



CAIROCOMMUNICATION

Relazione
Trimestrale al 30 giugno 2004

Cairo Communication S.p.A.
Sede Sociale in Milano
Via Tucidide 56
Capitale Sociale Euro 4.054.824,80



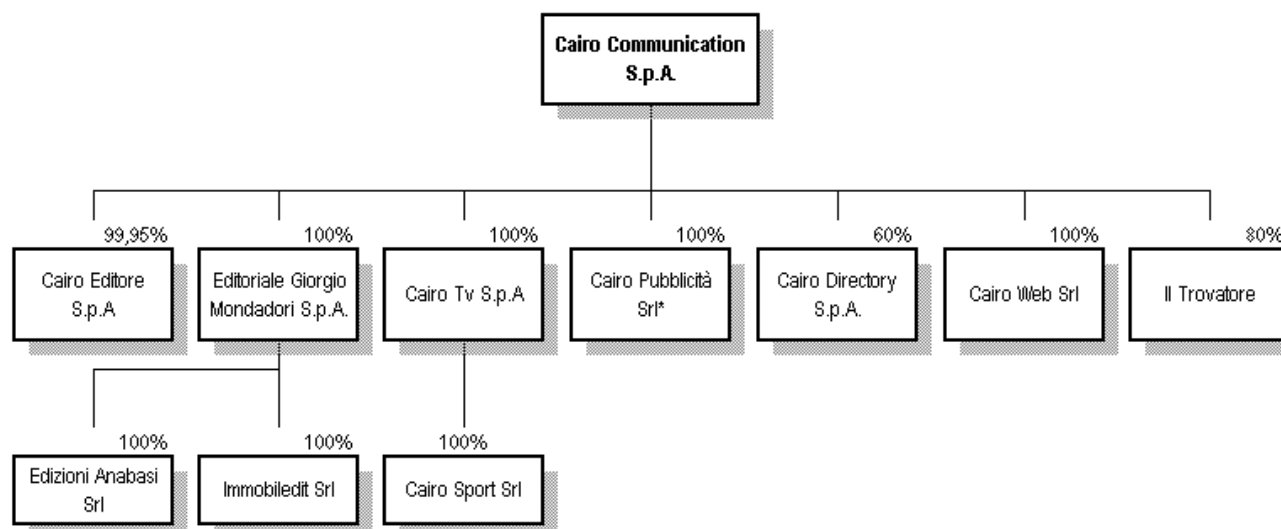
Sommario

Relazione trimestrale al 30 giugno 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	9
Andamento dei ricavi	10
Investimenti in immobilizzazioni consolidati	16
Dati economici della capogruppo	16
Dati patrimoniali della capogruppo	18
Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo	19
Evoluzione prevedibile della gestione	20



Il Gruppo





1. Criteri applicati nella redazione della relazione trimestrale

La presente Relazione trimestrale al 30 giugno 2004 è stata predisposta ai sensi dell'art.2.6.2, comma 5, del "Regolamento del Nuovo Mercato" approvato dalla Consob con Delibera n. 14555 del 18 maggio 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 30 giugno 2004 sono omogenei a quelli utilizzati per la redazione della Relazione semestrale al 31 marzo 2004 e del bilancio di esercizio e bilancio consolidato al 30 settembre 2003.

Nel trimestre in esame è entrata nell'area di consolidamento la società Cairo Directory SpA, costituita a fine aprile per sviluppare una iniziativa nel settore delle directories telefoniche e non ancora operativa.

I dati economici della controllante e consolidati sono esposti con riferimento ai primi nove mesi ed al terzo trimestre del corrente esercizio 2003/2004 e sono confrontati con i corrispondenti periodi del precedente esercizio 2002/2003.

I prospetti contabili trimestrali al 30 giugno 2004 così come quelli 30 giugno 2003 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 2004 e dal bilancio di esercizio e bilancio consolidato al 30 settembre 2003.

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 controllata Cairo Editore ha confermato 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, e a partire dal 19 aprile 2004, dopo soli tre mesi dall'inizio del progetto, è uscito in edicola il nuovo "Settimanale Dipiù", diretto da Sandro Mayer, uno dei direttori più noti e più esperti del mercato editoriale italiano.



Il successo del lancio è straordinario e al quattordicesimo numero il settimanale ha venduto circa 950.000 copie, con una media di circa 770.000 copie negli ultimi 10 numeri e con una curva di vendite che ha continuato a confermarsi sensibilmente crescente.

Anche la raccolta pubblicitaria di “Settimanale DIPIU” ha avuto una forte accelerazione grazie anche ai risultati diffusionali e al 30 luglio il portafoglio ordini per i numeri pubblicati e da pubblicare nel 2004 (complessivamente 37) era pari a oltre 9 milioni di Euro.

I risultati dei primi tre mesi 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 dodici mesi pieni di attività la previsione dei ricavi complessivi del “Settimanale DIPIU” a livello di Gruppo è stata prevista in circa 40 milioni di euro con una marginalità prossima al 20%.

I due mensili della Cairo Editore lanciati nel corso del 2003, “For Men Magazine” e “Natural Style”, hanno continuato ad ottenere buoni risultati pubblicitari e diffusionali (circa 130.000 copie medie vendute la prima e circa 95.000 la seconda nell’anno mobile maggio 2003-aprile 2004 dati ADS).

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 terzo trimestre 2003/2004 un buon livello di marginalità, e si è concentrata sullo sviluppo delle sue testate. Dopo il rilancio di “Airone” in marzo, nel mese di aprile è stata la volta del restyling di “Gardenia”.

Con riferimento al settore concessionarie, la raccolta pubblicitaria de La 7, che ha generato ricavi complessivi di circa Euro 66 milioni nei nove mesi ottobre 2003 – giugno 2004, è cresciuta fortemente (circa + 41%) rispetto al periodo analogo dell’esercizio precedente. Il trend di crescita è proseguito anche nel trimestre aprile-giugno 2004, circa + 28 % (+13,14% il mercato televisivo nel trimestre secondo i dati AC Nielsen).

Nel terzo trimestre 2004 è proseguita anche l’attività di raccolta pubblicitaria sulle reti di Sky, con le modalità di seguito descritte, e sugli altri canali tematici Cartoon Network, Boomerang, Discovery Channel, Discovery Civilization, Discovery Travel & Adventure e Discovery Science, Bloomberg e CNN.

Nel semestre gennaio-giugno 2004 è stata in crescita anche la raccolta pubblicitaria sui canali tematici Cartoon Network, Boomerang e CNN (+40% nel complesso), Discovery Channel, Discovery Civilization, Discovery Travel & Adventure e Discovery Science (+ 61,47% nel complesso) e Bloomberg (+11%).



Proseguendo nella sua strategia di sviluppo in settori ad alta marginalità, il Gruppo Cairo Communication ha costituito la Cairo Directory, per entrare nel settore delle directories telefoniche. A tale iniziativa, coerentemente con l'obiettivo di Cairo Communication di ridurre la concentrazione del rischio imprenditoriale associato allo start up, partecipa anche la controllante UT Communications S.p.A. con una quota del 40%.

3. Dati economici consolidati

I principali **dati economici consolidati** dei primi nove mesi e del terzo trimestre dell'esercizio 2003/2004 possono essere confrontati come segue con i valori dei periodi analoghi dell'esercizio precedente:

	30/06/2004 (Nove mesi)	30/06/2004 (Trimestre)	30/06/2003 (Nove mesi)	30/06/2003 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	149.438	51.777	125.495	43.470
Sconti di agenzia	-18.908	-6.034	-16.210	-5.644
Variazione delle rimanenze	26	-15	-1.515	-1.188
Altri ricavi	1.522	500	2.295	173
Valore della produzione	132.078	46.228	110.065	36.811
Costi della produzione	-110.383	-38.211	-91.526	-29.952
Costo del personale	-8.519	-3.137	-7.160	-2.077
Margine operativo lordo	13.176	4.880	11.379	4.782
Ammortamenti e accantonamenti	-6.234	-2.156	-5.723	-2.230
Risultato operativo	6.942	2.724	5.656	2.552
Gestione finanziaria	2.204	650	3.451	647
Risultato prima delle poste straordinarie	9.146	3.374	9.107	3.199
Gestione straordinaria	-174	-2	-1.130	3
Quota di terzi	22	3	18	1
Risultato prima delle imposte	8.994	3.375	7.995	3.203

Nel terzo trimestre dell'esercizio 2003/2004 i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 52,3 milioni (Euro 43,6 milioni nel 2003/2003), comprensivi di ricavi delle vendite e delle prestazioni per Euro 51,8 milioni ed altri ricavi Euro 0,5 milioni, in crescita del 19,1 % 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 4,9 milioni (Euro 4,8 milioni nel 2002/2003) e Euro 2,7 milioni (Euro 2,55 milioni nel 2002/2003), con un incremento per entrambi gli indicatori di risultato rispettivamente pari al 2 % ed al 6,7 % rispetto allo scorso esercizio.



I costi sostenuti per la pre pubblicazione ed il lancio della nuova testata “ Settimanale DIPIU” (redazionali e pubblicitari) sono spesi a conto economico e sono ripartiti per competenza sui primi dodici mesi di uscita della rivista. Nel trimestre sono stati rilevati costi relativi al lancio della testata “ Settimanale DIPIU” per complessivi Euro 0,8 milioni e costi di comunicazione sostenuti per la testata e relativi ai numeri successivi a quelli del lancio per ulteriori Euro 0,2 milioni, per complessivi Euro 1 milione.

Con riferimento alle quote editore si segnala 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. Il terzo trimestre 2002/2003, diversamente da quello corrente, era stato impattato positivamente da tale differenziale di quota per circa Euro 2 milioni.

Nei primi nove mesi dell'esercizio 2003/2004 i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 150,9 milioni (Euro 127,8 milioni nel 2002/2003), comprensivi di ricavi delle vendite e delle prestazioni per Euro 149,4 milioni ed altri ricavi Euro 1,5 milioni, in crescita del 18,1 % 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 13,2 milioni (Euro 11,4 milioni nel 2002/2003) e Euro 6,9 milioni (Euro 5,7 milioni nel 2002/2003), con un significativo incremento per entrambi gli indicatori di risultato rispettivamente pari al 15,7 % e al 22,7 %.

L'incremento della voce ammortamenti e accantonamenti dei primi nove mesi dell'esercizio 2003/2004 è principalmente riconducibile all'ammortamento nel trimestre ottobre-dicembre 2003 (Euro 0,6 milioni) del canone di ingresso riconosciuto a fronte del contratto di concessione pubblicitaria per l'emittente La 7 (con decorrenza gennaio 2003).

Il risultato della gestione finanziaria dei nove mesi ottobre 2002-giugno 2003, così come il risultato prima delle imposte, includevano un credito di imposta di circa Euro 1,3 milioni relativo ai dividendi erogati alla Cairo Communication S.p.A. dalla società controllata Cairo TV S.p.A.

Il risultato della gestione straordinaria dei primi nove mesi dell'esercizio 2003/2004 include per Euro 0,2 milioni il costo della adesione per l'esercizio 2001/2002, per le imposte dirette, alla normativa di cui alla legge n. 289, articoli 8 e 9, e successive modificazioni introdotte dalla legge 350 del 4 dicembre 2003.

In accordo con la facoltà prevista dal Regolamento CONSOB, i prospetti contabili consolidati al 30 giugno 2004 sono stati predisposti al lordo delle imposte e degli effetti fiscali.



L'attività di promozione delle nuove testate lanciate nel 2003, "For Men Magazine" e "Natural Style", così come il rilancio delle testate "Airone" e "Gardenia" è stata supportata da forti investimenti complessivi in comunicazione, ulteriori rispetto a quelli di lancio e pre pubblicazione, che hanno comportato nei nove mesi in esame un investimento complessivo di circa Euro 2,6 milioni, in forte crescita rispetto agli investimenti dei nove mesi dell'esercizio precedente pari a Euro 0,6 milioni.

4. Dati patrimoniali consolidati

I principali **dati patrimoniali consolidati** della situazione trimestrale al 30 giugno 2004 possono essere confrontati come segue con i valori della Relazione semestrale al 31 marzo 2004 e del bilancio consolidato al 30 settembre 2003

(valori in migliaia di Euro)	30/06/2004	31/03/2004	30/09/2003
<u>Dati patrimoniali</u>			
Immobilizzazioni materiali nette	3.052	2.994	3.049
Immobilizzazioni immateriali nette	15.450	16.588	19.510
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	154	191	209
Azioni proprie	519	248	1.195
Attività finanziarie non immobilizzate	-	-	-
Circolante netto	12.930	11.246	11.663
Totale mezzi impiegati	32.105	31.267	35.626
Passività a lungo e fondi	6.075	6.258	6.153
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	-104.990	-102.533	-104.127
Patrimonio netto del gruppo	131.030	127.548	133.588
Patrimonio netto di terzi	-10	-6	12
Totale mezzi di terzi e mezzi propri *	32.105	31.267	35.626

** I dati di patrimonio netto al 30 giugno 2004 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali dei nove mesi*

La variazione del patrimonio netto è principalmente riconducibile alla distribuzione ai soci di un dividendo di Euro 1,6 per ciascuna azione avente diritto (escluse quindi le azioni proprie detenute alla data), deliberato dalla Assemblea della Cairo Communication S.p.A. del 17 dicembre 2003 per complessivi circa Euro 12,4 milioni.

Il Consiglio di Amministrazione della Cairo Communication del 10 dicembre 2003 ha assegnato ai singoli beneficiari la seconda tranche del piano di stock option, deliberato dalla Assemblea Straordinaria del 19 aprile 2000. Alla data del 30 giugno 2004 erano stati esercitati diritti per complessive 38.260 azioni, pari ad un aumento del capitale sociale di Euro 19.895,20.

La voce passività a lungo e fondi include un fondo stanziato nel 2000 dalla società controllata Immobiliedit S.r.l. a fronte di un contenzioso pendente avanti il Tribunale di Milano relativo ad



un contratto preliminare per la vendita di un immobile. Tale contenzioso si è concluso in primo grado con una sentenza che ha registrato il completo successo della Immobiliedit. Il fondo è stato tuttora mantenuto in quanto è stata richiesta ai legali una valutazione sulla causa non ancora pervenuta.

5. Variazione della posizione finanziaria netta consolidata

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 30 giugno 2004, confrontata con i valori di bilancio al 30 settembre 2003 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(valori in migliaia di Euro)	30/06/2004	31/03/2004	30/09/2003
Disponibilità liquide	88.885	96.521	98.066
Attività finanziarie non immobilizzate.			
Fondo tesoreria Abn Amro	10.085	0	0
Prodotti finanziari assicurativi	6.000	6.000	6.000
Altri titoli	82	82	82
Debiti finanziari verso banche	-62	-70	-21
Totale	104.990	102.533	104.127

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 fondo di tesoreria di Abn Amro è un fondo monetario con una "duration" alla data di 0,23 mesi e un rating medio del portafoglio investito Aa 3, liquidabile in tre giorni con un obiettivo di rendimento un quarto di punto superiore all'Euribor mese.

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.



6. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi delle vendite e delle prestazioni** lordi del solo trimestre aprile–giugno 2004, 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	Situazione trimestrale al 30/06/2004			Situazione trimestrale al 30/06/2003		
	(tre mesi)			(tre mesi)		
	Concess. di Pubblicità	Editoriale	TOTALI	Concess. di Pubblicità	Editoriale	TOTALI
Pubblicità su reti televisive	33.148	-	33.148	29.962	0	29.962
Pubblicità su stampa	3.468	6.268	9.736	6.743	3.600	10.343
Cartellonistica stadi e maxischermi	0	-	0	54	0	54
Pubblicità su Internet	28	-	28	34	0	34
Vendita pubblicazioni	-	8.138	8.138	0	2.163	2.163
Abbonamenti	-	858	858	0	826	826
Audiovisivi e vari	-	78	78	0	10	10
Libri e cataloghi	-	-3	-3	0	71	71
I.V.A. assolta dall'editore	-	-206	-206	0	7	7
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	36.644	15.133	51.777	36.793	6.677	43.470
Altri ricavi e proventi	347	153	500	130	43	173
Totale ricavi	36.991	15.286	52.277	36.923	6.720	43.643

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

Nel terzo trimestre 2003/2004 crescono in particolare i ricavi del settore editoriale, pari a circa Euro 15,3 milioni con un incremento del 127 %, grazie soprattutto alle nuove iniziative, “Settimanale DIPIU” (a partire dal mese di aprile), “For Men Magazine” e “Natural Style”. La composizione dei ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi nei primi nove mesi dell’esercizio 2003/2004, 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	Situazione trimestrale al 30/06/2004 (nove mesi)			Situazione trimestrale al 30/06/2003 (nove mesi)		
	Concess. di Pubblicità	Editoriale	TOTALI	Concessionarie di Pubblicità	Editoriale	TOTALI
Pubblicità su reti televisive	109.879		109.879	80.635	0	80.635
Pubblicità su stampa	8.279	14.954	23.233	26.610	9.649	36.259
Cartellonistica stadi e maxischermi	10		10	228	0	228
Pubblicità su Internet	74		74	115	0	115
Vendita pubblicazioni	-	13.455	13.455		5.326	5.326
Abbonamenti	-	2.562	2.562		2.326	2.326
Audiovisivi e vari	-	111	111		76	76
Libri e cataloghi	-	545	545		710	710
I.V.A. assolta dall'editore	-	(431)	(431)		(180)	(180)
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	118.242	31.196	149.438	107.588	17.907	125.495
Altri ricavi e proventi	962	560	1.522	1.237	1.058	2.295
Totale ricavi	119.204	31.756	150.960	108.825	18.965	127.790

EDITORIA

Il significativo incremento di ricavi del settore editoriale del trimestre è riconducibile al lancio del Settimanale DIPIU' (dal 19 aprile) che ha generato ricavi diffusionali e pubblicitari per complessivi circa Euro 8,1 milioni a livello di Gruppo Cairo.

Il successo del lancio è straordinario e al quattordicesimo numero il settimanale ha venduto circa 950.000 copie, con una media di circa 770.000 copie negli ultimi 10 numeri e con una curva di vendite che ha continuato a confermarsi sensibilmente crescente.

La Cairo Editore è entrata così nel mercato dei settimanali familiari, settore ad alta marginalità.

Nel complesso nei nove mesi ottobre 2003 – giugno 2004 il settore editoriale ha confermato un buon livello di marginalità, e in particolare il lancio e l'edizione delle tre nuove testate non ha implicato modifiche sostanziali nella struttura dei costi fissi di tale settore ed anzi 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, 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.

In particolare le tre testate di turismo, “Bell’Italia”, “Bell’Europa” e “In Viaggio”, hanno riscosso ottimi risultati ad esempio sul fronte dei lettori. L’ ultima release di Audipress, infatti, le accredita tutte di una crescita rispetto alla rilevazione precedente, uniche del segmento “turismo” (insieme a “Tuttoturismo” di Editoriale Domus). “Bell’Italia” sale a 656.000 lettori, confermando la leadership di settore con un +8,1%, “Bell’Europa” va a 341.000 lettori (+25,8%), mentre In Viaggio cresce addirittura del 30% con 208.000 lettori. Complessivamente i tre periodici detengono una quota del 38,1% del totale del segmento. La performance dei tre mensili in termini di lettori è speculare a quella sul fronte delle diffusioni. Secondo gli ultimi dati Ads, la media mobile di Bell’Italia è di 72.800 copie, mentre quelle di Bell’Europa e In Viaggio sono, rispettivamente, di 47.300 e 32.300 copie. La tiratura complessiva delle tre riviste per i numeri in edicola dai primi giorni di agosto sarà di 280.000 copie.

PUBBLICITA’

A) TELEVISIONE

Il significativo incremento dei ricavi televisivi dei nove mesi è riconducibile ai risultati conseguiti con la raccolta pubblicitaria sull’emittente La 7, che ha generato ricavi complessivi per circa Euro 66 milioni (circa + 41% rispetto al periodo analogo dell’esercizio precedente) a fronte di una crescita del mercato televisivo nei nove mesi del 13,22 % secondo i dati AC Nielsen. Il trend di crescita è proseguito anche nel trimestre aprile-giugno 2004, circa + 28 % (+13,14% il mercato televisivo nel trimestre secondo i dati AC Nielsen).

E’ proseguita poi la raccolta pubblicitaria per i canali digitali di Sky, fino a giugno 2004 con le modalità di seguito descritte, e degli altri canali tematici Cartoon Network , Discovery Channel, Bloomberg e CNN.

Per il 2004 sono stati conclusi accordi per la raccolta pubblicitaria dei nuovi canali Boomerang di Turner, editore anche di Cartoon Network, e Discovery Civilization, Discovery Travel & Adventure e Discovery Science.

La società controllata Cairo TV, fusa per incorporazione in Cairo Communication al 30 giugno 2004, è titolare dal 1998 di un contratto in esclusiva decennale sottoscritto con Telepiù in rappresentanza delle società editrici sue controllate.



Il mercato italiano della televisione a pagamento ha conosciuto nel 2003 una fase di evoluzione con l'ingresso di Sky e la creazione di una piattaforma unica nazionale mediante l'accorpamento delle attività di Telepiù con quelle di Stream, che ha dato luogo ad una riorganizzazione dei canali delle due precedenti pay TV in una sola piattaforma. A partire dal 31 luglio 2003, i canali fino a quel giorno trasmessi con il marchio Tele + sono stati ridenominati e trasmessi con il marchio Sky Italia. Successivamente, si è appreso che l'operazione era stata attuata mediante cessione a Sky Italia Srl (già Stream SpA) delle aziende delle società editrici del gruppo Telepiù.

A partire dal 31 luglio 2003, l'attività di raccolta della società controllata Cairo TV è stata limitata ai canali Sky Sport 1 (campionato di calcio di Serie A, anticipi e posticipi, ed altri eventi sportivi), Diretta Gol e Calcio Sky.

Nel dicembre 2003 Cairo TV ha avviato, nominando quale Arbitro il prof. avv. Guido Rossi, la procedura arbitrale prevista nel contratto di concessione pubblicitaria in esclusiva per ottenere il riconoscimento del suo diritto all'integrale adempimento del contratto suddetto nei confronti di Sky Italia Srl, subentrata alle società editrici del Gruppo Telepiù nel contratto stesso a sensi di legge, e per ottenere altresì l'inibitoria a Sky Italia Srl dalla violazione dell'esclusiva contrattuale ed il risarcimento dei danni per l'inadempimento di Sky Italia Srl.

Sky Italia Srl ha nominato quale arbitro il prof. avv. Piero Schlesinger ed i due arbitri hanno nominato presidente del collegio arbitrale il prof. avv. Riccardo Luzzatto.

Sky Italia resiste alle domande negando fra l'altro, oltre alla competenza del collegio arbitrale, di essere subentrata nel contratto di cui, in via subordinata, ha chiesto la risoluzione per asseriti inadempimenti di Cairo TV.

Prima dell'arbitrato, Cairo TV non aveva mai ricevuto contestazioni di inadempimenti contrattuali ed anzi aveva raggiunto risultati di raccolta pubblicitaria eccezionali, sino a quasi triplicare i ricavi nei primi cinque anni. E ciò nonostante il Gruppo Telepiù non avesse raggiunto gli obiettivi di abbonati previsti in contratto, sicché, per quanto consta a Cairo TV, si sono verificati i presupposti contrattuali per una estensione temporale di due/tre anni della concessione oltre la scadenza pattuita in contratto al 31 dicembre 2007.

L'arbitrato è in corso; le parti hanno dedotto i rispettivi mezzi di prova e il collegio deciderà sul seguito all'udienza del 13 settembre 2004.

Mentre proseguiva, in capo a Cairo Communication SpA, a seguito della incorporazione della controllata Cairo TV SpA, l'arbitrato promosso nei confronti di Sky Italia Srl, quest'ultima ha interrotto dopo il 30 giugno 2004 anche la trasmissione della pubblicità raccolta da Cairo sui



canali Sky Sport 1, Calcio Sky e Diretta Gol, sui quali era proseguita dopo l'avvio della piattaforma unica del 31 luglio 2003.

Cairo Communication ha reagito chiedendo al Tribunale di Milano tutela in via d'urgenza; il ricorso di Cairo non è stato accolto né in prima né in seconda istanza, soprattutto perché – a parere del Tribunale – non è stato possibile in sede cautelare accertare con cognizione sommaria la corrispondenza fra i canali Telepiù affidati a Cairo e quelli Sky e per difetto di “periculum in mora”. La motivazione del provvedimento attiene esclusivamente a questioni inerenti alla materia cautelare che non riguardano né pregiudicano il merito della controversia in essere sottoposta al collegio arbitrale.

La raccolta pubblicitaria sui canali Sky ha generato nei dodici mesi luglio 2003 – giugno 2004 circa 41,5 milioni di euro di ricavi (8,3 milioni al netto della quota editore e degli sconti di agenzia), ovvero il 22,4% dei 185 milioni di euro di ricavi consolidati, inclusivi del settore editoriale, attesi nell'esercizio 2003/2004.

Con atto notificato nel mese di giugno 2004 Telepiù ha a sua volta promosso una procedura arbitrale contro Cairo TV SpA, nominando arbitro il prof. avv. Vittorio Coesanti, e chiedendo al collegio di risolvere il contratto (che considera stipulato in nome e conto proprio e non in rappresentanza delle società editrici di Telepiù) per asseriti inadempimenti di Cairo TV (si tratta delle medesime contestazioni sollevate nel primo arbitrato da Sky Italia, non mai sollevate da Telepiù prima del subentro di Sky) e di condannare Cairo TV al risarcimento del danno. Cairo Communication (quale incorporante di Cairo TV) ha nominato arbitro il prof. avv. Guido Rossi ed ha preannunciato che chiederà al collegio arbitrale di respingere le domande di Telepiù perché totalmente infondate ed ha preannunciato proprie domande risarcitorie contro Telepiù.

Gli amministratori ritengono che l'esito dell'arbitrato non comporti comunque effetti sulla situazione trimestrale al 30 giugno 2004.

B) STAMPA

Nel corso dei nove mesi ottobre–giugno 2004 è proseguita la raccolta pubblicitaria per le testate:

- “Bell'Italia”, “Bell'Europa”, “In Viaggio”, “Airone”, “Gardenia”, “Arte” e “Antiquariato”, della Editoriale Giorgio Mondadori
- “For Men magazine”, “Natural Style” e a partire dal mese di marzo il nuovo “Settimanale Dipiù” editi dalla Cairo Editore.
- “Prima Comunicazione” e “Burda”.



Cairo Communication, Edit ed Edibella²³ (cessionaria nel marzo 2004 del ramo di azienda relativo alla rivista “Bella”) hanno convenuto la risoluzione anticipata del contratto di concessione pubblicitaria alla data del 31 marzo 2004, salvo il diritto di Cairo Communication di pubblicare la pubblicità per il portafoglio prenotazioni in essere alla data di risoluzione (circa 0,4 milioni per la testata “Bella”). I ricavi pubblicitari su stampa del primo trimestre dell’esercizio 2002/2003 includevano anche i ricavi generati dal rapporto di concessione pubblicitaria per le testate “Anna”, “Salve”, “Oggi”, “Novella 2000” e “Visto” in essere con RCS e scaduto il 31 dicembre 2002, pari a circa Euro 12,5 milioni, cui è principalmente riconducibile la diminuzione dei ricavi pubblicitari su stampa nei nove mesi. Anche il semestre gennaio-giugno includeva ricavi riconducibili al portafoglio ordini raccolti nel 2002 per le pubblicazioni 2003 relative al contratto con RCS per circa Euro 8 milioni.

C) INTERNET

Nei nove mesi ottobre 2003 – giugno 2004 è continuata la 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 10 milioni, 14 milioni e 450 mila a fine giugno 2004, e 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 in prospettiva, tale da consentirgli di monitorarne con attenzione le evoluzioni e cogliere possibili opportunità.



7. Investimenti in immobilizzazioni consolidati

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

(valori in migliaia di Euro)	30/06/2004 (3 mesi)	30/06/2004 (9 mesi)	30/06/2003 (3 mesi)	30/06/2003 (9 mesi)
Incrementi				
Costi di impianto e di ampliamento	0	0	0	0
Costi di ricerca sviluppo e pubblicità	0	0	0	0
Concessioni, licenze e marchi	75	217	25	7.703
Immobilizzazioni in corsi e acconti	0	0	0	0
Differenze di consolidamento	0	0	0	0
Testate	0	0	0	0
Altre	1	29	0	0
Totale immobilizzazioni immateriali	76	246	25	7.703
Terreni e fabbricati	0	0	0	0
Impianti e macchinari	0	2	0	0
Altri beni	140	270	259	437
Immobilizzazioni in corso	0	0	0	0
Totale immobilizzazioni materiali	140	272	259	437
Partecipazioni	0	0	0	0
Crediti verso altri	0	0	0	0
Totale immobilizzazioni finanziarie	0	0	0	0
Totale incrementi delle immobilizzazioni	216	518	284	8.136

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. La situazione semestrale al 30 giugno 2004 è stata predisposta includendo anche il risultato della attività dei nove mesi della Cairo TV S.p.A.

Per dare evidenza del reale andamento gestionale della Società, sono stati predisposti tre conti economici pro forma:

- Conto economico al 30 giugno 2003, tre mesi, che recepisce anche l'ammortamento pro forma del periodo delle voci risultanti dalla allocazione del disavanzo di fusione



- Conto economico al 30 giugno 2003 di nove mesi, che recepisce anche l'ammortamento pro forma del periodo delle voci risultanti dalla allocazione del disavanzo di fusione
- Conto economico al 30 giugno 2004 di tre mesi, che recepisce anche l'ammortamento pro forma del periodo delle voci risultanti dalla allocazione del disavanzo di fusione

Tali conti economici sono stati predisposti aggregando le situazione trimestrali della Cairo Communication e della Cairo TV S.p.A. a tali date. Le situazioni proforma al 30 giugno 2003 sono state predisposte al netto dei dividendi distribuiti dalla Cairo TV S.p.A. alla Cairo Communication

I principali dati economici della capogruppo del terzo trimestre e dei primi nove mesi dell'esercizio 2003/2004 possono essere confrontati come segue con i valori dei periodi analoghi dell'esercizio precedente:

	30/06/2004 (9 mesi)	30/06/2004 (Trimestre) proforma	30/06/2003 (9 mesi) proforma	30/06/2003 (Trimestre) proforma	30/06/2003 (9 mesi)	30/06/2003 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	132.668	42.775	116.918	39.259	92.540	31.970
Sconti di agenzia	-18.907	-6.035	-16.210	-5.644	-10.477	-3.354
Altri ricavi	814	207	1.411	308	1.330	327
Valore della produzione	114.575	36.947	102.119	33.923	83.393	28.943
Costi della produzione	-100.177	-32.415	-88.164	-28.422	-71.408	-24.575
Costo del personale	-3.233	-1.047	-3.045	-973	-2.532	-803
Margine operativo lordo	11.165	3.485	10.910	4.528	9.453	3.565
Ammortamenti e accantonamenti	-5.777	-1.954	-4.819	-1.846	-3.330	-1.377
Risultato operativo	5.388	1.531	6.091	2.682	6.123	2.188
Gestione finanziaria	2.050	593	3.277	580	6.702	548
Rettifiche di valore di attività finanziarie	0	0	-83	0	-83	0
Risultato prima delle poste straordinarie	7.438	2.124	9.285	3.262	12.742	2.736
Gestione straordinaria	-129	-	-1.109	0	-943	0
Risultato prima delle imposte	7.309	2.124	8.176	3.262	11.799	2.736



Nell' esercizio 2003/2004, 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 dei nove mesi ottobre 2003 – giugno 2004, pari a Euro 133,4 milioni, presentano un incremento di circa Euro 15 milioni rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente (dati pro forma), che è principalmente riconducibile all'incremento dei ricavi pubblicitari televisivi per effetto del contratto di concessione in esclusiva sottoscritto con l'emittente La 7 per la raccolta pubblicitaria.

Il risultato operativo lordo (EBITDA) dei nove mesi è pari a circa Euro 11,1 milioni rispetto a circa Euro 11 milioni nel periodo analogo dell'esercizio precedente pro forma. Il risultato operativo (EBIT), pari a Euro 5,3 milioni, è stato impattato dall'incremento della voce ammortamenti e accantonamenti del primo trimestre 2003/2004, principalmente riconducibile all'ammortamento del canone di ingresso La 7 (Euro 0,6 milioni) che nel periodo analogo dello scorso esercizio era stato rilevato solo nel semestre gennaio – giugno.

Il confronto con i dati non pro forma dell'esercizio precedente risulta impattato anche dall'ammortamento del disavanzo di fusione, allocato a specifiche voci delle immobilizzazioni immateriali.

Il risultato della gestione finanziaria del trimestre ottobre-dicembre 2002 (dati non pro forma), così come il risultato prima delle imposte, include il dividendo erogato dalla società controllata Cairo TV per complessivi circa Euro 3,5 milioni maggiorato del credito di imposta di circa Euro 1,3 milioni.

In accordo con la facoltà prevista dal Regolamento CONSOB, i prospetti contabili della capogruppo al 30 giugno 2004 sono stati predisposti al lordo delle imposte e degli effetti fiscali.

9. Dati patrimoniali della capogruppo

I principali **dati patrimoniali** della situazione trimestrale al 30 giugno 2004 della Cairo Communication S.p.A. possono essere confrontati come segue con i valori di semestrale al 31 marzo 2004 e di bilancio al 30 settembre 2003:



(valori in migliaia di Euro)	30/06/2004	31/03/2004	30/09/2003
Dati patrimoniali			
Immobilizzazioni materiali nette	546	486	528
Immobilizzazioni immateriali nette	11.864	6.531	7.804
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	12.867	22.043	22.047
Azioni proprie	519	248	1.195
Circolante commerciale netto	14.468	10.921	17.696
Totale mezzi impiegati	40.264	40.229	49.270
Passività a lungo e fondi			
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(97.816)	(93.733)	(92.698)
Debiti verso società controllata Immobiliedit	4.885	4.885	4.985
Patrimonio netto *	132.034	128.270	136.275
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	40.264	40.229	49.270

* I dati di patrimonio netto al 30 giugno 2004 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali dei tre mesi

La variazione delle immobilizzazioni immateriali è principalmente riconducibile alla allocazione del disavanzo di fusione (circa Euro 6,2 milioni al netto dell'ammortamento dei nove mesi) emerso per effetto della incorporazione della Cairo TV S.p.A. al 30 giugno 2004 e allocato a specifiche voci dell'attivo patrimoniale.

10. Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo

La **posizione finanziaria netta** della capogruppo al 30 giugno 2004, confrontata con i valori di bilancio al 30 settembre 2003 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

Posizione finanziaria netta	30/06/2004	31/03/2004	30/09/2003
Disponibilità liquide e altri titoli	81.649	87.733	86.616
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni:			0
- Altri titoli	82	82	82
- Fondo di tesoreria Abn	10.085		
- Prodotti finanziari assicurativi	6.000	6.000	6.000
Totale posizione finanziaria netta	97.816	93.815	92.698
Debiti verso società controllate	(4.885)	(4.885)	(4.985)
Totale generale	92.931	88.930	87.713



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

Per il seguito dell'esercizio 2003/2004 il gruppo Cairo continuerà a concentrarsi nello sviluppo dei suoi settori di attività, quello editoriale della Cairo Editore e della Editoriale Giorgio Mondadori, così come nello sviluppo della raccolta pubblicitaria sulle sue testate attuali e della raccolta pubblicitaria televisiva sulla emittente commerciale La7 e sui canali digitali a pagamento in concessione.

Come già commentato il lancio della nuova testata familiare di attualità "Settimanale Dipiù" ha riscosso risultati eccezionali e al quattordicesimo numero il settimanale ha venduto circa 950.000 copie, con una media di circa 770.000 copie negli ultimi 10 numeri e con una curva di vendite che ha continuato a confermarsi sensibilmente crescente. Anche la raccolta pubblicitaria di "Settimanale DIPIU" ha avuto una forte accelerazione grazie anche ai risultati diffusionali e al 30 luglio 2004 il portafoglio ordini per i numeri pubblicati e da pubblicare nel 2004 (complessivamente 37) era pari a oltre 9 milioni di Euro.

I risultati dei primi tre mesi 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 dodici mesi pieni di attività la previsione dei ricavi complessivi del "Settimanale DIPIU" a livello di Gruppo è stata prevista in circa 40 milioni di euro con una marginalità prossima al 20%.

Grazie a "Settimanale DIPIU", così come ai risultati pubblicitari e diffusionali dei due mensili di successo "For Men Magazine" e "Natural Style" lanciati nel 2003, la Cairo Editore potrà generare in un anno pieno (12 mesi di attività) almeno 53 milioni di euro di fatturato a livello di Gruppo Cairo Communication. Sommati ai ricavi di almeno 22 milioni di euro generati dalla Editoriale Giorgio Mondadori, si prevede che il fatturato annuo del settore editoriale si attesti a circa 75 milioni di Euro.

Il successo delle iniziative intraprese negli ultimi 15 mesi ("For Men Magazine", "Natural Style", "Settimanale Dipiù") sono un ulteriore stimolo al dinamismo della Cairo Editore e del Gruppo Cairo, e sono al momento allo studio nuovi progetti editoriali dei quali si stanno valutando potenziale fattibilità ed economicità.

L'andamento della raccolta pubblicitaria su La7 sta proseguendo con un trend di crescita molto positivo e alla data del 30 luglio 2004 il portafoglio ordini acquisito per il trimestre luglio-settembre, pari a Euro 13,3 milioni, è in crescita del 26% rispetto al portafoglio ordini acquisito in pari data l'esercizio precedente.

Il Presidente del Consiglio

Dott. Urbano R. Cairo