

IL TITOLO

Dmail. L'effetto Cairo durerà fino a luglio

DI ALDO BORELLI

■ Cairo Communication fa bene a Dmail. E ai suoi azionisti. La società guidata da **Urbano Cairo** concluderà entro luglio l'acquisto del 10% del gruppo attivo nelle vendite a distanza per un controvalore di 5,8 milioni di euro. Lo scopo è quello di espandersi nelle directory. E il titolo della società guidata da **Adrio De Carolis**, da quando è stato annunciato l'accordo, ha guadagnato circa il 3% portando a +66,5% la performance da inizio anno e a 9,08 euro il valore delle azioni al 15 febbraio 2005. L'ingresso in Dmail, secondo le indicazioni del management, dovrebbe portare buone sinergie in termini di pubblicità locale. Ma la divisione più interessante per Cairo è quella editoriale che fa capo alla controllata di Dmail, Gidiemme Stampa. La

società possiede testate locali, come *Il Giornale di Lecco* e *Il Giornale di Monza*, e vende 168 mila copie alla settimana. Questa attività ha portato nel 2004 più di 13 milioni di euro nelle casse di Dmail. Nel quarto trimestre dell'anno scorso, tuttavia, il fatturato è sceso dell'1,43% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, arrivando a 12,7 milioni di euro. Ma a promettere buoni margini per il futuro è l'attività di media-commerce, cioè di vendita per corrispondenza attraverso Internet e giornali. Cairo e Dmail stanno pensando a iniziative editoriali studiate appositamente per lo sviluppo del commercio multimediale. Nell'accordo per l'acquisto del 10% di Dmail rientra anche la società Smeraldo che fa capo ad **Antonio Percassi**: l'imprenditore bergamasco avrebbe ceduto circa il 4,5% del pacchetto pari al 25% che deteneva. E per Caboto, unica società di analisi che segue il titolo, Dmail è ancora un *add*, cioè da comprare.