



**Risultati annuali 2011**



- **Executive Summary**
- **Il Gruppo**
- **Leadership nei giornali a pagamento e nella free press**
- **Il Mercato Pubblicitario**
- **Principali dati economici e finanziari**
- **Gruppo di riferimento e Azionisti**

Dal 2008 il settore della carta stampata attraversa una crisi strutturale che ha messo in discussione il modello di business.

### **CED è riuscita a fronteggiare l'attuale congiuntura:**

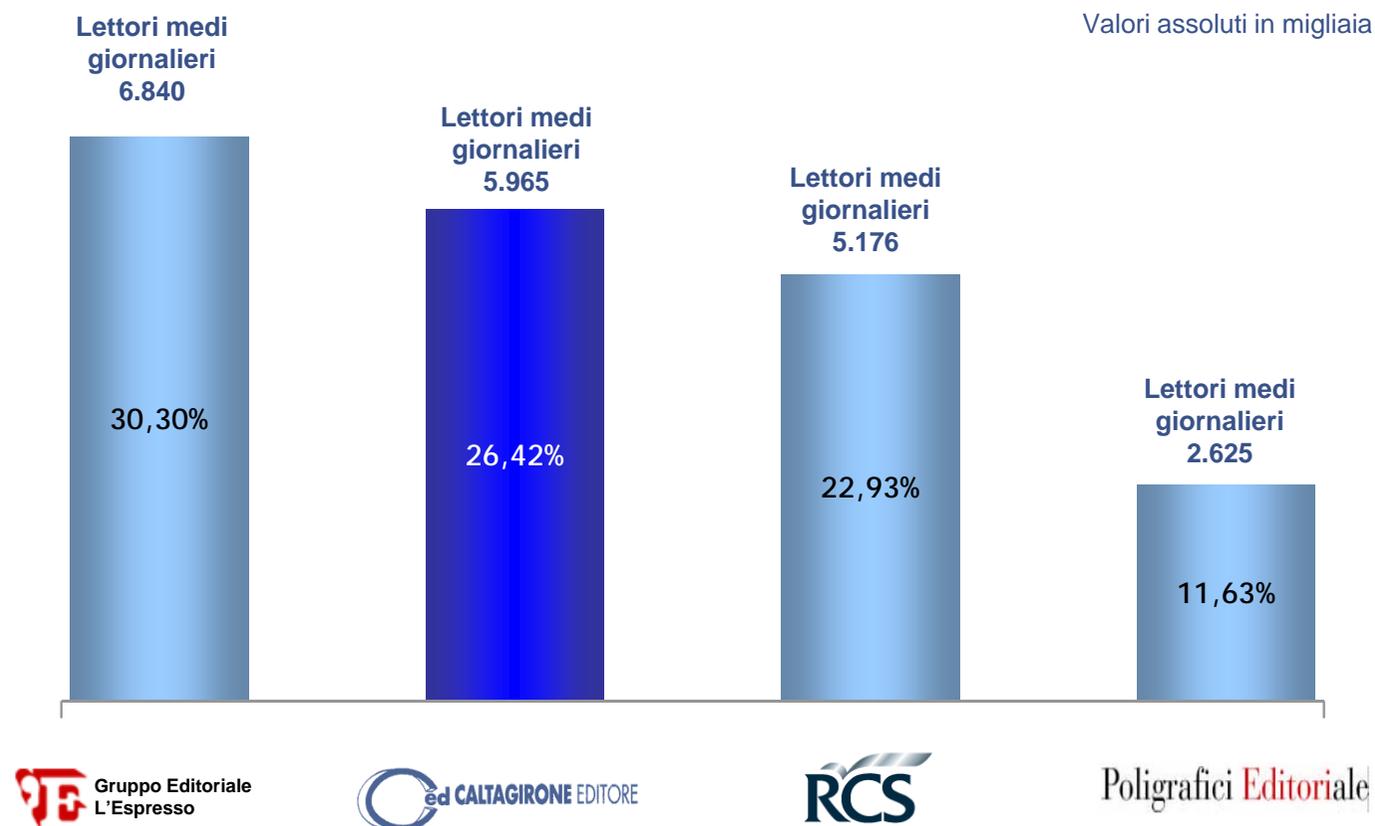
- Consolidandosi quale secondo Gruppo editoriale in Italia con il **26,4%** di lettori medi giornalieri, in aumento rispetto al **24.8%** del 2010
- Mantenendo una forte solidità patrimoniale (Cassa Netta di €180.9m e Equity Ratio (1) del 76%)
- Rivedendo il modello di business per affrontare le sfide digitali e cogliere nuove opportunità di crescita (es. radicale restyling di Leggo; aumento del 27% ricavi internet)
- Razionalizzando i processi e l'organizzazione per ottenere una strutturale riduzione dei costi (costi operativi in calo dell' 1.6% sul 2010 e del 3% escludendo le materie prime)

(1) Patrimonio Netto / Totale Attivo

# Il Gruppo: N.2 sul mercato domestico



Caltagirone Editore è il **secondo gruppo editoriale in Italia**  
con il **26,42%** dei lettori medi giornalieri <sup>(1)</sup>

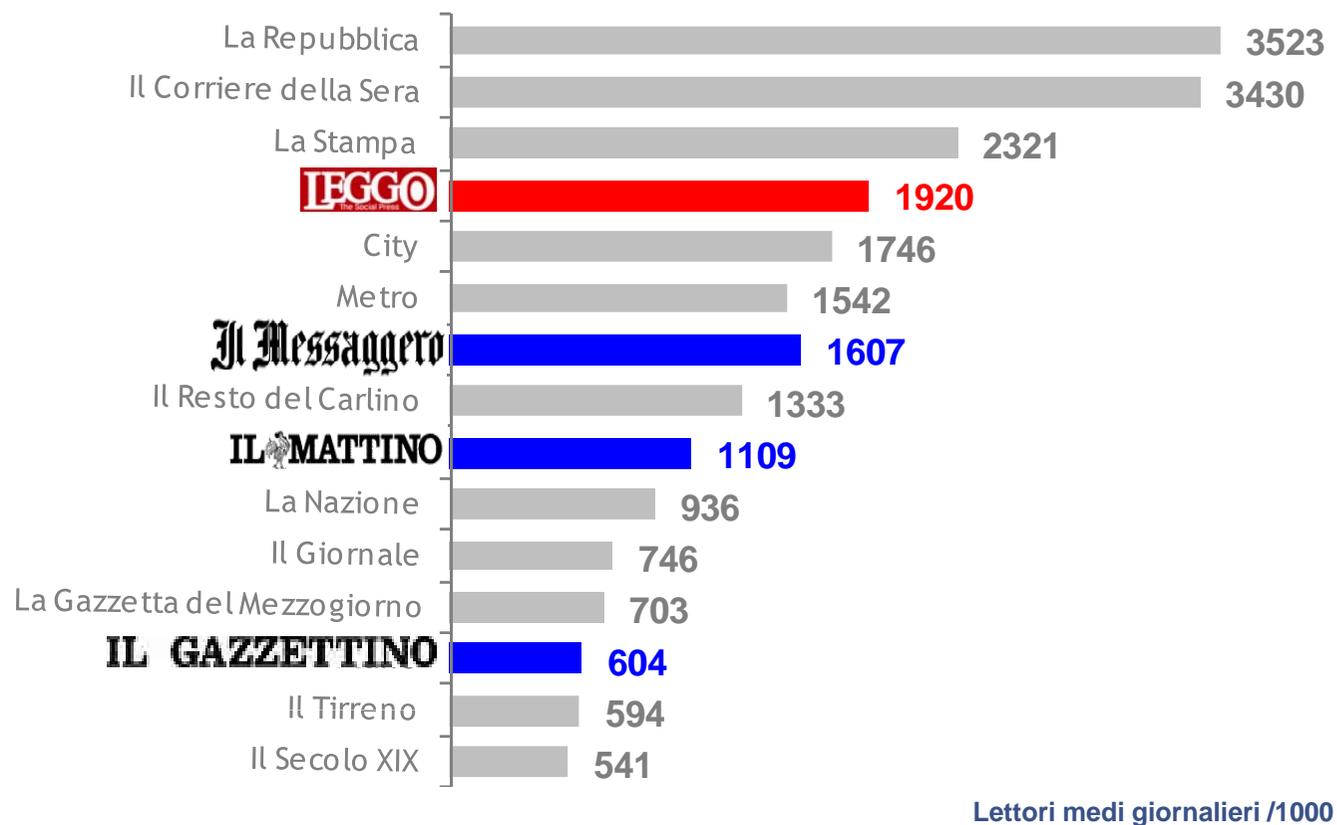


(1) Fonte: Audipress 2011/III con l'esclusione dei giornali specializzati (sportivi ed economici) e l'inclusione della Free Press

# Il Gruppo: N.2 sul mercato domestico (1)



Il Gruppo edita 4 tra le prime 15 testate in Italia



(1) Fonte: Lettori medi giornalieri Audipress 2011/III, esclusi giornali sportivi ed economici ed inclusa la free press

# Il Gruppo: giornali tradizionali e free press



## Giornali (1)

**Il Messaggero**

- Nazionale con 13 edizioni locali
- Lettori 1.607.000

**IL MATTINO**

- Nazionale con 7 edizioni locali
- Lettori 1.109.000

**IL GAZZETTINO**

- Nazionale con 8 edizioni locali
- Lettori 604.000

**Corriere Adriatico**

- Regionale con 5 edizioni locali
- Lettori 347.000

**NUOVO di Puglia Quotidiano**

- Pluri-provinciale con 3 edizioni locali
- Lettori 378.000

**LEGGO**  
The Social Press

- Presenza nazionale in 2 città
- Lettori 1.920.000

## New Media

**Il Messaggero.it**

**IL MATTINO.it**

**IL GAZZETTINO.it**

**Corriere Adriatico .it**

**NUOVO di Puglia Quotidiano.it**

**LEGGO**  
The Social Press

**caltanot**  
Il sito preferito dai mouse

## Pubblicità

**PIEMME**

- Concessionaria di pubblicità per il Gruppo
- Divisione specializzata dedicata a Internet

(1) Fonte: Audipress 2011/III

## Il Gruppo: il web e le iniziative multimediali



Nel corso del 2011 si è confermato il trend di crescita di audience dei siti WEB del gruppo e si sono realizzate nuove piattaforme di fruizione (Mobile e IPAD), riscontrando notevole interesse da parte dei lettori, con un aumento del 27% rispetto al 2010 della raccolta pubblicitaria su internet

<i>Testata</i>	<i>Sito internet</i>	<i>Applicazioni IPAD</i>	<i>Applicazioni Mobile - Iphone</i>
<b>Il Messaggero.it</b>	✓	✓	✓
<b>LEGGO</b> <small>The Social Press</small>	✓	✓	✓
<b>IL MATTINO.it</b>	✓	✓	✓
<b>IL GAZZETTINO.it</b>	✓	✓	
<b>Corriere Adriatico .it</b>	✓		
<b>Quotidiano di Puglia</b> <b>Quotidiano.it</b>	✓		



## **Leadership nei giornali a pagamento e nella Free Press**

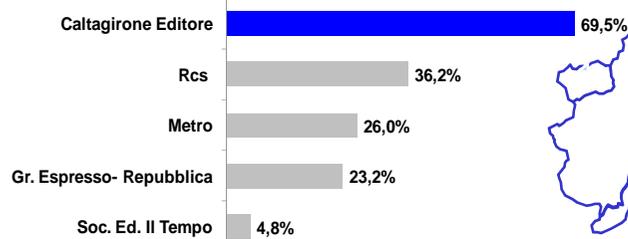
# CED ha una forte leadership regionale (1)



- Regioni in cui CED è #1 o #2 nel mercato
- Presenza rilevante (> 10%)
- In abbinamento a testate locali (2)

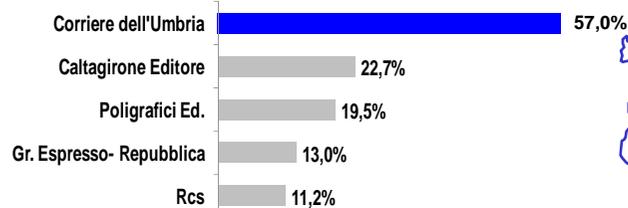
## QUOTA DI LETTORATO NEL LAZIO

69,5%



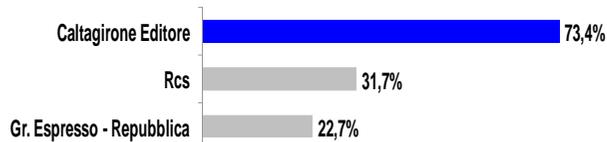
## QUOTA DI LETTORATO IN UMBRIA

22,7%



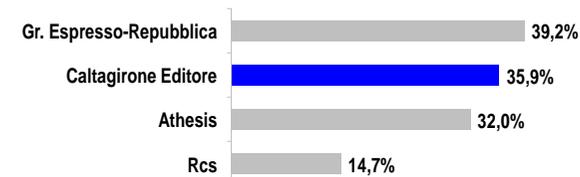
## QUOTA DI LETTORATO IN CAMPANIA

73,4%



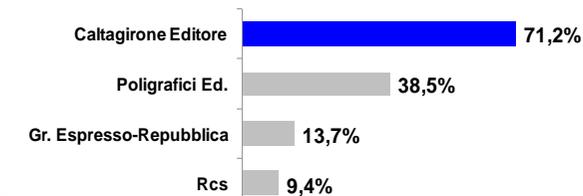
## QUOTA DI LETTORATO IN VENETO

35,9%



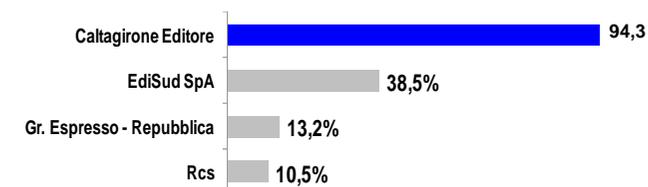
## QUOTA DI LETTORATO NELLE MARCHE

71,2%



## QUOTA DI LETTORATO NEL GRANDE SALENTO (3)

94,3%



(1) Fonte: Audipress 2011/III, lettori medi giornalieri esclusi giornali sportivi ed economici ed inclusa la free press

(2) In Calabria, Basilicata ed in Puglia sia Il Messaggero che Il Mattino vengono venduti in abbinamento ad altri quotidiani locali

(3) Diversamente dalle altre testate del Gruppo, Il Nuovo Quotidiano di Puglia non è un quotidiano regionale ma è venduto nelle province di Lecce, Brindisi e Taranto (Salento)

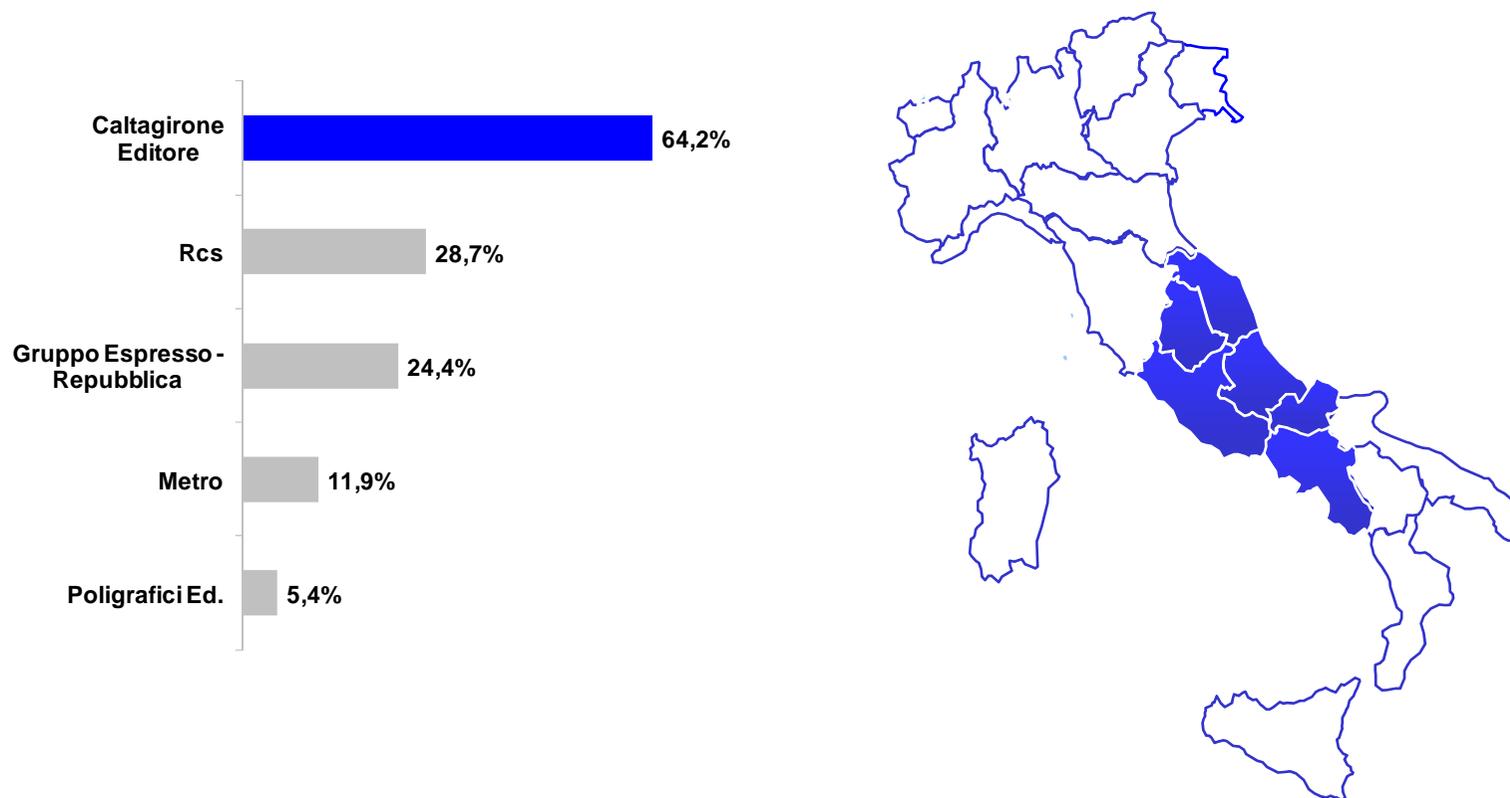
(4) Le quote di lettorato includono le doppie letture

# Leadership in Centro Italia



Le testate del Gruppo vantano una consolidata leadership nella macroregione <sup>(1)</sup>

**QUOTA DI LETTORATO NELLA MACROREGIONE <sup>(2)</sup>**  
64,2%



(1) Fonte: Audipress 2011/III, lettori medi giornalieri esclusi giornali sportivi ed economici ed inclusa la free press

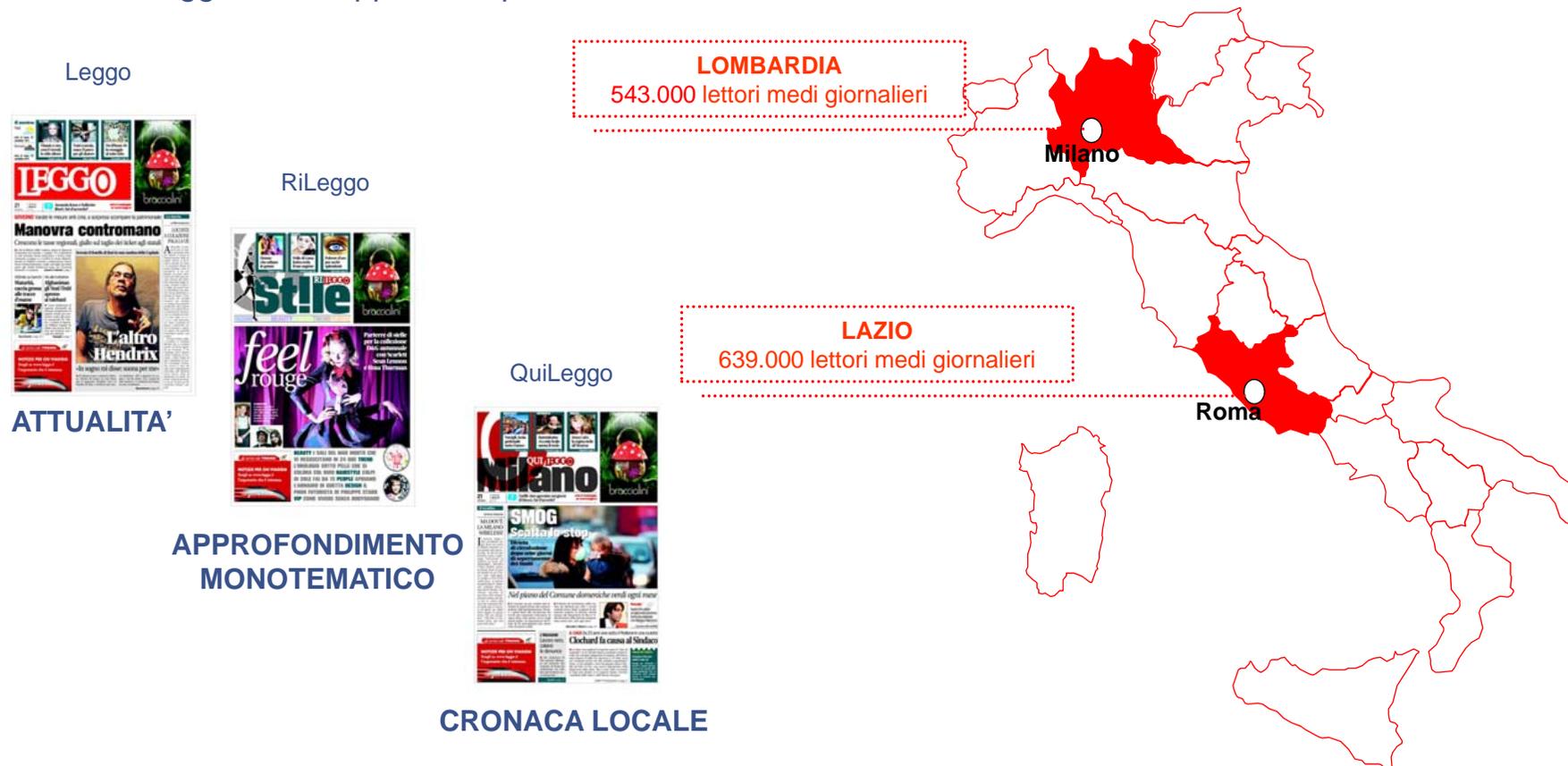
(2) La macroregione include Lazio, Campania, Marche, Umbria, Abruzzo e Molise

# N.1 sul mercato domestico



Leggo è il primo quotidiano gratuito in Italia con 1.920.000 lettori medi giornalieri<sup>(1)</sup>  
Dal 21 novembre 2011 Leggo rinnova il progetto editoriale diventando Social Press,  
presente esclusivamente nelle due città più importanti d'Italia: Roma e Milano

Il “nuovo Leggo” si sviluppa in tre parti:



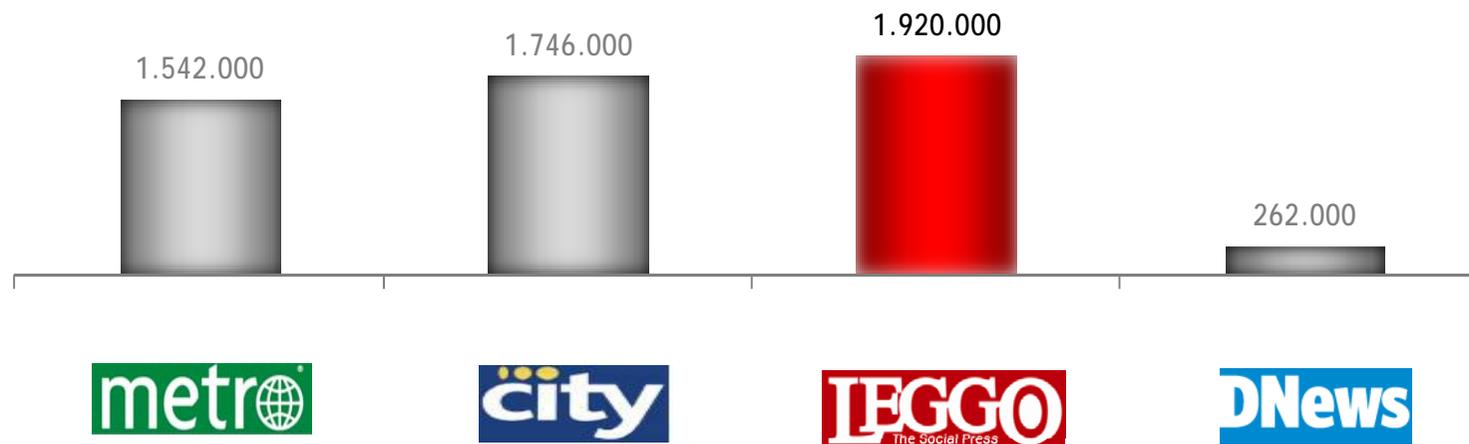
(1) Fonte: Audipress 2011/III

## N.1 sul mercato domestico



Leggo è leader con il 35,1% del mercato della free press, con un 10% circa di lettori medi giornalieri in più rispetto a City ed un 24,5% rispetto a Metro <sup>(1)</sup>

Lettori medi giornalieri



(1) Fonte: Audipress 2011/III

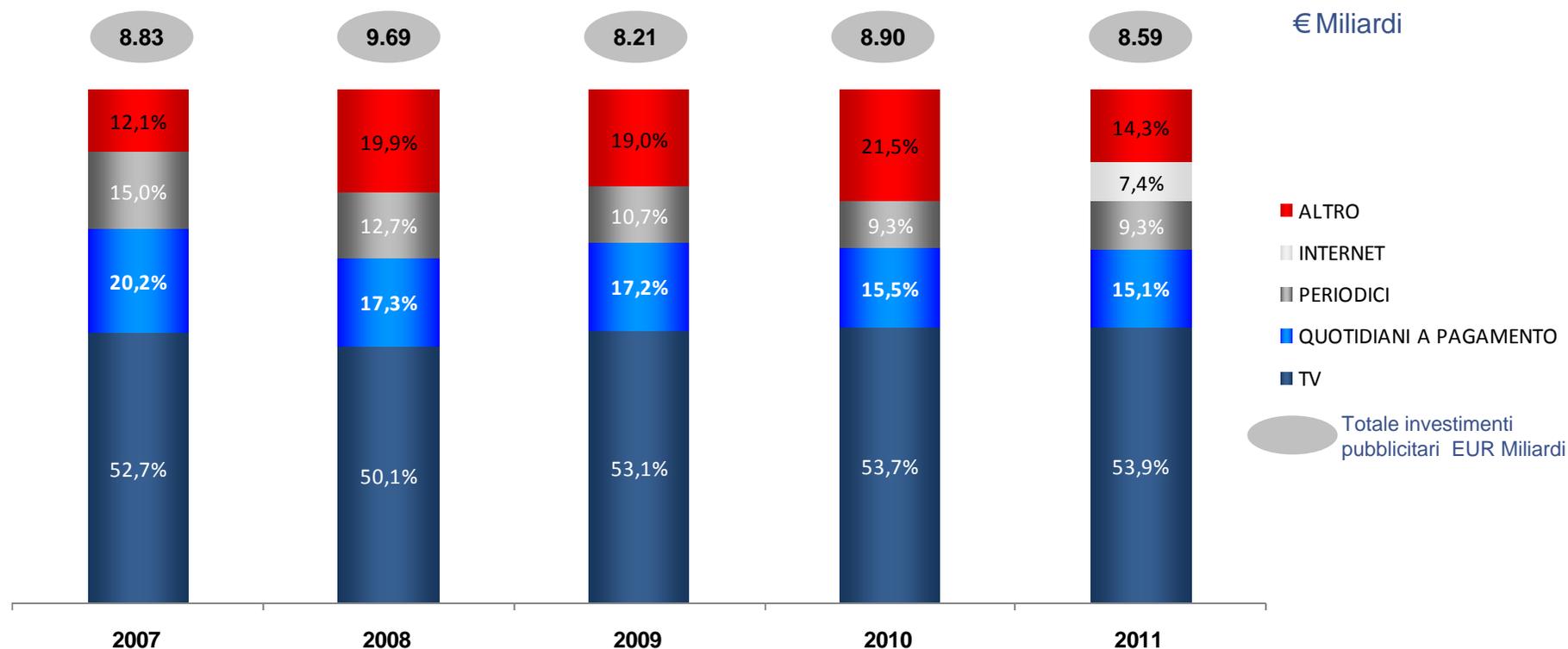


## Il mercato pubblicitario

# Il mercato pubblicitario Italiano 2007-2011 <sup>(1)</sup>



Dal 2007 al 2011 è diminuita la quota di raccolta pubblicitaria sui quotidiani a pagamento (dal 20,2% al 15,1% del totale) a favore della TV ( dal 52,7% al 54%) e dei “new media”



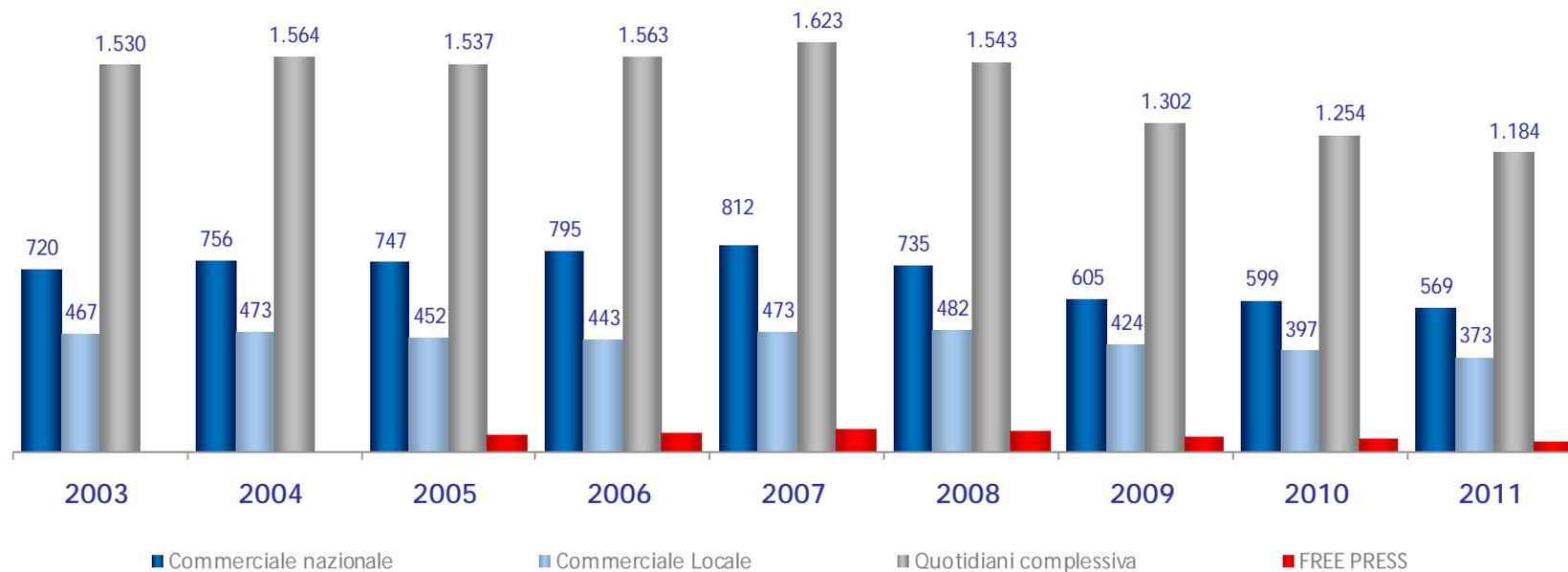
Fonte: Dati Nielsen Media Research. Il totale pubblicità non include gli investimenti pubblicitari nella free press

# La raccolta pubblicitaria sui quotidiani (1)



Nel 2011 la raccolta pubblicitaria complessiva dei quotidiani in Italia decresce per il quarto anno consecutivo, con un calo del -5,6% (-5,1% la pubblicità nazionale; -6% quella locale) rispetto al 2010

Dati in € milioni



Fonte: Osservatorio FCP

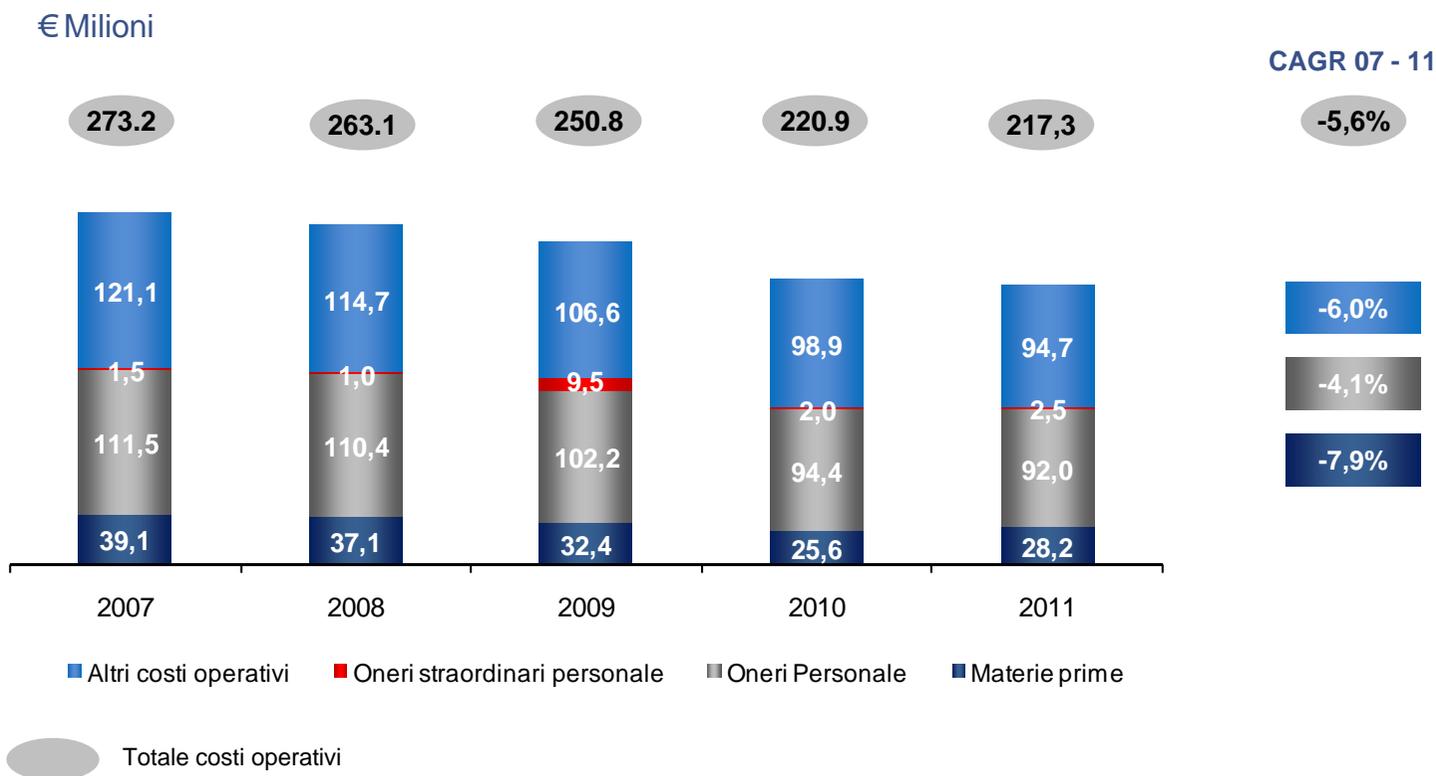


## Principali dati economici e finanziari

- I ricavi, in calo del 9%, risentono del forte contrazione della raccolta pubblicitaria sia sulle testate a pagamento che sulla Free Press
- I Ricavi dalla vendita di giornali sono diminuiti in misura inferiore alla media nazionale

<i>Euro migliaia</i>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>Commenti</b>
Ricavi vendita quotidiani	77.360	79.842	Diminuzione dei ricavi diffusionali del 3,1%
Ricavi promozioni editoriali	1.098	2.282	In calo del 51,9%
Ricavi pubblicitari	139.859	155.981	Contrazione dei ricavi pubblicitari (-10,3%)
Altri ricavi operativi	7.673	10.241	2010 componenti positive di natura straordinaria
<b>Totale ricavi operativi</b>	<b>225.990</b>	<b>248.346</b>	
Materie prime	-28.181	-25.589	Aumento costo internazionale della carta
Costo del lavoro	-94.474	-96.405	Interventi di ristrutturazione / contenimento costi
Altri costi Operativi	-94.657	-98.933	Forte attenzione ai costi operativi (-4.3%)
<b>Margine Operativo Lordo</b>	<b>8.678</b>	<b>27.419</b>	
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	-12.167	-13.562	
<b>Risultato Operativo</b>	<b>-3.489</b>	<b>13.857</b>	
<b>Risultato netto partecipazioni ad equity</b>	<b>-2</b>	<b>-342</b>	
Proventi finanziari	8.245	5.715	Interessi attivi e dividendi da società quotate
Oneri finanziari	-36.698	-4.720	Minusvalenza da vendita azioni e mark-to-market di partecipazioni al 31.12.2011
<b>Risultato gestione finanziaria</b>	<b>-28.453</b>	<b>995</b>	
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>-31.944</b>	<b>14.510</b>	
Imposte	745	-8.814	
<b>Risultato d'esercizio</b>	<b>-31.190</b>	<b>5.696</b>	
Quota di terzi	-453	-307	
<b>Utile per azione</b>	<b>-0,246</b>	<b>0,048</b>	

# Ristrutturazione: dinamica dei costi operativi



A fronte della contrazione dei ricavi negli ultimi 4 anni, CED ha intrapreso un piano di ristrutturazione aziendale che ha determinato:

- una riduzione dei Costi Operativi di circa €56m, ad un tasso annuo composto del -5.6%
- una diminuzione strutturale del costo del personale di circa € 19.5m

# Solidità patrimoniale: Posizione di Cassa Netta



€ milioni



<sup>(1)</sup> Investimenti in attività materiali, immateriali, partecipazioni e titoli

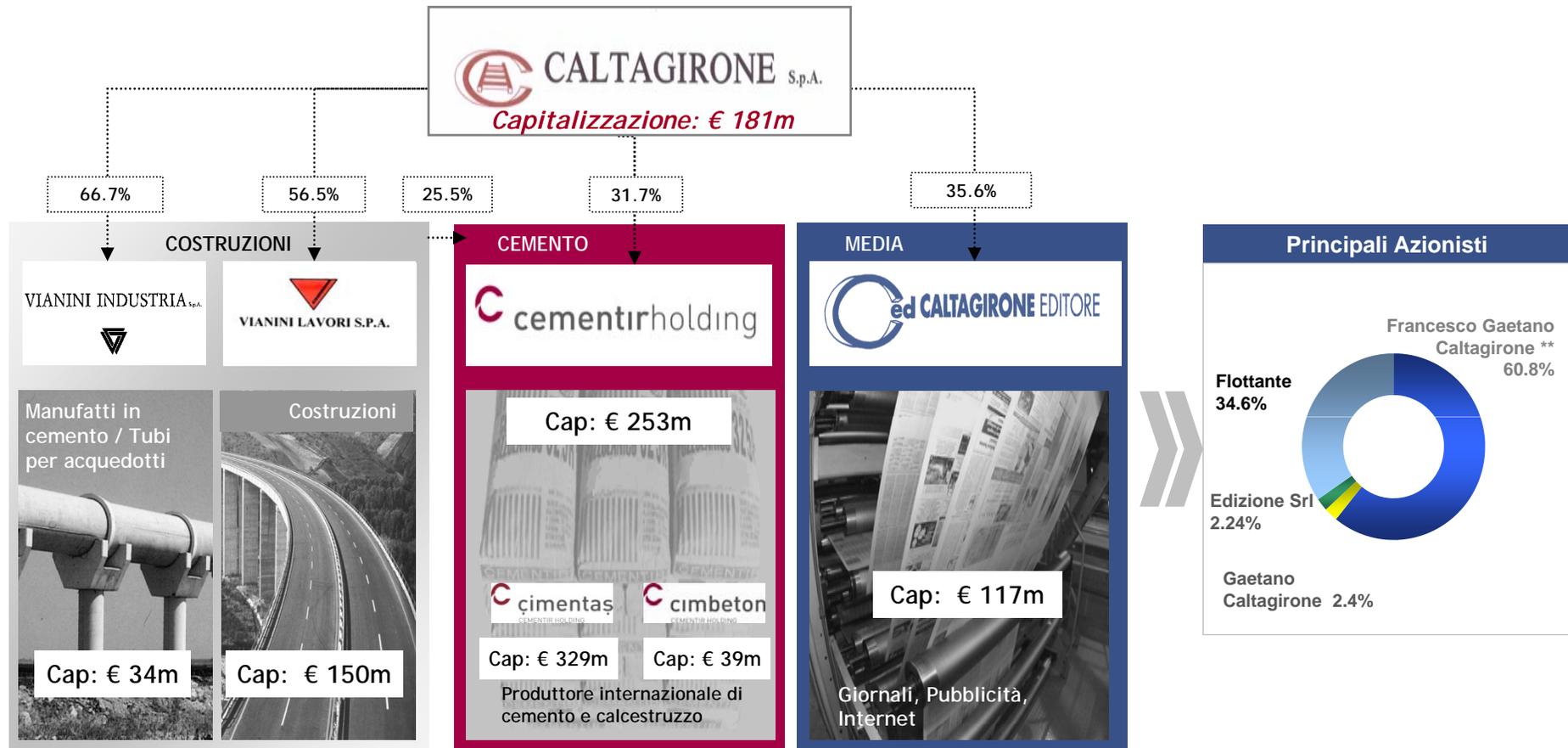


## Gruppo di riferimento e azionisti

# Gruppo di riferimento e azionisti \*



- Caltagirone Spa è una holding di partecipazioni che controlla società operanti in tre settori: Cemento, Costruzioni e Media
- I Ricavi consolidati 2011 hanno raggiunto € 1,45 miliardi ed il MOL € 151,2 milioni



(\*) La capitalizzazione si basa sui prezzi al 20 aprile 2012

(\*\*) Partecipazioni dirette e indirette



La seguente presentazione non costituisce sollecitazione al pubblico risparmio né rappresenta in nessun modo indicazione di acquisto e/o vendita delle azioni delle società menzionate ed è indirizzato esclusivamente ad operatori qualificati ed alla comunità finanziaria.

Ogni riproduzione in qualsiasi forma è espressamente vietata.

Per ulteriori informazioni Vi preghiamo di contattare il nostro ufficio Investor Relations, coordinato da Marco M. Bianconi:

E-mail: [invrel@caltagironegroup.it](mailto:invrel@caltagironegroup.it)

Telefono: 06-32493227

Fax: 06-32493277