al consolidamento della Immobiliedit S.r.l.

Al 30 giugno 2003, la voce include 58.265 azioni proprie, del valore nominale di Euro 0,52 ciascuna, valorizzate al costo medio ponderato di Euro 19,19 a fronte di un prezzo medio di riferimento del titolo nel mese di giugno di Euro 23,15.

Anche l'incremento della passività a lungo e dei fondi rispetto al 30 settembre 2002 è principalmente riconducibile al consolidamento della Immobiliedit S.r.l.. La società controllata presenta nella situazione al 31 marzo 2003 fondi rischi di Euro 1,3 milioni, stanziati in passato a fronte di una controversia legale pendente.

5. Variazione della posizione finanziaria netta consolidata

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 30 giugno 2003, confrontata con i valori di semestrale al 31 marzo 2003 e di bilancio consolidato al 30 settembre 2002 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(valori in migliaia di Euro)	30/06/2003	31/03/2003	30/09/02
Disponibilità liquide	97.338	91.836	98.266
Attività finanziarie che non costituiscono immob.ni	82	82	90
Pronti contro termine	1.800	1.799	
Prodotti finanziari assicurativi	6.000	6.000	0
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	(3)	(2)	0
Totale	105.217	99.715	98.356
Debiti verso Immobiliedit	-	-	(5.165)
Totale generale	105.217	99.715	93.191

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.

6. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi delle vendite e delle prestazioni** lordi del solo trimestre aprile-giugno 2003, 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 30/06/2003 (tre mesi)			Situazione trimestrale al 30/06/2002 (tre mesi)		
	Concess. di Pubblicità	Editoriale	TOTALI	Concessionarie di Pubblicità	Editoriale	TOTALI
Pubblicità su reti televisive	29.962	0	29.962	11.258	-	11.258
Pubblicità su stampa	6.743	0	6.743	18.393	-	18.393
Cartellonistica stadi e maxischermi	54	0	54	958	-	958
Pubblicità su Internet	34	0	34	56	-	56
Pubblicità settore editoriale	0	3.600	3.600		2.967	2.967
Vendita pubblicazioni	0	2.163	2.163	-	1.621	1.621
Abbonamenti	0	826	826	-	783	783
Audiovisivi e vari	0	10	10	-	0	0
Libri e cataloghi	0	71	71	-	214	214
I.V.A. assolta dall'editore	0	7	7	-	(61)	(61)
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	36.793	6.677	43.470	30.665	5.524	36.189
Altri ricavi e proventi	130	43	173	714	124	838
Totale ricavi	36.923	6.720	43.643	31.379	5.648	37.027

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

Nel terzo trimestre 2002/2003 i ricavi lordi delle concessionarie pubblicitarie del Gruppo, pari a circa Euro 36,9 milioni, hanno registrato un incremento del 17,6 % (- 3,9 % il mercato secondo i dati AC Nielsen), mentre i ricavi lordi del settore editoriale, pari a circa Euro 6,7 milioni, hanno registrato un incremento del 19 %.

La composizione dei ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi nei primi nove mesi dell'esercizio 2002/2003, 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 30/06/2003 (nove mesi)			Situazione trimestrale al 30/06/2002 (nove mesi)		
	Concess. di Pubblicità	Editoriale	TOTALI	Concessionarie di Pubblicità	Editoriale	TOTALI
Pubblicità su reti televisive	80.635	0	80.635	45.154	-	45.154
Pubblicità su stampa	26.610		26.610	48.429	-	48.429
Cartellonistica stadi e maxischermi	228	0	228	2.800	-	2.800
Pubblicità su Internet	115	0	115	478	-	478
Pubblicità settore editoriale		9.649	9.649		8.857	8.857
Vendita pubblicazioni		5.326	5.326	-	4.377	4.377
Abbonamenti		2.326	2.326	-	2.299	2.299
Audiovisivi e vari		76	76	-	26	26
Libri e cataloghi		710	710	-	964	964
I.V.A. assolta dall'editore		(180)	(180)	-	(209)	(209)
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	107.588	17.907	125.495	96.861	16.314	113.175
Altri ricavi e proventi	1.237	1.058	2.295	2.933	695	3.628
Totale ricavi	108.825	18.965	127.790	99.794	17.009	116.803

PUBBLICITA'

A) TELEVISIONE

Il significativo incremento dei ricavi televisivi è riconducibile ai risultati conseguiti con la raccolta pubblicitaria sull'emittente La 7, iniziata a gennaio 2003. Nel trimestre aprile-giugno 2003 l'attività di vendita di tali spazi pubblicitari ha continuato ad avere un andamento estremamente positivo. Sono state ulteriormente confermate le elevate potenzialità pubblicitarie di questa TV commerciale, già dimostrate nel trimestre precedente, che rappresenta per il Gruppo Cairo una opportunità per incrementare ricavi e margini massimizzando i risultati delle competenze sviluppate dalla rete di vendita negli ultimi anni nel settore televisivo. In particolare nel 2002 il portafoglio clienti della Cairo TV era di circa 320 investitori pubblicitari, contro i circa 283 di La7, con circa 122 clienti condivisi. Solo considerando i clienti aggiuntivi nel 2002 di La7, pari a 161, il portafoglio clienti televisivi del Gruppo Cairo si incrementava a 481 investitori.

Nel trimestre aprile – giugno 2003, sono stati generati ricavi lordi complessivi relativi alla raccolta pubblicitaria su La 7 per circa Euro 17,7 milioni (circa Euro 12,5 milioni nel periodo



analogo del 2002 dalla precedente concessionaria). L'attività di vendita è stata condotta direttamente dalla Cairo Communication SpA e dalla Cairo TV SpA per effetto del contratto di sub concessione in essere tra le parti. Nel semestre gennaio–giugno 2003 i ricavi lordi generati su La 7 sono stati quindi pari a circa Euro 32,5 milioni, con un incremento del 64% (circa Euro 19,8 milioni nel periodo analogo del 2002 dalla precedente concessionaria), in linea con gli impegni di minimo garantito assunti con l'Editore in termini di ricavi annui complessivi.

Nel trimestre in esame è proseguita la raccolta pubblicitaria per i canali analogici e digitali del Gruppo Telepiù, così come per i canali tematici Cartoon Network, Discovery Channel, Bloomberg Television e CNN.

Per tali canali, l'andamento della raccolta pubblicitaria televisiva nel periodo presenta un incremento del 9 % a fronte di un decremento del mercato pubblicitario televisivo nel complesso pari al -2,05 % (Dati Ac Nielsen).

Con riferimento al settore della televisione a pagamento, il mercato italiano sta conoscendo in questo momento una fase di grande evoluzione con l'ingresso di Sky e la creazione di una piattaforma unica nazionale mediante l'accorpamento delle attività di Telepiù con quelle di Strem, che ha dato luogo ad una serie di incontri con gli esponenti di Sky Italia/Telepiù in relazione alla riorganizzazione dei canali delle due precedenti pay TV in una sola piattaforma.

In conformità alle indicazioni ricevute, la struttura commerciale del Gruppo Cairo ha esteso l'attività di vendita in esclusiva degli spazi pubblicitari relativi alla Serie A (anticipi e posticipi, Diretta Gol, Calcio Sky) anche alle squadre precedentemente trasmesse sui canali Stream. Il pacchetto offerto da Cairo riguarda dunque tutte le squadre di Serie A di Sky, attualmente 11 delle 18 ammesse alla Serie A (Inter, Juventus, Milan, Lazio, Roma, Parma, Bologna, Udinese, Lecce, Siena, Reggina).

B) STAMPA

Nel corso del trimestre aprile-giugno 2003 è proseguita la raccolta pubblicitaria per le testate:

- "Airone", "Bell'Italia", "Bell'Europa", "In Viaggio", "Gardenia", "Arte" e "Antiquariato", del gruppo Editoriale Giorgio Mondadori
- "Bella" "Pratica", "Buona Cucina", "Un mese in Cucina" e "La mia Boutique".
- "Prima Comunicazione" e "Burda".
- "For Men magazine", edito dalla Cairo Editore.



Nel trimestre è iniziata anche la attività di vendita degli spazi pubblicitari sul nuovo mensile “Natural Style” i cui ricavi saranno rilevati a partire dal mese di luglio.

La diminuzione dei ricavi pubblicitari su stampa nel trimestre è principalmente riconducibile ai ricavi generati nel 2001/2002 dal rapporto di concessione pubblicitaria per le testate “Anna”, “Salve”, “Oggi”, “Novella 2000” e “Visto” in essere con RCS, che non è stato consensualmente rinnovato.

A partire dall’esercizio 2002/2003 l’attività di raccolta pubblicitaria su periodici sarà quindi principalmente concentrata nello sviluppo delle testate attuali e future dell’Editoriale Giorgio Mondadori e della Cairo Editore.

C) INTERNET

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

Nel trimestre il fatturato internet realizzato con la raccolta pubblicitaria su siti in gestione è diminuito significativamente rispetto al periodo analogo dell’esercizio precedente in conseguenza sia della scadenza di alcuni rapporti contrattuali con editori terzi, sia della contrazione fatta registrare dal mercato della raccolta pubblicitaria “on line” rispetto all’anno precedente.

E’ continuata la attività di sviluppo de Il Trovatore, che ha mantenuto i buoni risultati raggiunti in termini di pagine viste, impression e di utenti unici, pari rispettivamente a 10 milioni, 16 milioni e 490 mila a fine giugno 2003, la cui attività è stata orientata alla ricerca di fonti di reddito complementari alla pubblicità, anche legate alla cessione di servizi tecnologici.

Nonostante la particolare situazione di mercato il Gruppo Cairo è deciso a mantenere una presenza nel settore internet, che continua a ritenere interessante, tale da consentirgli di monitorarne con attenzione le evoluzioni e cogliere possibili opportunità.

EDITORIA

EDITORIALE GIORGIO MONDADORI – CAIRO EDITORE

Il Gruppo Cairo Communication dopo avere completato il risanamento della Editoriale Giorgio Mondadori, oltre che a presidiare e rafforzarsi nei settori di riferimento in cui è presente con investimenti editoriali e di comunicazione sulle sette testate esistenti, già nell’autunno 2002 ha cominciato a sviluppare nuovi progetti editoriali con la Cairo Editore.



Dopo il lancio della testata “For Men Magazine” nel mese di marzo 2002, a fine giugno (data copertina luglio 2003) è stata lanciata anche la nuova testata mensile “Natural Style”.

I primi quattro numeri della rivista “For Men Magazine” hanno riscosso un notevole successo sia in termini di raccolta pubblicitaria che di risultato diffusionale (circa 160.000 copie mensili medie).

Nel corso del trimestre il settore Editoriale ha confermato un buon livello di marginalità, in particolare l’edizione delle nuove testate non ha implicato modifiche sostanziali nella struttura di costo di tale settore, ed anzi il 30% del personale delle nuove redazioni è costituito da giornalisti e dipendenti precedentemente in organico alla Editoriale Giorgio Mondadori, che ha inoltre messo 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, controllo e gestione abbonamenti, controllo e diffusione testate, utilizzo spazi attrezzati e servizi connessi. La condivisione delle strutture centrali con la Cairo Editore consentirà anzi un migliore utilizzo delle risorse esistenti assieme alla revisione dei processi organizzativi.

Nel trimestre, la controllata Editoriale Giorgio Mondadori, che pubblica le testate “Bell’Italia”, “Bell’Europa”, “In Viaggio”, “Airone”, “Gardenia”, “Arte” e “Antiquariato” ha confermato un buon livello di marginalità, sostenendo le sue testate con campagne di comunicazione e numerose iniziative editoriali, anche grazie alle quali si sono registrati ottimi risultati diffusionali per “Bell’Europa”, con una diffusione media edicola nel trimestre di circa 37.000 copie e “Gardenia” che nel bimestre aprile-maggio 2003 ha avuto una diffusione media edicola di circa 41.500 copie, rispetto ad una media edicola ADS di rispettivamente circa 29.000 e 33.700 copie. Ai dati di diffusione edicola delle due testate devono poi essere aggiunti circa 16.000 e 18.000 abbonati. Il mensile “Bell’Italia” aveva già registrato una crescita significativa (36%) della diffusione nel trimestre gennaio-marzo 2003, confermata anche dai buoni risultati del mese di aprile (50.500 copie edicola).

7. Investimenti in immobilizzazioni consolidate

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



(valori in migliaia di Euro)	30/06/2003 (3 mesi)	30/06/2003 (9 mesi)	30/06/2002 (3 mesi)	30/06/2002 (9 mesi)
<u>Incrementi</u>				
Costi di impianto e di ampliamento	0	0	0	0
Costi di ricerca sviluppo e pubblicità	0	0	0	0
Concessioni, licenze e marchi	25	7.703	2	479
Immobilizzazioni in corsi e acconti	0	0	0	0
Differenze di consolidamento	0	0	0	76
Testate	0	0	0	0
Altre	0	0	19	58
Totale immobilizzazioni immateriali	25	7.703	21	613
Terreni e fabbricati	0	0	0	0
Impianti e macchinari	0	0	0	0
Attrezzature industriali e commerciali	0	0	0	0
Altri beni	259	437	20	155
Immobilizzazioni in corso	0	0	0	0
Totale immobilizzazioni materiali	259	437	20	155
Partecipazioni	0	0	0	6
Crediti verso altri	0	0	0	3
Totale immobilizzazioni finanziarie	0	0	0	9
Totale incrementi delle immobilizzazioni	284	8.136	41	777

8. Dati economici della capogruppo

I principali **dati economici** della capogruppo del terzo trimestre e dei primi nove mesi dell'esercizio 2002/2003 possono essere confrontati come segue con i valori dei periodi analoghi dell'esercizio precedente:



<i>(valori in milioni di lire)</i>	30/06/2003 (9 mesi)	30/06/2003 (Trimestre)	30/06/2002 (9 mesi)	30/06/2002 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	92.540	31.970	68.343	25.097
Sconti di agenzia	(10.477)	(3.354)	(8.760)	(3.123)
Altri ricavi	1.330	327	1.907	679
Valore della produzione	83.393	28.943	61.490	22.653
Costi della produzione	(71.408)	(24.575)	(56.745)	(20.291)
Costo del personale	(2.532)	(803)	(2.115)	(731)
Margine operativo lordo	9.453	3.565	2.630	1.631
Ammortamenti e accantonamenti	(3.330)	(1.377)	(1.859)	(602)
Risultato operativo	6.123	2.188	771	1.029
Gestione finanziaria	6.702	548	7.404	6.189
Rettifiche di valore di attività finanziarie	(83)	0	(32)	-
Risultato prima delle poste straordinarie	12.742	2.736	8.143	7.218
Gestione straordinaria	(943)	0	-	-
Risultato prima delle imposte	11.799	2.736	8.143	7.218

I ricavi lordi del trimestre, pari a Euro 32,3 milioni, presentano un incremento di circa Euro 6,5 milioni rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente, che è riconducibile all'incremento dei ricavi pubblicitari televisivi. L'incremento di tali ricavi è legato sia al nuovo contratto di concessione sottoscritto con l'emittente La 7, sia all'incremento dei ricavi generati dalla vendita di spazi sulle reti analogiche e digitali del Gruppo Telepiù e sui canali tematici (Cartoon Network, Discovery Channel, Bloomberg e CNN).

Analoghe considerazione valgono per i ricavi dell'intero periodo dei primi nove mesi dell'esercizio 2002/2003, che presentano un incremento di circa Euro 23,6 milioni rispetto al periodo analogo del 2001/2002.

Per effetto della significativa crescita dei ricavi e della diversa composizione del fatturato, nel trimestre si è registrato un importante incremento del risultato operativo lordo (EBITDA) e del risultato operativo (EBIT), che sono stati rispettivamente pari a circa Euro 3,6 milioni e Euro 2,2 milioni rispetto a circa Euro 1,6 milioni e Euro 1 milione realizzati nel periodo analogo dell'esercizio precedente.

Nei primi nove mesi dell'esercizio 2002/2003, il risultato operativo lordo (EBITDA) e il risultato operativo (EBIT) sono stati rispettivamente pari a circa Euro 9,5 milioni e Euro 6,1



milioni rispetto a circa Euro 2,6 milioni e Euro 0,8 milioni realizzati nel periodo analogo dell'esercizio precedente.

Come già commentato, l'incremento della voce ammortamenti e accantonamenti del trimestre e dei nove mesi è principalmente riconducibile all'ammortamento del canone di ingresso La 7 (Euro 0,7 milioni nel trimestre e Euro 1,4 milioni nei nove mesi).

La voce gestione finanziaria del trimestre aprile-giugno 2002, così come il risultato prima delle imposte, includevano 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 era stato pari a circa Euro 0,7 milioni.

Il risultato della gestione finanziaria dei primi nove mesi dell'esercizio 2002/2003, così come il risultato prima delle imposte, includono il dividendo erogato dalla società controllata Cairo TV per complessivi circa Euro 3,5 milioni maggiorato del credito di imposta di Euro 1,3 milioni.

9. Dati patrimoniali della capogruppo

I principali **dati patrimoniali** della situazione trimestrale al 30 giugno 2003 della Cairo Communication S.p.A. possono essere confrontati come segue con i valori di semestrale al 31 marzo 2003 e di bilancio al 30 settembre 2002:

(valori in migliaia di Euro)	30/06/2003	31/03/2003	30/09/2002
<u>Dati patrimoniali</u>			
Immobilizzazioni materiali nette	489	424	449
Immobilizzazioni immateriali nette	8.831	9.872	3.813
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	22.417	22.262	22.420
Azioni proprie	1.118	1.118	328
Circolante commerciale netto	16.510	25.940	19.862
Totale mezzi impiegati	49.365	59.616	46.872
Passività a lungo e fondi	715	675	697
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(94.169)	(81.313)	(91.170)
Debiti verso società controllate	4.994	5.165	5.165
Patrimonio netto*	137.825	135.089	132.180
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	49.365	59.616	46.872

** I dati di patrimonio netto al 30 giugno 2003 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali dei nove mesi*

Come già commentato per i dati patrimoniali consolidati, l'incremento delle immobilizzazioni immateriali è principalmente riconducibile al corrispettivo una tantum di Euro 7,5 milioni, non



ripetibile, riconosciuto a TV Internazionale S.p.A. per l'ottenimento della concessione triennale della raccolta pubblicitaria sull'emittente La 7.

10. Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo

La **posizione finanziaria** della capogruppo al 30 giugno 2003, confrontata con i valori di semestrale al 31 marzo 2003 e di bilancio al 30 settembre 2002 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

Cairo Communication S.p.A.	30/06/2003	31/03/2003	30/09/2002
Disponibilità liquide	88.087	75.231	91.080
Prodotti finanziari assicurativi	6.000	6.000	0
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	82	82	90
Debiti finanziari verso banche	0	0	0
Totale	94.169	81.313	91.170
Debiti verso società controllate	(4.994)	(5.165)	(5.165)
Totale generale	89.175	76.148	86.005

11. Evoluzione prevedibile della gestione ed eventi successivi al 30 giugno 2003

Per il seguito dell'esercizio 2002/2003 il gruppo Cairo continuerà a concentrarsi nello sviluppo dei suoi settori di attività, nell'attività editoriale della Cairo Editore e della Editoriale Giorgio Mondadori, così come nella raccolta pubblicitaria sulle sue testate attuali e nello sviluppo della raccolta pubblicitaria televisiva sulla emittente commerciale La7 e sui canali analogici e digitali a pagamento in concessione.

Il dinamismo della Cairo Editore nei primi mesi del 2003 conferma la scelta del Gruppo Cairo di dare un forte impulso allo sviluppo del settore editoriale, privilegiando la crescita interna con il lancio di nuove testate ad una politica di crescita tramite acquisizioni, che peraltro non è esclusa. A tale strategia di sviluppo di nuove iniziative editoriali verrà dato un ulteriore impulso anche nei prossimi mesi.

La 7, con una share nel giorno medio superiore al 2,4 % nel mese di luglio 2003, ha registrato una ulteriore crescita negli ascolti (+ 20% rispetto al mese di maggio) aumentando il suo appeal



presso gli utenti pubblicitari. L'andamento della raccolta pubblicitaria su tale emittente continua a presentare un andamento molto positivo anche per il bimestre luglio – agosto.

Il Presidente del Consiglio

Dott. Urbano R. Cairo