



**CAIRO**COMMUNICATION

---

Relazione  
**Trimestrale** al 31 dicembre 2003

**Cairo Communication S.p.A.**  
Sede Sociale in Milano  
Via Tucidide 56  
Capitale Sociale Euro 4.042.594,40



---

## Sommario

---

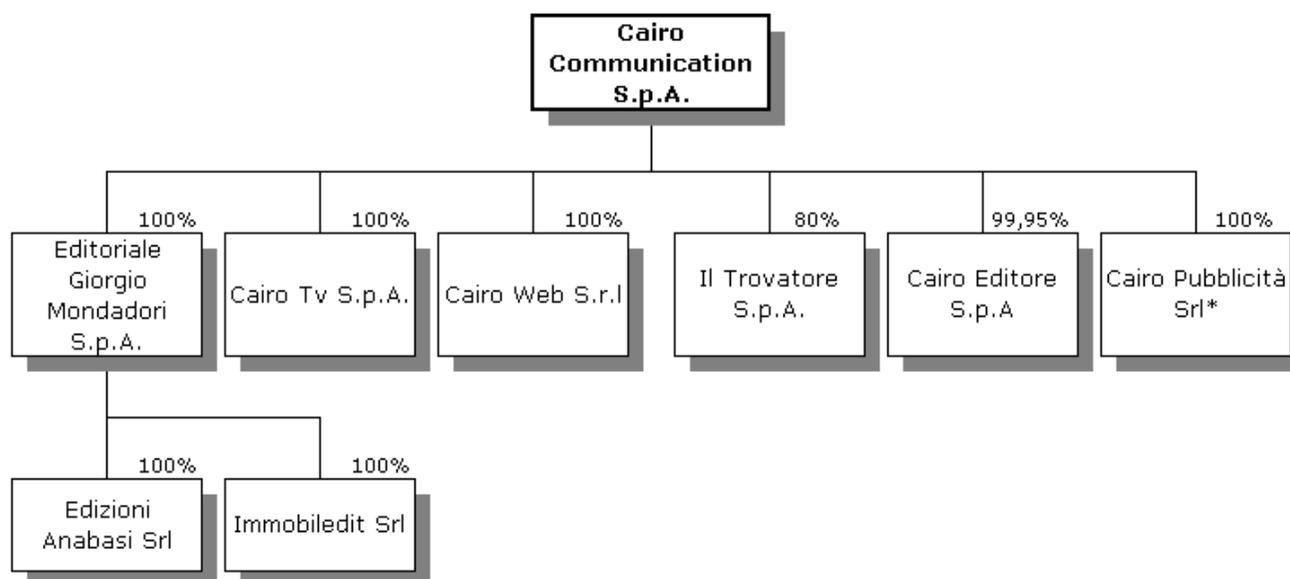
### Relazione trimestrale al 31 dicembre 2003

Il Gruppo	3
Criteri applicati nella redazione della Relazione trimestrale	4
Andamento del Gruppo	4
Dati economici consolidati	6
Dati patrimoniali consolidati	7
Variazione della posizione finanziaria netta consolidata	8
Andamento dei ricavi	9
Investimenti in immobilizzazioni consolidati	13
Dati economici della capogruppo	14
Dati patrimoniali della capogruppo	15
Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo	15
Evoluzione prevedibile della gestione	16

---



## Il Gruppo





---

### ***1. Criteri applicati nella redazione della relazione trimestrale***

La presente Relazione trimestrale al 31 dicembre 2003 è stata predisposta ai sensi dell'art.2.6.2, comma 5, del "Regolamento del Nuovo Mercato" approvato dalla Consob con Delibera n. 14268 del 9 ottobre 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 31 dicembre 2003 sono omogenei a quelli utilizzati per la redazione del bilancio di esercizio e del bilancio consolidato al 30 settembre 2003.

Nel trimestre in esame non si è modificata l'area di consolidamento rispetto a quanto già commentato in sede di bilancio 30 settembre 2003.

I dati economici della controllante e consolidati sono esposti con riferimento al primo trimestre del corrente esercizio 2003/2004 e sono confrontati con il corrispondente periodo del precedente esercizio 2002/2003.

I prospetti contabili trimestrali al 31 dicembre 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 dal bilancio di esercizio e dal 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 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).

Nel trimestre 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 (senza peraltro escludere una politica di crescita tramite acquisizioni). E' stata infatti affidata a Sandro Mayer la direzione di un nuovo settimanale familiare di attualità di prossima pubblicazione. Sandro Mayer è uno dei direttori più noti e più esperti del mercato editoriale italiano e ha diretto numerosi periodici di successo tra i quali Bolero, Epoca e Gente per oltre vent'anni.

Con il suo ingresso la Cairo Editore entra nel mercato dei settimanali, settore ad alta marginalità, e dà un ulteriore impulso alla strategia di sviluppo già iniziata nel corso del 2003 con il lancio di due testate mensili di successo "For Men Magazine" e "Natural Style".



---

L'edizione della nuova testata settimanale consentirà un migliore utilizzo delle strutture esistenti, condivise anche con la Editoriale Giorgio Mondadori, altra società editrice del Gruppo.

Nel trimestre ottobre-dicembre le due riviste "For Men Magazine" e "Natural Style" hanno continuato a riscuotere un buon successo.

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 periodo un buon livello di marginalità e sta attualmente lavorando al restyling e conseguente rilancio della testata Airone, oltre che al restyling di Gardenia che peraltro ha ottenuto nel 2003 risultati diffusionali positivi con circa 49.000 copie vendute.

Con riferimento al settore concessionarie, la raccolta pubblicitaria de La 7 è cresciuta fortemente rispetto al 2002 ottenendo nel trimestre un doppio record, a livello di risultati trimestrali con circa Euro 25 milioni di ricavi (in crescita di circa il 71% rispetto ai ricavi generati nel periodo analogo del 2002 dalla precedente concessionaria) e di singolo mese, novembre, con circa Euro 9 milioni di ricavi.

I ricavi complessivi per La 7 nell'anno 2003 sono stati pari a circa Euro 68,5 milioni, con un incremento del 61% (circa Euro 42,6 milioni nel periodo analogo del 2002 dalla precedente concessionaria), raggiungendo e superando l'impegno di minimo garantito annuo assunto con l'editore in termini di ricavi annui complessivi.

Nel trimestre ottobre-dicembre 2003 è proseguita anche l'attività di raccolta pubblicitaria sulle reti di Sky, con le modalità di seguito descritte, ottenendo un buon incremento dei prezzi medi di vendita, e sugli altri canali tematici Cartoon Network (che ha ottenuto nell'anno solare 2003 un incremento dei ricavi del 28,5 % rispetto all'anno precedente), Discovery Channel, Bloomberg e CNN. Nel 2004 l'attività di raccolta pubblicitaria si estenderà anche ai canali tematici Boomerang (cartoni animati) e Discovery Civilization, Discovery Travel & Adventure e Discovery Science (per questi ultimi tre canali a partire da marzo 2004).

Nel primo trimestre 2003/2004 il Gruppo Cairo ha registrato ricavi, pari a Euro 55,1 milioni (Euro 42,5 milioni nel 2002/2003), margine operativo lordo (EBITDA), pari a Euro 4,6 milioni (Euro 3,2 milioni nel 2002/2003), e margine operativo netto (EBIT), pari a Euro 2,6 milioni (Euro 1,9 milioni nel 2002/2003), indicatori tutti in forte crescita rispetto al periodo analogo dell'esercizio precedente rispettivamente del 29,6 %, del 40,9 % e del 38,6 %.



### 3. Dati economici consolidati

I principali dati economici consolidati del primo trimestre dell'esercizio 2003/2004 possono essere confrontati come segue con i valori del trimestre analogo dell'esercizio precedente:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2003 (Trimestre)	31/12/2002 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	54.508	41.510
Sconti di agenzia	(9.582)	(5.355)
Variazione delle rimanenze	148	9
Altri ricavi	619	1.007
<b>Valore della produzione</b>	<b>45.693</b>	<b>37.171</b>
Costi della produzione	(38.346)	(31.428)
Costo del personale	(2.765)	(2.393)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>4.582</b>	<b>3.250</b>
Ammortamenti e accantonamenti	(1.984)	(1.375)
<b>Risultato operativo</b>	<b>2.598</b>	<b>1.875</b>
Gestione finanziaria	1.071	2.117
<b>Risultato prima delle poste straordinarie</b>	<b>3.669</b>	<b>3.992</b>
Gestione straordinaria	-	(472)
Risultato di pertinenza di terzi	12	6
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>3.681</b>	<b>3.526</b>

Nel primo trimestre dell'esercizio 2003/2004 i ricavi lordi consolidati sono stati pari a circa Euro 55,1 milioni (Euro 42,5 milioni nel 2002/2003), comprensivi di ricavi delle vendite e delle prestazioni per Euro 54,5 milioni ed altri ricavi Euro 0,6 milioni, in crescita del 29,6 % 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 4,6 milioni (Euro 3,2 milioni nel 2002/2003) e Euro 2,6 milioni (Euro 1,9 milioni nel 2002/2003), con un forte incremento per entrambi gli indicatori di risultato rispettivamente pari al + 40,9 % e al + 38,6 %, risultati ancor più positivi in considerazione del fatto che nel periodo è stata completata la rilevazione a conto economico dei costi sostenuti (quelli relativi ai secondi tre numeri) per la pre pubblicazione ed il lancio (redazionali e pubblicitari) della nuova testata "Natural Style", circa Euro 0,4 milioni.

L'incremento della voce ammortamenti e accantonamenti è principalmente riconducibile all'ammortamento (Euro 0,6 milioni nel trimestre) del canone di ingresso riconosciuto a fronte del contratto di concessione pubblicitaria per l'emittente La 7.

Il risultato della gestione finanziaria del periodo include l'utile su titoli di Euro 0,5 milioni realizzato nel mese di novembre sulla vendita di 50.200 azioni proprie.



Il risultato della gestione finanziaria del trimestre ottobre-dicembre 2002, 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.

In accordo con la facoltà prevista dal Regolamento CONSOB, i prospetti contabili consolidati al 31 dicembre 2003 sono stati predisposti al lordo delle imposte e degli effetti fiscali.

#### **4. Dati patrimoniali consolidati**

I principali **dati patrimoniali consolidati** della situazione trimestrale al 31 dicembre 2003 possono essere confrontati come segue con i valori del bilancio consolidato al 30 settembre 2003:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2003	30/09/2003
<b><u>Dati patrimoniali</u></b>		
Immobilizzazioni materiali nette	3.020	3.049
Immobilizzazioni immateriali nette	18.023	19.510
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	207	209
Azioni proprie	219	1.195
Attività finanziarie non immobilizzate	-	-
Circolante netto	17.963	11.663
<b>Totale mezzi impiegati</b>	<b>39.432</b>	<b>35.626</b>
Passività a lungo e fondi	6.237	6.153
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(91.938)	(104.127)
Patrimonio netto del gruppo	125.132	133.588
Patrimonio netto di terzi	1	12
<b>Totale mezzi di terzi e mezzi propri *</b>	<b>39.432</b>	<b>35.626</b>

*\* I dati di patrimonio netto al 31 dicembre 2003 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali del trimestre.*

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. Tale tranche ha riassorbito anche l'importo della prima tranche e complessivamente sono stati assegnati diritti per 88.000 azioni, esercitabili al prezzo di Euro 21,72 per azione.

Il periodo di esercizio delle opzioni assegnate è decorso dal 23 dicembre 2003 ed è fino al 30 settembre 2004, con vincoli di inalienabilità stabiliti dal Regolamento.



Alla data del 31 dicembre 2003 erano stati esercitati diritti per complessive 11.290 azioni, pari ad un aumento del capitale sociale di Euro 5.870,00.

In data 22 gennaio 2004 è stata depositata al Registro Imprese della CCIAA di Milano, ai sensi art.2481 bis comma 6, la comunicazione relativa alla nuova composizione del capitale sociale per effetto della sottoscrizione parziale (nel periodo 23 dicembre 2003 – 21 gennaio 2004) della seconda tranche del piano di stock option per 24.220 azioni del valore nominale di Euro 0,52 , pari ad un aumento del capitale sociale di Euro 12.594,40.

Al 31 dicembre 2003 la Cairo Communication S.p.A. deteneva 11.300 azioni proprie, del valore nominale di Euro 0,52 ciascuna, pari a circa lo 0,15 % del capitale sociale, per un controvalore complessivo di Euro 0,2 milioni, acquistate in esecuzione al buy back deliberato dalla Assemblea dei soci del 30 gennaio 2003.

##### **5. Variazione della posizione finanziaria netta consolidata**

La **posizione finanziaria netta** consolidata al 31 dicembre 2003, confrontata con i valori di bilancio al 30 settembre 2003 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/03	30/09/2003	Variazioni
Disponibilità liquide	85.917	98.065	(12.148)
Attività finanziarie non imm:			
- Altri titoli	83	83	0
-Prodotti finanziari assicurativi	6.000	6.000	0
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	(62)	(21)	(41)
<b>Totale generale</b>	<b>91.938</b>	<b>104.127</b>	<b>(12.189)</b>

La variazione della posizione finanziaria netta è principalmente riconducibile alla distribuzione dei dividendi. Al 31 dicembre 2002 la posizione finanziaria netta era pari a Euro 98,5 milioni, al lordo della distribuzione dei dividendi di Euro 6,2 milioni relativi all'esercizio 2002/2003, avvenuta nel gennaio 2003.

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

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



## 6. Andamento dei ricavi

La composizione dei **ricavi delle vendite e delle prestazioni** lordi del primo trimestre 2003/2004, 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 (Migliaia di Euro)	Situazione trimestrale al 31/12/2003 (tre mesi)			Situazione trimestrale al 31/12/2002 (tre mesi)		
	Concessionarie	Editoriale	Totali	Concessionarie	Editoriale	Totali
Pubblicità televisiva	42.303	0	42.303	20.447	0	20.447
Pubblicità su stampa	3.504	0	3.504	15.229	0	15.229
Maxischermi	10	0	10	100	0	100
Cartellonistica stadi	0	0	0	64	0	64
Pubblicità su Internet	20	0	20	55	0	55
Pubblicità EGM	0	4.658	4.658	0	2.904	2.904
Vendita pubblicazioni	0	2.924	2.924	0	1.467	1.467
Abbonamenti	0	858	858	0	735	735
Audiovisivi e vari	0	11	11	0	43	43
Libri e cataloghi	0	335	335	0	538	538
I.V.A. assolta dall'editore	0	(117)	(117)	0	(72)	(72)
<b>Totale ricavi delle vendite</b>	<b>45.837</b>	<b>8.669</b>	<b>54.506</b>	<b>35.895</b>	<b>5.615</b>	<b>41.510</b>
Altri ricavi	393	226	619	719	288	1.007
<b>Totale ricavi</b>	<b>46.230</b>	<b>8.895</b>	<b>55.125</b>	<b>36.614</b>	<b>5.903</b>	<b>42.517</b>

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

Nel primo trimestre 2003/2004 i ricavi lordi delle concessionarie pubblicitarie del Gruppo, pari a circa Euro 46,2 milioni, hanno registrato un incremento del 26,2, mentre i ricavi lordi del settore editoriale, pari a circa Euro 8,9 milioni, hanno registrato un incremento del 50 %, grazie soprattutto ai risultati delle nuove iniziative editoriali.

### PUBBLICITA'

#### A) TELEVISIONE

##### CAIRO COMMUNICATION SPA – CAIRO TV SPA

Il significativo incremento dei ricavi televisivi del trimestre è riconducibile ai risultati conseguiti con la raccolta pubblicitaria sull'emittente La 7, iniziata a gennaio 2003. L'attività di vendita di tali spazi pubblicitari a livello di Gruppo ha avuto nell'esercizio 2003 un andamento



---

estremamente positivo confermando l'eccellente know how e la forte reattività della rete vendita di Cairo Communication e Cairo TV e le elevate potenzialità pubblicitarie di questa TV commerciale.

Nel trimestre ottobre – dicembre 2003, relativamente alla raccolta pubblicitaria su La 7, sono stati generati ricavi lordi complessivi per circa Euro 25 milioni, in crescita di circa il 71% rispetto ai ricavi generati nel periodo analogo del 2002 dalla precedente concessionaria (circa Euro 14,6 milioni).

Complessivamente nell'anno 2003 sono stati generati ricavi per circa Euro 68,5 milioni, con un incremento del 61% (circa Euro 42,6 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.

Per effetto di alcune pattuizioni contrattuali, il contratto di concessione pubblicitaria per La 7 ha presentato nel primo anno gennaio-dicembre 2003 una quota dei ricavi di competenza dell'editore inferiore rispetto a quella che verrà riconosciuta negli esercizi successivi, e quindi una marginalità più elevata.

E' proseguita poi la raccolta pubblicitaria per i canali digitali di Sky, con le modalità di seguito descritte, ottenendo un buon incremento dei prezzi medi di vendita, e degli altri canali tematici Cartoon Network (che ha ottenuto nell'anno solare 2003 un incremento dei ricavi del 28,5 % rispetto all'anno precedente), Discovery Channel, Bloomberg e CNN.

L'andamento della raccolta pubblicitaria del Gruppo Cairo sui canali Sky e degli altri editori tematici è in accelerazione a partire dal gennaio 2004 e alla data del 5 febbraio 2004 il portafoglio ordini relativo al trimestre gennaio-marzo 2004, pari a circa Euro 15 milioni, presenta un incremento di oltre il 10 % rispetto al portafoglio ordini in pari data l'anno precedente.

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 (per questi ultimi tre canali a partire da marzo 2004).

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.



La società controllata Cairo TV, ha avviato, nominando quale Arbitro il prof. avv. Guido Rossi, la procedura arbitrale prevista nel contratto di concessione pubblicitaria in esclusiva sottoscritto nel maggio 1998 con Telepiù per ottenere il riconoscimento del suo diritto all'integrale adempimento del contratto stesso (attualmente limitato alla vendita degli spazi pubblicitari relativi alla Serie A: anticipi e posticipi, Diretta Gol, Calcio Sky, e degli altri eventi sportivi trasmessi su Sky Sport 1), nel quale Sky Italia Srl è subentrata a seguito della sopradescritta operazione di acquisto delle aziende delle società editrici del Gruppo Telepiù.

Il Collegio arbitrale si è costituito il 29 gennaio ed ha fissato alle parti i termini per la determinazione dei quesiti e delle domande.

Nel nominare l'Arbitro, Sky Italia ha preannunciato tra le sue domande quella di risoluzione del contratto, senza precisarne il fondamento; del resto, Cairo TV non ha mai ricevuto contestazioni di inadempimenti contrattuali ed anzi ha raggiunto risultati di raccolta pubblicitaria eccezionali, sino a quasi triplicare i ricavi nei primi cinque anni, escludendo così il diritto dell'editore di recedere anticipatamente dal contratto.

Per quanto consta a Cairo TV si sono invece verificati i presupposti contrattuali per una estensione temporale di due/tre anni della concessione, la cui scadenza era pattuita in contratto al 31 dicembre 2007.

## **B) STAMPA**

### **CAIRO COMMUNICATION SPA**

Nel corso del trimestre ottobre – dicembre 2003 è proseguita la raccolta pubblicitaria per le testate:

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

I ricavi pubblicitari su stampa del primo trimestre dell'esercizio 2002/2003 includevano anche 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 nel trimestre.

Gia a partire dal secondo trimestre dell'esercizio 2002/2003 l'attività di raccolta pubblicitaria sui periodici è stata quindi principalmente concentrata sulle testate dell'Editoriale Giorgio Mondadori e della Cairo Editore, insieme e quelle di Edit, Editoriale Genesis e Edizioni Raffi.

### ***C) INTERNET***

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

Nel trimestre è continuata la attività di sviluppo de Il Trovatore, che ha ottenuto buoni livelli di risultati in termini di pagine viste, impression e di utenti unici, pari rispettivamente a 10 milioni, 14 milioni e 450 mila a fine dicembre 2003, 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.

### **EDITORIA**

#### ***EDITORIALE GIORGIO MONDADORI SPA – CAIRO EDITORE SPA***

Nel complesso nel trimestre il settore editoriale ha confermato un buon livello di marginalità, e in particolare l'edizione delle nuove testate non ha implicato modifiche sostanziali nella struttura di costo di tale settore.

L'incremento dei ricavi pubblicitari e diffusionali del trimestre è principalmente riconducibile alle nuove testate mensili "For Men Magazine" e "Natural Style" lanciate nel marzo e giugno 2003. Nel trimestre 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 (senza peraltro escludere una politica di crescita tramite acquisizioni). E' stata affidata a Sandro Mayer la direzione di un nuovo settimanale familiare di attualità di prossima pubblicazione entrando così nel mercato dei settimanali, settore ad alta marginalità.

L'edizione di nuove testate consentirà una 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.

Le testate del settore turismo della Editoriale Giorgio Mondadori, "Bell'Italia", "Bell'Europa", "In Viaggio", hanno continuato a registrare buoni risultati diffusionali. In particolare, nel periodo ottobre 2002–settembre 2003, le tre testate hanno confermato nel complesso (-6%) i dati di diffusione edicola del 1999 (circa 91.081 copie) a fronte di un decremento di copie del 51% fatto registrare dalle sette principali testate concorrenti nel loro complesso. Come già commentato anche "Gardenia" ha ottenuto nel 2003 risultati diffusionali positivi con circa 49.000 copie vendute.

### ***7. Investimenti in immobilizzazioni consolidati***

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

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2003 (3 mesi)	31/12/2002 (3 mesi)
<b><u>Incrementi</u></b>		
Costi di impianto e di ampliamento	1	30
Costi di ricerca sviluppo e pubblicità	0	0
Concessioni, licenze e marchi	29	90
Immobilizzazioni in corsi e acconti	0	191
Differenze di consolidamento	0	0
Testate	0	0
Altre	17	0
<b>Totale immobilizzazioni immateriali</b>	<b>47</b>	<b>311</b>
Terreni e fabbricati	0	0
Impianti e macchinari	2	0
Attrezzature industriali e commerciali	0	0
Altri beni	47	125
Immobilizzazioni in corso	0	0
<b>Totale immobilizzazioni materiali</b>	<b>49</b>	<b>125</b>
Partecipazioni	0	0
Crediti verso altri	2	0
<b>Totale immobilizzazioni finanziarie</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
<b>Totale incrementi delle immobilizzazioni</b>	<b>100</b>	<b>436</b>

### ***8. Dati economici della capogruppo***



I principali **dati economici** della capogruppo del primo trimestre dell'esercizio 2003/2004 possono essere confrontati come segue con i valori del periodo analogo dell'esercizio precedente:

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2003 (Trimestre)	31/12/2002 (Trimestre)
Ricavi delle vendite e delle prestazioni lordi	41.501	31.170
Sconti di agenzia	(6.856)	(4.170)
Altri ricavi	323	662
<b>Valore della produzione</b>	<b>34.968</b>	<b>27.662</b>
Costi della produzione	(31.018)	(24.098)
Costo del personale	(940)	(887)
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>	<b>3.010</b>	<b>2.677</b>
Ammortamenti e accantonamenti	(1.392)	(621)
<b>Risultato operativo</b>	<b>1.618</b>	<b>2.056</b>
Gestione finanziaria	1.004	5.536
Gestione straordinaria	-	(472)
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>2.622</b>	<b>7.120</b>

Nel primo trimestre dell'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 del trimestre, pari a Euro 41,8 milioni, presentano un incremento di circa Euro 10 milioni rispetto al trimestre analogo dell'esercizio precedente, che è principalmente riconducibile all'incremento dei ricavi pubblicitari televisivi per effetto del contratto di concessione sottoscritto con l'emittente La 7 per la raccolta pubblicitaria da gennaio 2003.

Per effetto della significativa crescita dei ricavi e della diversa composizione del fatturato, nel trimestre si è registrato un incremento del risultato operativo lordo (EBITDA) pari a circa Euro 3 milioni rispetto a circa Euro 2,7 milioni nel periodo analogo dell'esercizio precedente. Il risultato operativo (EBIT), pari a Euro 2,05 milioni, è stato impattato dall'incremento della voce ammortamenti e accantonamenti del trimestre, principalmente riconducibile all'ammortamento del canone di ingresso La 7 (Euro 0,6 milioni).

Il risultato della gestione finanziaria del periodo include l'utile su titoli di Euro 0,5 milioni realizzato nel mese di novembre sulla vendita di 50.200 azioni proprie.

Il risultato della gestione finanziaria del trimestre ottobre-dicembre 2002, 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.



La gestione finanziaria del primo trimestre dei due esercizi al netto dei dividendi (maggiorati del relativo credito di imposta) e degli utili su titoli nei due esercizi è stata rispettivamente pari a Euro 0,5 milioni (2003/2004) e Euro 0,7 milioni (2002/2003).

In accordo con la facoltà prevista dal Regolamento CONSOB, i prospetti contabili della capogruppo al 31 dicembre 2003 sono stati predisposti al lordo delle imposte e degli effetti fiscali.

### **9. Dati patrimoniali della capogruppo**

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

(valori in migliaia di Euro)	31/12/2003	30/09/2003
<b><u>Dati patrimoniali</u></b>		
Immobilizzazioni materiali nette	514	528
Immobilizzazioni immateriali nette	8.471	7.804
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie	22.047	22.047
Azioni proprie	219	1.195
Circolante commerciale netto	18.075	17.696
<b>Totale mezzi impiegati</b>	<b>49.326</b>	<b>49.270</b>
Passività a lungo e fondi	740	708
(Posizione finanziaria)/Indebitamento netto	(83.159)	(92.698)
Debiti verso società controllate	4.985	4.985
Patrimonio netto *	126.760	136.275
<b>Totale mezzi di terzi e mezzi propri</b>	<b>49.326</b>	<b>49.270</b>

*\* I dati di patrimonio netto al 31 dicembre 2003 sono esposti al lordo delle imposte degli effetti fiscali dei tre mesi*

### **10. Variazione della posizione finanziaria netta della capogruppo**

La **posizione finanziaria netta** della capogruppo al 31 dicembre 2003, confrontata con i valori di bilancio al 30 settembre 2003 è riepilogata nella seguente tabella di sintesi:



<b>Cairo Communication S.p.A.</b>	31/12/2003	30/09/2003
Disponibilità liquide	77.077	86.616
Prodotti finanziari assicurativi	6.000	6.000
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	82	82
<b>Totale</b>	<b>83.159</b>	<b>92.698</b>
Debiti verso società controllate	(4.885)	(4.985)
<b>Totale generale</b>	<b>78.274</b>	<b>87.713</b>

La variazione della posizione finanziaria netta è principalmente riconducibile alla distribuzione dei dividendi. Al 31 dicembre 2002 la posizione finanziaria netta era pari a Euro 87,3 milioni, al lordo della distribuzione dei dividendi di Euro 6,2 milioni relativi all'esercizio 2002/2003, avvenuta nel gennaio 2003.

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.

### ***11. Evoluzione prevedibile della gestione ed eventi successivi al 31 dicembre 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 sul settimanale in lancio e della raccolta pubblicitaria televisiva sulla emittente commerciale La7 e sui canali analogici e digitali a pagamento in concessione (Sky Sport 1, Calcio Sky, Cartoon Network e Boomerang, Discovery Channel, Discovery Civilization, Discovery Travel & Adventure e Discovery Science, Bloomberg e CNN)

Il dinamismo della Cairo Editore del 2003 sarà confermato dal lancio di un nuovo settimanale familiare di attualità la cui direzione è stata affidata a Sandro Mayer, uno dei direttori più noti e più esperti del mercato editoriale italiano.

La Editoriale Giorgio Mondadori attualmente lavorando al restyling e conseguente rilancio della testata Airone, oltre che al restyling di Gardenia.

La 7 sta operando e attuerà scelte di palinsesto per aumentare la sua share con un obiettivo del 2,5 % e quindi il suo appeal presso gli utenti pubblicitari.



---

L'andamento della raccolta pubblicitaria su La 7 nel trimestre gennaio – marzo 2004 è in crescita rispetto all'anno precedente e, alla data del 5 febbraio 2004, il portafoglio ordini relativo alla vendita di pubblicità per il trimestre gennaio-marzo è in crescita del 27% rispetto alla pari data del trimestre analogo dell'esercizio precedente.

Come già commentato anche l'andamento della raccolta pubblicitaria del Gruppo Cairo sui Canali Sky e degli altri editori tematici presenta una accelerazione a partire dal gennaio 2004 e alla data del 5 febbraio 2004 il portafoglio ordini relativo al trimestre gennaio-marzo 2004, pari a circa Euro 15 milioni, presenta un incremento di oltre il 10 % rispetto al portafoglio ordini in pari data l'anno precedente.

In considerazione delle opportunità legate alla possibilità di concentrare in una unica società tutte le attività di raccolta della pubblicità su mezzi TV (in chiaro e a pagamento), con una evidente razionalizzazione delle attività gestionali, ed in particolare della rete commerciale, il Consiglio di Amministrazione della Cairo Communication del 26 gennaio 2004 ha deliberato di proporre alla Assemblea dei soci un progetto di fusione per incorporazione della Cairo TV S.p.A. in Cairo Communication stessa.

Il Presidente del Consiglio

Dott. Urbano R. Cairo