

Prospetto Informativo relativo all'offerta
pubblica di vendita e di sottoscrizione
e all'ammissione alle negoziazioni
sul Nuovo Mercato di azioni ordinarie



Coordinatore dell'Offerta Globale,
Responsabile del Collocamento,
Sponsor e Specialista



Prospetto Informativo depositato presso la Consob in data 23 giugno 2000 in conformità alla comunicazione dell'avvenuto rilascio del nulla osta della Consob in data 22 giugno 2000, prot. n. 49540

L'adempimento di pubblicazione del prospetto di quotazione non comporta alcun giudizio della CONSOB sull'opportunità dell'investimento proposto e sul merito dei dati e delle notizie allo stesso relativi.



Indice

Avvertenze per l'investitore	9
Informazioni di sintesi	13
<i>Sintesi dei dati rilevanti relativi alla sollecitazione</i>	<i>13</i>
<i>Dati finanziari selezionati relativi a CDC S.p.A.</i>	<i>15</i>
<i>Altre informazioni e dati relativi alle azioni di CDC</i>	<i>16</i>
Sezione I	
Informazioni relative a CDC	19
Capitolo 1. Informazioni relative a CDC	21
Premessa	21
1.1 Cenni storici	23
1.2 L'Attività di CDC	24
1.2.1 L'attività di distribuzione di CDC - ripartizione del fatturato per canale distributivo .	24
1.2.1.1 <i>Computer Discount</i>	<i>25</i>
1.2.1.2 <i>Compy</i>	<i>27</i>
1.2.1.3 <i>Cash & Carry</i>	<i>29</i>
1.2.1.4 <i>E-commerce</i>	<i>31</i>
E-commerce B2B	31
AmiCo	31
E-commerce B2C	32
1.2.2 I prodotti distribuiti da CDC - ripartizione del fatturato per categoria di prodotti	33
1.2.3 L'attività di produzione di CDC	34
Premessa	34
1.2.3.1 <i>I computer prodotti da CDC e andamento del portafoglio ordini</i>	<i>35</i>
1.2.3.2 <i>Controllo Qualità</i>	<i>35</i>
1.2.3.3 <i>Rapporti con i fornitori</i>	<i>36</i>
1.2.4 Il sistema logistico di CDC	37
1.2.5 L'attività di telecomunicazioni di CDC	38
1.2.5.1 <i>Interfree</i>	<i>38</i>
Attività ISP	39
Il Portale e la Community Interfree ("Club Interfree")	39
Il servizio di Free ISP ("Interfree Access")	41
Prodotti "pacchettizzati" di Interfree	42
La vendita di pubblicità su Internet	43
Attività di E-Commerce Business to Consumer di Interfree	43
Sviluppo dell'utenza di Interfree	43
Accordo di start up per l'avvio delle attività	44
1.2.5.2. <i>Policom</i>	<i>45</i>
La rete di telecomunicazione di Policom	46
I servizi di telecomunicazione di Policom	47
1.2.6 Fattori chiave e fattori macro e micro-economici che possono condizionare l'attività di CDC	49
1.2.7 Autonomia gestionale	50

1.2.8	Minacce e opportunità nei mercati in cui opera CDC	50
1.2.9	Stagionalità	50
1.2.10	Rischi di cambio e di tasso	51
1.2.11	Fonti e disponibilità di materie prime	51
1.2.12	I prezzi	51
	Produzione e distribuzione di prodotti informatici	51
	Interfree	52
	Policom	52
1.2.13	Disciplina giuridica delle telecomunicazioni	52
	Rilascio delle licenze e autorizzazioni	53
	Interconnessione ed accesso ad altre reti	54
	Numerazione e portabilità del numero (number portability)	54
	Accesso indiretto al loop locale	55
1.2.14	Il mercato dell'ICT	55
	Premessa	55
	1.2.14.1 <i>Il mercato dei prodotti informatici</i>	56
	1.2.14.2 <i>I prodotti</i>	57
	1.2.14.3 <i>Le categorie degli utenti del mercato dei prodotti informatici</i>	58
	1.2.14.4 <i>Il posizionamento competitivo di CDC nel mercato della distribuzione di prodotti informatici</i>	59
	1.2.14.5 <i>Il posizionamento competitivo di CDC nel mercato della produzione di prodotti informatici</i>	60
	1.2.14.6 <i>Il mercato dei servizi di telecomunicazione</i>	61
	Premessa	61
	Internet e E-commerce	63
1.2.15	Marchi e brevetti	64
1.2.16	Beni gratuitamente devolvibili	64
1.2.17	Rapporti con parti correlate	64
	C.D.C. S.r.l.	65
	Computer Discount S.r.l.	65
	Affitto di azienda	65
	Pluricom	65
1.2.18	Strategia	66
	Sviluppo della rete di telecomunicazioni	66
	Sviluppo del Portal specializzato	66
	E-commerce	67
	Sviluppo e consolidamento della propria rete di distribuzione	67
1.3	Patrimonio Immobiliare	67
1.4	Beni in uso	68
	Immobili in locazione	68
	Beni in locazione finanziaria	68
1.5	Eventi eccezionali	69
1.6	Altre informazioni su CDC	69
	1.6.1. <i>Il Management di CDC - Responsabili chiave</i>	69
	a) <i>Organigramma funzionale di CDC</i>	70
	b) <i>Il Personale dipendente di CDC</i>	70

1.6.2	<i>Investimenti</i>	71
	Investimenti in corso di attuazione	71
	Investimenti futuri	71
1.6.3	<i>Ricerca e sviluppo</i>	71
1.6.4	<i>Procedimenti giudiziari ed arbitrali</i>	71
1.6.5	<i>Posizione e contenzioso fiscale</i>	72
	Ultimo esercizio definito	72
	Perdite fiscali riportabili a nuovo	72
	Esenzioni o riduzioni d'imposta	72
	Contenzioso fiscale	72
1.7	Informazioni sul Gruppo CDC	73
Capitolo 2. Informazioni relative agli organi sociali		75
2.1	Consiglio di Amministrazione	75
2.2	Collegio Sindacale	75
2.3	Dirigenza	75
2.4	Principali attività svolte dai componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, dal Direttore Generale al di fuori di CDC, aventi rilevanza per la società stessa	75
2.5	Compensi destinati nell'ultimo esercizio a qualsiasi titolo e sotto qualsiasi forma ai componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e al Direttore Generale CDC e da società direttamente o indirettamente controllate	76
2.6	Azioni di CDC e delle sue controllate, detenute direttamente o indirettamente dai componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e dal Direttore Generale	77
2.7	Interessi dei componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e del Direttore Generale in operazioni straordinarie	78
2.8	Interessi dei dirigenti rispetto a CDC ed al gruppo ad essa facente capo	78
2.9	Prestiti e garanzie concessi da CDC o da società controllate ai componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e al Direttore Generale	78
Capitolo 3. Informazioni relative agli assetti proprietari		79
3.1	Composizione dell'azionariato di CDC	79
3.2	Descrizione dell'azionariato risultante a seguito dell'Offerta Globale	79
3.3	Indicazione dell'eventuale soggetto controllante ai sensi dell'art. 93 del Testo Unico	80
3.4	Patti parasociali	80
Capitolo 4. Informazioni riguardanti il patrimonio, la situazione finanziaria e i risultati economici di CDC		81
	Premessa	81
4.1	Bilancio riclassificato secondo i criteri dell'analisi finanziaria di cdc relativo agli esercizi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997	82
4.2	Rendiconti finanziari relativi agli esercizi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997	84
4.3	Prospetti delle variazioni delle voci di patrimonio netto relativi agli esercizi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997	85

4.4	Analisi e commento dei risultati economici, patrimoniali e finanziari dei periodi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998, 1997	86
	Principali indici di bilancio	86
	<i>Indici di redditività</i>	87
	<i>Indici di liquidità</i>	87
	<i>Indici di solidità patrimoniale</i>	87
	<i>Indici di rotazione</i>	87
4.4.1	Ricavi delle vendite e prestazioni	87
4.4.2	Costi operativi	88
4.4.3	Commento sulla situazione economica e finanziaria degli esercizi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997	88
	Costi operativi totali	91
	Costi di acquisto delle materie prime e merci	91
	Risultato operativo	94
4.4.4	Analisi dell'andamento patrimoniale e finanziario della società per gli esercizi 1999, 1998 e 1997	97
	Posizione finanziaria netta	97
	Cash flow	97
	Capitale d'esercizio netto	98
	Politica di indebitamento e di gestione del rischio cambi	98
	Investimenti	100
4.5	Principi contabili e criteri di valutazione adottati per la predisposizione dei bilanci d'esercizio chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997	100
	Criteri di valutazione	100
4.6	Analisi delle principali voci dello stato patrimoniale e del conto economico riclassificati relativi agli esercizi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997	103
4.6.1	Commento alle principali voci patrimoniali	103
	Capitale immobilizzato	103
	Attività	103
	Capitale di esercizio	106
	Passività	111
4.6.2	Commenti alle principali voci del conto economico	115
4.6.3	Transizione all'Euro	119
4.7	Situazione al 31 marzo 2000	120
	Premessa	120
4.7.1	Conto economico per il periodo di 3 mesi chiuso al 31 marzo 2000 e raffronto con il 31 marzo 1999 di CDC S.p.A.	121
4.7.2	Commento sulla situazione economica del trimestre chiuso al 31 marzo 2000	122
	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	122
	Costi operativi	123
	Altri costi operativi	123
	Risultato operativo	124
	Oneri finanziari netti	124
	Componenti straordinari di reddito	124
	Risultato prima delle imposte	125
	Evoluzione dei principali risultati economici sul valore della produzione	125
4.7.3	Analisi della posizione finanziaria al 31 marzo 2000	125

Posizione finanziaria netta	125
Cash flow	126
Capitolo 5. Informazioni relative all'andamento recente e alle prospettive di CDC	127
5.1 Fatti di rilievo verificatisi dopo il 31 marzo 2000	127
<i>Acquisto di partecipazioni</i>	<i>127</i>
<i>Nuovi finanziamenti</i>	<i>128</i>
5.2 Andamento dell'esercizio in corso	128
Capitolo 6. Informazioni di carattere generale su CDC e sul Capitale Sociale	130
6.1 Denominazione e forma giuridica	130
6.2 Sede sociale ed amministrativa	130
6.3 Costituzione di CDC	130
6.4 Durata di CDC	130
6.5 Legislazione e foro competente	130
6.6 Iscrizione nel Registro delle Imprese e negli altri registri aventi rilevanza per legge	130
6.7 Oggetto sociale	130
6.8 Conformità dello Statuto al Testo Unico	131
6.9 Capitale sociale	132
6.10 Evoluzione del capitale sociale negli ultimi tre anni	132
6.11 Disciplina concernente l'acquisto ed il trasferimento delle Azioni	132
6.12 Capitale Sociale deliberato ma non sottoscritto - Deleghe all'aumento del Capitale Sociale	132
6.13 Partecipazioni dei dipendenti al capitale o agli utili	132
6.14 Condizioni statutarie per la modifica del capitale e dei diritti annessi alle Azioni	133
6.15 Azioni proprie detenute da CDC	133
6.16 Autorizzazioni all'acquisto di Azioni proprie	133
Sezione II	
Informazioni riguardanti le Azioni Oggetto della Offerta	135
Capitolo 7. Informazioni riguardanti le azioni	137
7.1 Descrizione delle Azioni	137
7.2 Descrizione dei diritti connessi alle Azioni	137
7.3 Decorrenza del godimento	137
7.4 Regime fiscale	137
7.4.1 <i>Partecipazioni sociali qualificate</i>	<i>137</i>
7.4.2 <i>Ritenute sui dividendi</i>	<i>138</i>
7.4.3 <i>Imposta sostitutiva sulle plusvalenze</i>	<i>138</i>
7.4.4 <i>Tassa sui contratti di borsa</i>	<i>139</i>
7.5 Regime di circolazione	140
7.6 Limitazioni alla libera disponibilità delle Azioni	140
7.7 Altri mercati di trattazione dei titoli	140

Capitolo 8. Informazioni relative a recenti operazioni aventi ad oggetto le Azioni	141
8.1 Informazioni sull'emissione e/o collocamento di azioni ordinarie CDC nei dodici mesi precedenti l'Offerta Globale	141
8.2 Informazioni relative ad offerte pubbliche nell'ultimo esercizio e nell'esercizio in corso ..	141
8.3 Altre operazioni	141
Sezione III	
Informazioni riguardanti la sollecitazione	143
Capitolo 9. Informazioni riguardanti i proponenti l'Offerta	145
9.1 Informazioni riguardanti l'Azionista Venditore	145
9.2 Informazioni riguardanti l'Emittente	145
Capitolo 10. Informazioni riguardanti i collocatori	146
Capitolo 11. Informazioni riguardanti l'Offerta Pubblica	147
Premessa	147
11.1 Ammontare complessivo dell'Offerta Pubblica	147
11.2 Titolarità e disponibilità dei titoli oggetto di vendita	147
11.3 Delibere, autorizzazioni e omologazioni	147
11.4 Destinatari dell'Offerta Pubblica	147
11.5 Incentivi ai dipendenti	148
11.6 Limitazione o esclusione del diritto di opzione	148
11.7 Mercati dell'Offerta Globale	148
11.8 Periodo dell'Offerta Pubblica	148
11.9 Prezzo di Offerta	149
11.10 Modalità di adesione e quantitativi prenotabili nell'ambito dell'Offerta Pubblica	150
a) Adesioni da parte del pubblico indistinto	151
b) Adesioni da parte dei Dipendenti e Franchisee	151
11.11 Criteri di riparto	151
a) adesioni da parte del pubblico indistinto	152
b) adesioni da parte dei Dipendenti e Franchisee	152
11.12 Modalità e termini di comunicazione dei risultati e verifiche relative all'Offerta	153
11.13 Modalità e termini di comunicazione ai richiedenti di avvenuta assegnazione delle Azioni	153
11.14 Modalità e termini di pagamento del prezzo e di consegna delle Azioni	153
11.15 Collocamento e garanzia	153
11.16 Accordi di riacquisto	154
11.17 Commissioni relative all'operazione	154
11.18 Stabilizzazione	154
11.19 Altri accordi	154
Greenshoe	154
Impegni temporanei alla inalienabilità delle Azioni	154
11.20 Destinazione del ricavato dell'Offerta	155

Capitolo 12. La quotazione delle Azioni	156
12.1 Richiesta e provvedimento di quotazione	156
12.2 Data di inizio delle negoziazioni in Borsa	156
12.3 Impegni dello Sponsor e Specialista	156
Capitolo 13. Appendici	157
13.1 Appendici	157
13.1.1 <i>Schemi dello stato patrimoniale e del conto economico in Lire ed Euro dei bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 in forma di tabella comparativa</i>	159
13.1.2 <i>Relazioni della Società di Revisione sui bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999</i>	167
13.1.3 <i>Relazioni del Collegio Sindacale ai bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999</i>	175
13.2 Documentazione messa a disposizione del pubblico	183
13.2.1 <i>Bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 corredati della relazione degli amministratori sulla gestione e del verbale di approvazione dell'assemblea</i>	183
13.2.2 <i>Statuto sociale di CDC S.p.A.</i>	183
Capitolo 14. Informazioni relative alla revisione dei conti	185
14.1 Società di Revisione	185
14.2 Organi esterni	185
14.3 Altre informazioni, incluse nel Prospetto, verificate dalla Società di Revisione	185
14.4 Eventuali rilievi della Società di Revisione	185
Dichiarazione di responsabilità	186
Glossario	187

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

Avvertenze per l'investitore

Si invitano gli investitori a tenere in considerazione le seguenti informazioni, al fine di un migliore apprezzamento dell'investimento.

Elevata competitività dei mercati in cui opera CDC

I mercati in cui opera la società CDC Point S.p.A. ("CDC" o "Società") e, segnatamente, il mercato della distribuzione di prodotti informatici, il mercato della produzione di personal computer e il mercato delle telecomunicazioni, sono altamente concorrenziali.

Nel mercato della distribuzione e produzione di prodotti informatici, la concorrenza si basa principalmente sul prezzo, sulla disponibilità dei prodotti, sull'ampiezza della gamma dei prodotti e servizi offerti alla clientela. Nonostante CDC ricopra un ruolo di *leadership* nel mercato italiano della distribuzione di prodotti informatici, la Società non può escludere che società concorrenti, adottando politiche commerciali aggressive sotto il profilo dei prezzi, possano incrementare la loro quota di mercato (cfr. Capitolo 1, Paragrafi 1.2.12, 1.2.14.4 e 1.2.14.5).

Nel mercato delle telecomunicazioni e, in particolare, nel mercato dei servizi Internet, la concorrenza si basa principalmente sui costi di accesso e di servizio e sulla qualità e gamma dei servizi offerti alla clientela. Nonostante CDC offra alla propria clientela l'accesso gratuito ad Internet tramite il proprio portale www.interfree.it e numerosi servizi complementari, il mercato di Internet, come più in generale il mercato delle telecomunicazioni, è caratterizzato da un alto grado di volatilità della clientela (cfr. Capitolo 1, Paragrafi 1.2.12 e 1.2.14.6).

Inoltre, nel mercato delle telecomunicazioni e, in particolare, nel mercato dei servizi Internet, CDC si confronta con concorrenti che vantano un elevato grado di notorietà e che dispongono di maggiori risorse finanziarie, pertanto, la Società non può escludere che detti concorrenti possano adottare politiche tariffarie aggressive.

Rapida obsolescenza dei prodotti informatici

Il mercato dei prodotti informatici è caratterizzato da una forte innovazione tecnologica e da una conseguente rapida obsolescenza dei prodotti. Nonostante CDC ritenga che l'organizzazione della propria attività di distribuzione e produzione, basata su un sistema di gestione degli ordini proprietario, su un'organizzazione logistica innovativa e su un'alta flessibilità, sia in grado di far fronte ai rischi connessi ad un mercato particolarmente dinamico, i risultati futuri della Società dipenderanno dalla capacità di CDC di adattarsi velocemente ai repentini cambiamenti della domanda di mercato (cfr. Capitolo 1, Paragrafi 1.2.1 e 1.2.3).

Dipendenza dallo sviluppo di Internet e dell'E-commerce

La Società ritiene che la propria crescita nel mercato delle telecomunicazioni dipenda in larga parte dallo sviluppo di Internet e dei servizi di *E-commerce* e degli altri servizi a valore aggiunto. Benché lo sviluppo del mercato italiano e internazionale delle telecomunicazioni e, in particolare, di Internet e dell'E-commerce, sia ritenuto in forte crescita dagli analisti del mercato e dai più autorevoli studi di settore, non vi è certezza che lo stesso non possa risultare inferiore alle previsioni (cfr. Capitolo 1, Paragrafi 1.2.12 e 1.2.14.6).

Confronto tra risultati storici e prospettici - incertezze legate all'avvio delle attività nel settore delle telecomunicazioni

In seguito all'avvio delle nuove attività nel settore delle telecomunicazioni e Internet (cfr. Capitolo 1, Paragrafi 1.2.5.1 e 1.2.5.2), i risultati storici conseguiti dalla Società nell'attività di produzione e distribuzione

di prodotti informatici non possono ritenersi rappresentativi di quelli che la Società ed il Gruppo conseguiranno in futuro in relazione alle suddette nuove iniziative. La tabella seguente evidenzia i risultati conseguiti nel triennio 1997-1999 e nel primo trimestre 1999 e 2000.

(milioni di lire)	1997	1998	1999	31.03.1999	31.03.2000
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	540.784	592.569	746.481	185.098	282.167
Risultato operativo lordo	15.518	16.606	19.677	5.778	12.206
Risultato prima delle imposte	9.048	9.018	12.396	4.086	7.930

In particolare, nonostante i rilevanti costi di *start-up* di Interfree e Policom, la Società prevede di ottenere un risultato consolidato di competenza del Gruppo in sostanziale pareggio nell'esercizio in corso anche grazie ai buoni trend di crescita dell'attività tradizionale di produzione e distribuzione di prodotti informatici (+ 52% dei ricavi nel primo trimestre 2000 rispetto allo stesso periodo 1999) e alla capitalizzazione di parte delle spese sostenute per lo *start-up* delle nuove attività, quali in particolare pubblicità e promozione.

Con particolare riferimento all'attività nel settore delle telecomunicazioni e Internet, di seguito vengono fornite indicazioni sugli obiettivi in termini di ricavi consolidati di Interfree e Policom che il management si propone di raggiungere nel periodo 2001-2003. Per quanto riguarda gli obiettivi di redditività, il management ritiene di raggiungere il punto di pareggio a livello di risultato d'esercizio non prima del 2003.

Dati in miliardi di Lire	2001	2002	2003
Ricavi	50-60	110-130	300-400

Gli intervalli proposti dal management con riferimento ai ricavi, rispondono a differenti scenari relativi all'andamento dei consumi e della penetrazione commerciale che, tenuto conto della natura di *start up* di Interfree e Policom, sono difficilmente prevedibili e controllabili da parte del management stesso. Gli obiettivi indicati sono stati formulati sulla base di un piano di investimenti che prevede un totale di circa Lire 117 miliardi nell'arco del triennio (cfr. Capitolo 5, Paragrafo 5.2).

Indebitamento finanziario netto e tasso di interesse

La posizione finanziaria netta di CDC S.p.A. al 30 aprile 2000, pari a circa 85 miliardi di Lire, di cui 46 miliardi relativi ad un finanziamento in pool (cfr. Capitolo 4, Paragrafo 4.6.1), è influenzata dalla acquisizione dei marchi dalla società C.D.C. S.r.l. per circa 25 miliardi di Lire, dal finanziamento concesso a Micronica S.r.l. per il pagamento del maxicanone relativo al contratto di leasing per l'impianto di movimentazione logistica per un importo di circa 7 miliardi di Lire pagato nel dicembre 1999 (cfr. Capitolo 5, Paragrafo 5.1) dalla acquisizione della società Micronica S.r.l. per circa 12 miliardi e dalla diminuzione della esposizione verso i fornitori per circa 27 miliardi di Lire rispetto al 31 marzo 2000. Il tasso di interesse relativo ai 46 miliardi di Lire del finanziamento in pool è pari all'Euribor 3 mesi + 0,40 (al 31 marzo 2000 la Società presentava una posizione finanziaria netta di circa 46 miliardi a fronte di un patrimonio netto di circa 20 miliardi) (Capitolo 5, Paragrafo 5.2).

La posizione finanziaria netta del Gruppo CDC alla data del 30 aprile 2000 era pari a 83.435 milioni di Lire, dovuta ad una posizione finanziaria netta positiva delle società controllate Micronica, Interfree e Policom di complessivi 1.193 milioni di Lire.

La Società prevede di effettuare notevoli investimenti di capitali. Il fabbisogno finanziario di CDC è essenzialmente legato alle spese relative alla realizzazione della rete di telecomunicazioni, allo sviluppo dell'attività internet attraverso l'offerta di servizi innovativi, al consolidamento della propria posizione di leadership nel settore della distribuzione dei servizi microinformatici e al rafforzamento del proprio *brand*. Il ricavato dell'Offerta verrà destinato dall'Emittente a finanziare i suddetti progetti e alla riduzione della posizione finanziaria netta.

Liberalizzazione del mercato delle telecomunicazioni

Il mercato italiano delle telecomunicazioni è stato liberalizzato solo di recente e, come più volte segnalato, è caratterizzato da un'intensa concorrenza. In tale mercato sono presenti sia operatori dominanti, ex-monopolisti (Telecom Italia) che altri operatori alternativi, che possiedono reti di telecomunicazioni sul territorio nazionale (Infostrada, Albacom, ecc.) (cfr. Capitolo 1, Paragrafi 1.2.13 e 1.2.14.6). Alcuni concorrenti di CDC godono pertanto di un maggiore vantaggio competitivo nel settore delle telecomunicazioni, disponendo di elevate risorse finanziarie e di una consolidata esperienza operativa (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.13).

Incertezze legate all'evoluzione normativa sulle telecomunicazioni

Il mercato delle telecomunicazioni in cui opera CDC è ampiamente regolamentato. Non può pertanto escludersi che l'evoluzione normativa delle leggi, dei regolamenti o dei provvedimenti delle autorità di settore — in particolare quelli afferenti alla disciplina delle tariffe e dell'interconnessione — possa avere conseguenze di rilievo sull'attività di CDC nel settore delle telecomunicazioni (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.13).

Incertezze legate allo sviluppo della nuova rete di telecomunicazioni di CDC

CDC, a seguito dell'ottenimento nell'ottobre 1999 della c.d. Licenza Unica di operatore telefonico, ha avviato, tramite la società controllata Policom S.p.A., un programma per la realizzazione di una propria rete di telecomunicazioni, che prevede l'installazione, entro il 2001 di 24 centrali pubbliche per servizi in voce e dati sull'intero territorio nazionale. Il test di interconnessione, necessario per verificare la funzionalità delle centrali con la rete pubblica nazionale di Telecom Italia si è svolto, con esito positivo, nel marzo 2000. Nell'aprile 2000 è stato perfezionato il contratto con Ericsson avente ad oggetto la fornitura, l'installazione e l'avvio delle prime 16 centrali pubbliche per servizi voce e dati (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.5.2). Benché la realizzazione della nuova rete stia procedendo secondo i programmi, non vi può essere alcuna garanzia che, per cause impreviste o imputabili a terzi, la stessa sarà operativa nei tempi prestabiliti.

Rischi per la sicurezza di informazioni confidenziali

La trasmissione sicura di informazioni confidenziali attraverso i sistemi di telecomunicazioni costituisce una problematica importante per il commercio elettronico e le comunicazioni via Internet. Molte possono essere le modalità per violare i sistemi di sicurezza utilizzati dai siti Internet a protezione delle informazioni riservate. La Società ritiene di avere un sistema di *firewall* adeguato per tutelare la riservatezza delle informazioni acquisite attraverso i sistemi di telecomunicazione, tuttavia non può garantire che le misure adottate siano idonee ad impedire la violazione della sicurezza.

Moltiplicatori di Prezzo e Prezzo Massimo

I moltiplicatori di prezzo, il controvalore dell'Offerta Globale e la capitalizzazione societaria saranno comunicati al pubblico contestualmente alla comunicazione del Prezzo Massimo, tramite avviso integrativo sul quotidiano Il Sole 24 Ore, entro il giorno antecedente l'inizio del periodo di Offerta Pubblica e contestualmente trasmesso alla Consob.

Criteri di riparto

Il Responsabile del Collocamento, preso atto della disomogeneità delle procedure informatiche attualmente in uso presso il sistema bancario e finanziario, dichiara di non poter effettuare direttamente il riparto a norma dell'Art. 13 comma 6 del Regolamento Consob 11971. Il Responsabile del Collocamento si impegna, tuttavia a determinare in via accentrata per conto di tutti i Collocatori le modalità di assegnazione mediante estrazione a sorte (cfr. Capitolo 11, Paragrafo 11.11).

Assenza di un precedente mercato pubblico e potenziale volatilità del corso azionario

Prima dell'Offerta Pubblica, le Azioni non erano negoziate in alcun mercato regolamentato (cfr. Capitolo 7, Paragrafo 7.7). In passato, il Nuovo Mercato è stato caratterizzato da notevoli fluttuazioni sia in ordine al prezzo, che ai volumi scambiati. A seguito dell'Offerta Pubblica non si può garantire che si sviluppi o venga sostenuto un mercato attivo per le Azioni o che queste non siano soggette a significative oscillazioni.

Peraltro, ai sensi dell'Articolo 2.3.2, quarto comma, lettera a del Regolamento del Nuovo Mercato, organizzato e gestito dalla Borsa Italiana S.p.A., Banca IMI, in qualità di "Specialista" ha assunto l'impegno di esporre continuativamente dalla data di inizio delle negoziazioni sul mercato proposte di acquisto e vendita ai prezzi e per un quantitativo pari a quello fissato nelle Istruzioni al Regolamento sopracitato.

Contenzioso Fiscale

In data 12 giugno 2000, è stata avviata dalla Guardia di Finanza *"una verifica generale ai fini dell'IVA, delle Imposte Dirette e degli altri tributi"*. Sulla base delle informazioni disponibili alla Società, si tratta di una verifica rientrante nei normali accertamenti fiscali.

Data la concomitanza dei fatti sopra riferiti con l'avvio della presente Offerta Pubblica e anche nell'interesse del mercato, la C.D.C. S.r.l. — che alla data del presente Prospetto Informativo controlla, direttamente ed indirettamente, circa il 99,9% del capitale sociale della CDC Point S.p.A. — in data 16 giugno 2000, ha rilasciato una garanzia a favore di CDC Point S.p.A. ai sensi della quale si è impegnata irrevocabilmente a tenere la stessa indenne e manlevata da ogni passività (non coperta da fondi rischi specifici iscritti in bilancio) derivante da eventuali violazioni di norme tributarie con riguardo alla suddetta verifica della Guardia di Finanza.

La Società ritiene che il contenzioso fiscale di cui CDC Point S.p.A. e le sue controllate sono parti sia di importo non significativo (Cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.6.5).

Informazioni di sintesi

Sintesi dei dati rilevanti relativi alla sollecitazione

Il presente prospetto informativo ("**Prospetto Informativo**") è conforme al modello pubblicato mediante deposito presso la Commissione Nazionale per le Società e la Borsa ("**Consob**") in data 23 giugno 2000.

La Borsa Italiana S.p.A. (la "**Borsa Italiana**") con provvedimento n. 1019 in data 7 giugno 2000 ha disposto l'ammissione alle negoziazioni sul Nuovo Mercato delle azioni ordinarie di CDC, ai sensi dell'art. 2.4.2 del Regolamento del Nuovo Mercato organizzato e gestito dalla Borsa Italiana ("**Regolamento**"). La data di inizio delle negoziazioni sarà stabilita dalla Borsa Italiana, ai sensi dell'art. 2.4.2 del Regolamento, previa verifica della sufficiente diffusione delle Azioni.

La Società ha assunto nei confronti della Borsa Italiana i seguenti impegni:

- comunicare alla Borsa Italiana il risultato dell'Offerta Globale, come di seguito definita, entro il giorno di borsa aperto successivo a quello di chiusura dell'Offerta Globale;
- assegnare gli strumenti finanziari agli aventi diritto mediante accentramento presso Monte Titoli S.p.A. ("**Monte Titoli**") entro la data fissata per il relativo pagamento che avrà luogo non oltre il quinto giorno di borsa aperta successivo a quello di chiusura dell'Offerta Globale.

Ai sensi del Titolo 2.3 del Regolamento, la Società ha conferito l'incarico di Sponsor e Specialista a Banca d'Intermediazione Mobiliare IMI S.p.A. ("**Banca IMI**"). In qualità di Sponsor e Specialista, Banca IMI ha assunto gli impegni di cui al Capitolo 12, Paragrafo 12.3.

L'operazione consiste in un'offerta ("**Offerta Globale**") fino ad un massimo di n. 2.450.000 azioni ordinarie CDC da nominali Euro 0,50 cadauna, godimento 1 gennaio 2000 ("**Azioni**"), in parte (1.700.000 azioni ordinarie) rinvenienti da un aumento di capitale a pagamento, ai sensi e per gli effetti dell'art. 2441, quinto comma del codice civile, deliberato dall'assemblea straordinaria di CDC in data 8 marzo 2000 e in parte (750.000 azioni ordinarie) poste in vendita dall'azionista CDC S.r.l. ("**Azionista Venditore**" e, congiuntamente a CDC, "**Proponenti**").

L'Offerta Globale è costituita da:

- un'offerta pubblica di vendita e sottoscrizione di un minimo di n. 612.500 Azioni, non inferiore al 25% dell'Offerta Globale, rivolta al pubblico indistinto, di cui fino ad un massimo di n. 60.000 Azioni sono riservate ai Dipendenti e Franchisee, come definiti nel Capitolo 11, Paragrafo 11.4 del Prospetto Informativo ("**Offerta Pubblica**"); possono aderire, inoltre, all'Offerta Pubblica, per la quota destinata al pubblico indistinto le persone fisiche di cui all'art. 31, comma 2 del regolamento approvato con Delibera Consob n. 11522 del 1° luglio 1998 e le società di gestione del risparmio autorizzate alla prestazione del servizio di gestione su base individuale di portafogli di investimento per conto terzi e per le società fiduciarie che prestano servizi di gestione di portafogli di investimento, anche mediante intestazione fiduciaria di cui all'art. 60 comma 4, del D.Lgs. 23 luglio 1996, n. 415. Non possono, invece, aderire all'Offerta Pubblica gli Investitori Professionali, come definiti nel Capitolo 11, Paragrafo 11.4 del Prospetto Informativo, e gli investitori istituzionali esteri.
- un contestuale collocamento privato di un massimo di n. 1.837.500 Azioni, rivolto agli Investitori Professionali in Italia, come definiti nel Capitolo 11, Paragrafo 11.4 del Prospetto Informativo, e gli investitori istituzionali esteri, ad eccezione di quelli degli Stati Uniti d'America, Canada e Giappone ("**Collocamento Privato**").

CDC ha concesso a Banca IMI, anche in nome e per conto dei membri del consorzio per il Collocamento Privato di cui al successivo Capitolo 10 del Prospetto Informativo, un'opzione di sovrallocazione ("**Green-shoe**") per l'acquisto, al Prezzo di Offerta, come di seguito definito, di un massimo di n. 300.000 Azioni, pari a circa il 12% dell'ammontare complessivo dell'Offerta Globale, da destinare al Collocamento Privato. Tale opzione potrà essere esercitata entro 30 giorni dalla data di inizio delle negoziazioni delle Azioni (cfr. Capitolo 11, Paragrafo 11.19).

L'ammontare complessivo delle Azioni oggetto dell'Offerta Globale, del quantitativo delle Azioni offerte in sottoscrizione e in vendita e l'ammontare delle Azioni oggetto della *Greenshoe* sono riportati nella seguente tabella.

Azionisti	N. azioni prima dello aumento di capitale e dell'Offerta Globale	% del capitale sociale	N. Azioni offerte in vendita	Aumento di capitale al servizio dell'OPVS	N. delle azioni dopo l'aumento di capitale e l'Offerta Globale	% del capitale sociale	N. Azioni Green shoe	N. Azioni dopo l'Offerta Globale (compresa la Green-shoe)	% del capitale sociale
CDC Net SA	8.680.000	83,46%	-		8.680.000	71,74%		8.680.000	70,0%
C.D.C. S.r.l.	1.651.048	15,88%	750.000		901.048	7,44%		901.048	7,27%
Azionisti di minoranza	68.952	0,66%	-		68.952	0,57%		68.952	0,55%
Mercato	-	-	-	1.700.000	2.450.000	20,25%	300.000	2.750.000	22,18%
Totale	10.400.000	100,00%	750.000	1.700.000	12.100.000	100,00%	300.000	12.400.000	100,00%

Alla data del presente Prospetto Informativo, CDC Point S.p.A. è controllata all'83,46% da CDC Net SA e partecipata al 15,88% da CDC S.r.l. e allo 0,66% da altri azionisti di minoranza. CDC Net SA, società di diritto lussemburghese, è a sua volta controllata al 99,9% da C.D.C. S.r.l., controllata pariteticamente dai coniugi Giuseppe Diomelli e Floriana Andolfi, ciascuno titolare di una partecipazione del 50% del capitale sociale. All'esito dell'Offerta Globale, e in caso di esercizio integrale della *Greenshoe*, CDC Net SA controllerà il 70% di CDC Point S.p.A. Per ulteriori informazioni sulla struttura del Gruppo CDC, si rinvia al successivo paragrafo 1.7.

Ai sensi dell'articolo IA.1.3.1 delle Istruzioni al Regolamento del Nuovo Mercato, il prezzo unitario di offerta delle Azioni non sarà inferiore a 10 Euro.

Il Prezzo Massimo delle Azioni oggetto dell'Offerta Pubblica ("**Prezzo Massimo**") sarà comunicato al pubblico mediante avviso integrativo sul quotidiano Il Sole 24 Ore entro il giorno antecedente l'inizio del periodo di Offerta Pubblica e contestualmente trasmesso alla Consob (cfr. Capitolo 11, Paragrafo 11.9).

Il prezzo unitario delle Azioni ("**Prezzo di Offerta**"), unico per l'Offerta Pubblica e il Collocamento Privato sarà reso noto mediante pubblicazione sul quotidiano Il Sole 24 Ore di un apposito avviso integrativo entro due giorni dal termine del Periodo di Offerta e trasmesso contestualmente alla Consob (cfr. Capitolo 11, Paragrafo 11.9).

Le Azioni oggetto dell'Offerta Pubblica saranno collocate per il tramite di un consorzio di collocamento e garanzia coordinato da Banca IMI, a cui aderiscono ulteriori banche e società di intermediazione mobiliare ("**Collocatori**"), il cui elenco sarà reso noto mediante deposito presso la Consob e presso la sede sociale della Società e contestuale pubblicazione sul quotidiano Il Sole 24 Ore di un avviso integrativo entro il quinto giorno antecedente l'inizio dell'Offerta Pubblica (cfr. Capitolo 10).

Le Azioni oggetto della quota dell'Offerta Pubblica riservate ai Dipendenti e Franchisee saranno collocate esclusivamente per il tramite di alcune banche e società di intermediazione mobiliare individuate nell'avviso di cui al capoverso precedente ("**Collocatori per i Dipendenti e Franchisee**").

La seguente tabella indica le principali date previste per l'Offerta Globale:

Comunicazione del Prezzo Massimo	27 giugno 2000
Periodo di adesione all'Offerta Pubblica	28-29 giugno 2000
Comunicazione del Prezzo di Offerta	1 luglio 2000
Comunicazione delle assegnazioni	1 luglio 2000
Data di pagamento delle Azioni	6 luglio 2000
Inizio previsto delle negoziazioni sul Nuovo Mercato	6 luglio 2000

La Società destinerà i proventi della sottoscrizione delle Azioni emesse nell'ambito dell'aumento di capitale posto al servizio dell'Offerta Globale, al rafforzamento della struttura patrimoniale della Società e alla implementazione delle proprie strategie di sviluppo (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.18 e Capitolo 11, Paragrafo 11.20).

Dati finanziari selezionati relativi a CDC S.p.A.

La seguente tabella indica i principali dati economico-finanziari relativi a CDC S.p.A. al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999.

(Lire milioni, salva diversa indicazione)	31.12.1997	31.12.1998	31.12.1999
Ricavi netti	540.784	592.569	746.481
Margine operativo lordo	15.518	16.606	19.677
Risultato della gestione ordinaria	9.159	9.007	11.875
Risultato ante imposte	9.048	9.018	12.396
Risultato netto	3.845	4.301	6.567
Patrimonio netto	12.851	17.152	17.169
Totale attivo	127.431	177.118	251.503
Capitale sociale	3.000	3.000	10.000
Capitale fisso	5.428	5.636	32.851
Capitale circolante netto	10.713	49.844	36.742
Cash flow ^(*)	7.327	8.521	11.680
Dividendo	4.200	-	7.050
Investimenti ^(**)	3.742	3.383	28.841 ^(**)
Posizione finanziaria netta	(1.903)	(36.667)	(49.887)

(*) Utile netto più ammortamenti e accantonamenti.

(**) La voce investimenti comprende gli incrementi di immobilizzazioni materiali e immateriali avvenuti nell'esercizio, incluso il valore capitale dei beni in leasing.

La seguente tabella indica i principali dati economico-finanziari relativi a CDC S.p.A. al 31 marzo 1999 e 2000.

(Lire milioni, salva diversa indicazione)	31.03.1999	31.03.2000
Ricavi netti	185.724	282.787
Margine operativo lordo	17.045	26.134
Risultato della gestione ordinaria	4.091	8.032
Risultato ante imposte	4.086	7.930
Patrimonio netto	21.238	20.099
Capitale sociale	10.000	5.200 (*)
Dividendo	-	5.000
Cash flow (**)	4.995	9.766
Posizione finanziaria netta	(26.494)	(46.124)

(*) In migliaia di Euro.

(**) Utile lordo più ammortamenti e accantonamenti.

Il primo bilancio consolidato di CDC S.p.A. sarà chiuso al 31 dicembre 2000.

La seguente tabella evidenzia la posizione finanziaria netta della Società alla data del 31 marzo 2000.

(Lire/milioni)	31.03.2000
Indebitamento verso banche	(53.803)
Indebitamento verso finanziatori	-
Disponibilità liquide	7.679
Posizione finanziaria netta	(46.124)

La posizione finanziaria netta di CDC al 30 aprile 2000 è pari a circa 84,6 miliardi di Lire. La seguente tabella evidenzia la posizione finanziaria netta della Società alla data del 30 aprile 2000.

(Lire/milioni)	30.04.2000
Indebitamento verso banche	(86.079)
Indebitamento verso finanziatori	-
Disponibilità liquide	1.451
Posizione finanziaria netta	(84.628)

La seguente tabella indica alcune grandezze significative relative a CDC.

Grandezze significative	31.12.1997	31.12.1998	31.12.1999
Composizione percentuale sul fatturato dei primi tre clienti	3,76%	4,05%	3,38%
Composizione percentuale sul fatturato dei primi dieci clienti	10,68%	10,81%	9,0%
Numero dei dipendenti	159	175	227

Il numero di dipendenti del gruppo CDC alla data del 30 aprile 2000 è pari a 297.

Altre informazioni e dati relativi alle azioni di CDC

L'Assemblea straordinaria di CDC, in data 8 marzo 2000, ha deliberato la ridenominazione in Euro del capitale sociale; in tale contesto, ha proceduto ad un aumento gratuito di capitale per un importo di Euro

35.431 e al frazionamento delle azioni con attribuzione del valore nominale di Euro 0,50 cadauna. All'esito di dette operazioni, il capitale sociale attuale di CDC è di Euro 5.200.000, rappresentato da 10.400.000 azioni del valore nominale di Euro 0,50 cadauna. I seguenti dati sono basati sull'attuale capitale sociale.

	31.12.1997	31.12.1998	31.12.1999	31.03.1999	31.03.2000
Risultato della gestione ordinaria per azione	881	866	1.142	393	772
Risultato ante imposte per azione	870	867	1.192	393	762
Risultato netto per azione	370	414	631	N/A	N/A
Dividendo per azione	404	-	678	-	481
Cash flow (*) per azione	705	819	1.123	480	939
Patrimonio netto per azione (**)	1.236	1.649	1.650	2.042	1.932

(*) Utile netto più ammortamenti e accantonamenti al 31 dicembre; utile lordo più ammortamenti e accantonamenti al 31 marzo.

(**) Al 31 marzo 1999 ed al 31 marzo 2000 il patrimonio netto include i risultati prima delle imposte per i rispettivi trimestri.

Riportiamo qui di seguito alcuni moltiplicatori relativi a CDC calcolati in base ai valori minimo e massimo dell'intervallo indicativo di valorizzazione del capitale economico di CDC come descritto al Capitolo 11, Paragrafo 11.9. In ogni caso, tale valorizzazione del capitale economico di CDC non costituisce un intervallo di prezzo in quanto il Prezzo Massimo e il Prezzo di Offerta (come definiti al Capitolo 11, Paragrafo 11.9) potranno essere determinati anche al di fuori del predetto intervallo di valorizzazione.

Si evidenzia come i moltiplicatori riportati in tabella si riferiscano a parametri finanziari relativi all'anno 1999, mentre per la determinazione dell'intervallo indicativo di valorizzazione si è fatto riferimento anche a dati finanziari prospettici.

Dati 1999 (*)	Intervallo indicativo di valorizzazione del capitale economico	
	Euro 34 per azione	Euro 48 per azione
Capitalizzazione in milioni di Euro (1)	354	499
EV/Sales (2)	1,0	1,4
EV/Ebitda (3)	37,1	51,4
EV/Ebit (4)	48,7	67,5
P/BV (5)	34,1	48,1
P/E (6)	104,3	147,2
P/CF (7)	58,6	82,8

(*) Moltiplicatori calcolati sulla base del numero di azioni anteriore all'Offerta Globale; i dati si riferiscono all'esercizio chiuso al 31 dicembre 1999 ad esclusione dei dati patrimoniali di posizione finanziaria netta e patrimonio netto come risultanti dalla relazione trimestrale al 31 marzo 2000.

(1) Pre aumento di capitale.

(2) *Enterprise Value* (valore del capitale economico della società al lordo dell'indebitamento finanziario netto) su Ricavi delle vendite e delle prestazioni.

(3) *Enterprise Value* su EBITDA (Margine Operativo Lordo).

(4) *Enterprise Value* su EBIT (Risultato Operativo).

(5) Prezzo su patrimonio netto per azione.

(6) Prezzo su risultato netto per azione.

(7) Prezzo su Cash flow (definito come risultato netto più ammortamenti e accantonamenti per azione).

In considerazione della rilevanza assunta dal metodo dei moltiplicatori di mercato nella determinazione dell'intervallo indicativo di valorizzazione, si riportano di seguito, a fine meramente indicativo, i principali multipli calcolati sui dati al 31 dicembre 1999 per alcune società considerate nell'ambito delle analisi svolte come descritto al Capitolo 11, paragrafo 11.9. Tali moltiplicatori sono stati calcolati come rapporto tra l'*Enterprise Value* (valore del capitale economico della società al 31 maggio 2000 al lordo dell'indebitamento finanziario netto) e i ricavi, il Margine Operativo Lordo e Netto delle stesse per l'ultimo esercizio concluso. Si evidenzia che i moltiplicatori riportati di seguito si riferiscono a società che svolgono attività non completamente comparabili a quella di CDC, e con modelli di business non necessariamente confrontabili. Inoltre tali moltiplicatori sono riferiti a dati economici e patrimoniali storici, mentre l'analisi

svolta ai fini dell'individuazione dell'intervallo indicativo di valorizzazione del capitale economico è stata effettuata anche sulla base di indicatori prospettici. Infine, come evidenziato al paragrafo 11.9, Interfree e Policom sono state analizzate separatamente sulla base di uno specifico campione di società comparabili, con esclusivo riferimento a dati prospettici tenuto conto della fase di start-up di queste società.

Società	EV/Sales	EV/Ebitda	EV/Ebit
Tecnodiffusione	2,4	51,4	56,9
Olidata	1,1	14,0	22,3
Opengate (*)	2,5	90,0	116,9
Media	2,0	51,8	65,4

(*) Bilancio chiuso al 30 agosto 1999, pertanto non include le recenti operazioni di acquisizione realizzate dalla Società.

I moltiplicatori di prezzo, il controvalore dell'Offerta Globale e la capitalizzazione della Società saranno comunicati al pubblico contestualmente alla comunicazione del Prezzo Massimo tramite avviso integrativo sul quotidiano Il Sole 24 Ore entro il giorno antecedente l'inizio del periodo di Offerta Pubblica e contestualmente trasmesso alla Consob.

Sezione I
Informazioni relative a CDC

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

Capitolo 1. Informazioni relative a CDC

Premessa

CDC Point S.p.A. (“CDC”) opera nel mercato dell’*Information and Communication Technology (ICT)* offrendo una vasta gamma di prodotti informatici e servizi di telecomunicazione su tutto il territorio italiano. CDC è l’unica società italiana completamente integrata nell’ICT ritenendo essenziale la convergenza delle telecomunicazioni con l’informatica. La Società ritiene che tale carattere di unicità, insieme alla presenza di una rete di distribuzione con punti vendita sull’intero territorio italiano, rappresenti un rilevante vantaggio competitivo che consente a CDC di affrontare con successo la sfida della “*new economy*” con particolare riferimento alle attività di telecomunicazioni, Internet ed *E-commerce*.

CDC è il primo distributore italiano di prodotti informatici

CDC è il primo distributore italiano di prodotti informatici, con una rete di 356 punti vendita alla data del 30 aprile 2000, capillarmente diffusi sull’intero territorio nazionale (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1). I ricavi complessivi di CDC al 31 dicembre 1999 ammontavano a 755,3 miliardi di Lire, di cui 746,5 miliardi di Lire ¹ riferiti all’attività di distribuzione.

I tratti caratteristici della rete di distribuzione di CDC sono la specializzazione in prodotti informatici e la multicanalità. Al 30 aprile 2000, CDC distribuiva una gamma di oltre 3.000 prodotti attraverso i seguenti canali:

- 180 punti vendita al pubblico Computer Discount, che utilizzano la formula del *franchising* (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.1);
- 113 punti vendita al pubblico Compy; si tratta di “*corner*” situati presso i principali negozi e “*super store*” di elettrodomestici e prodotti di elettronica di consumo (tra cui, Euronics, Euro più, Expert, Trony, etc.), che utilizzano la formula della concessione di vendita (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.2);
- 16 punti vendita “*Cash & Carry*”, posseduti e gestiti direttamente da CDC e rivolti esclusivamente a operatori di settore convenzionati con CDC (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.3);
- *E-commerce business to business* (“*E-commerce B2B*”), che consente agli oltre 22.000 rivenditori convenzionati con CDC, nonché ai 47 rivenditori concessionari AmiCo, di acquistare via Internet l’intera gamma di prodotti di CDC (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.4);
- *E-commerce business to consumer* (“*E-commerce B2C*”), avviato nell’aprile 2000, e che consente a CDC di offrire, attraverso il sito di www.computerdiscount.it, direttamente al pubblico, una gamma di oltre 3.000 prodotti informatici (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.4).

L’attività di CDC nella distribuzione di prodotti informatici risale al 1986. Negli oltre 14 anni di attività, le innovative formule di vendita mediante canali di distribuzione differenziati hanno contribuito alla “*fidelizzazione*” degli affiliati e della clientela e all’elevata riconoscibilità del marchio *Computer Discount* e degli altri marchi commerciali di cui CDC è proprietaria (Compy, Amico, DEX, Laris e altri).

Il numero di accessi nei punti vendita Computer Discount e Compy da parte del pubblico è stimato in oltre 3,5 milioni l’anno ²; circa 1.200.000 clienti sono iscritti al Computer Discount Club (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.1); oltre 22.000 rivenditori specializzati di prodotti informatici sono convenzionati a CDC grazie alla rete Cash & Carry e all’*E-commerce B2B* (cfr. Capitolo 1, Paragrafi 1.2.1.3 e 1.2.1.4).

¹ Ricavi diretti di CDC, IVA esclusa, cd. ricavi “*sell in*” Nel presente Prospetto, salvo diversa indicazione, ci si riferisce ai ricavi *sell in*. Per ricavi “*sell out*” si intendono i ricavi della rete di distribuzione di CDC. La Società stima che nel 1999, i ricavi *sell out* siano stati pari a circa 1.080 miliardi di Lire, IVA compresa. riferiti all’attività di distribuzione.

² Sulla base di monitoraggi a campione condotti dalla Società; presso l’ingresso di oltre 70 punti vendita Computer Discount sono installati appositi contapersone.

CDC è uno dei leader italiani nella produzione di *personal computer*

CDC è il secondo produttore ³ italiano di *personal computer* ⁴, con oltre 136.000 “PC” e “*small server*” venduti nel 1999. Nel segmento “*consumer*” ⁵, CDC è il primo produttore italiano ⁶, con oltre 110.000 *PC desktop* venduti nel 1999 (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.14.5). I computer prodotti da CDC sono distribuiti prevalentemente con marchi proprietari (DEX, Laris, Compy e Amico) (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.3).

Al 31 dicembre 1999, i ricavi derivanti dalla vendita di *personal computer* prodotti da CDC erano di circa 177,5 miliardi, e rappresentavano circa il 23,4% dei ricavi complessivi di CDC (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.3).

CDC è un operatore di servizi integrati di telecomunicazione ed Internet

CDC, tramite la società controllata Interfree S.p.A., svolge l'attività di “*Free Internet Service Provider*” (“Free ISP”) e offre gratuitamente, senza canone di abbonamento, la connessione ad Internet ad oltre 420.000 utenti registrati al 31 maggio 2000. Nel mese di maggio, i minuti complessivi di connessione sono stati pari ad oltre 70.200.000 (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.5.1).

CDC, inoltre, attraverso il *Portale Interfree* (www.interfree.it) offre gratuitamente al pubblico un'ampia gamma di informazioni e servizi via Internet. Il *software* per la registrazione al *Club Interfree* (*Interfree Access*), è preinstallato su tutti i computer prodotti e distribuiti da CDC, nonché — a partire da luglio 2000 — su tutti i *personal computer* della gamma *consumer* distribuiti in Italia dalla Compaq. Inoltre, il CD-ROM omaggio contenente il *software Interfree Access*, e altri programmi per la navigazione, è incluso in tutti i modem Digicom distribuiti in Italia (circa 400.000/anno) ed è distribuito gratuitamente al pubblico presso tutti i punti vendita della rete di distribuzione di CDC. Inoltre, per chi già dispone dell'accesso ad Internet, la registrazione al *Club Interfree* può essere fatta *on-line*, tramite il *Portale Interfree* (www.interfree.it) (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.5.1).

CDC, a seguito dell'ottenimento nell'ottobre 1999 della c.d. Licenza Unica di operatore telefonico, ha avviato, tramite la società controllata Policom S.p.A., un programma per la realizzazione di una propria rete di telecomunicazioni, che prevede l'installazione, entro il 2001 di 24 centrali pubbliche per servizi in voce e dati sull'intero territorio nazionale. Nell'aprile 2000 è stato perfezionato il contratto con il partner tecnologico Ericsson avente ad oggetto la fornitura, l'installazione e l'avvio delle prime 16 centrali pubbliche per servizi voce e dati. Rispetto alle tradizionali reti italiane, la rete di telecomunicazioni di CDC, in corso di implementazione, beneficerà delle più avanzate innovazioni tecnologiche di integrazione tra voce e dati (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.5.2).

L'attività di *E-commerce* di CDC

Sin dal giugno 1998, CDC è attiva nel settore dell'*E-commerce B2B* di prodotti informatici, a cui possono accedere gli oltre 22.000 operatori di settore convenzionati con CDC. Al 30 aprile 2000, gli operatori di settore iscritti al sistema di *E-commerce B2B* di CDC erano oltre 18.000 (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.4).

Nel 1999, i ricavi di CDC derivanti da vendite *B2B* via Internet attraverso il sito www.cdcpoint.it sono stati di oltre 16 miliardi di Lire e nel periodo 1 gennaio-31 marzo 2000 sono stati pari a 3,5 miliardi di Lire, con un incremento del 120% rispetto al primo trimestre del 1999 (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1).

La significativa presenza su Internet, l'avanzato sistema logistico e di consegna dei prodotti informatici utilizzato per la rete di distribuzione e l'esperienza nell'*E-commerce B2B*, hanno consentito a CDC di

³ Per produzione si intende assemblaggio.

⁴ Fonte: Sirmi.

⁵ Il mercato *consumer* è definito dall'Istituto SIRMI come il mercato dei *personal computer* destinati all'utilizzo “*in casa per lavoro, affari, studio ed altro, compresi studenti*”.

⁶ Fonte: Sirmi.

avviare nell'aprile 2000, attraverso il sito www.computerdiscount.it, l'attività di *E-commerce B2C*, offrendo una gamma di 3.000 prodotti informatici (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.4).

La logistica di CDC

Alla data del presente Prospetto, la capacità di movimentazione delle merci di CDC è pari a circa 750 colli/ora e i tempi medi di consegna, dal centro distribuzione di CDC al punto vendita, sono di 24 ore. Entro settembre 2000, è prevista l'entrata in funzione di un nuovo impianto per la gestione delle fasi logistiche, situato presso il nuovo centro di distribuzione e magazzino in Pontedera (PI), che sarà in grado di movimentare 10.000 colli/ora e di consegnare i prodotti ai punti vendita mediamente in 12 ore. La capacità di movimentazione e i tempi di spedizione del nuovo impianto sono stati concepiti per essere ampiamente superiori ai fabbisogni di CDC, sia per poter far fronte alle esigenze dell'*E-commerce* di CDC, sia per poter offrire a soggetti terzi, che vogliano utilizzare Interfree quale *Portal* per l'*e-commerce*, avanzati sistemi di logistica (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.4).

1.1 Cenni storici

Nel novembre 1986 la società C.D.C. S.p.A. è stata costituita dai coniugi Diomelli. Nell'agosto 1993, C.D.C. S.p.A. ha conferito a CDC Point S.p.A. (l'Emittente) il ramo di azienda commerciale informatico per poi trasformarsi, nel giugno 1994, in C.D.C. S.r.l. (l'Azionista Venditore).

La rete di distribuzione di CDC è stata avviata nell'ottobre 1987 con l'apertura del primo punto vendita Computer Discount. Nel marzo 1993 è stato aperto il primo punto vendita *Cash & Carry* e nel settembre 1995 il primo punto vendita *Compy*.

Nel giugno 1998, CDC Point S.p.A. ha avviato l'attività di *E-commerce Business to Business* e, rispettivamente nel luglio e settembre 1999, ha costituito le società Interfree S.p.A. e Policom S.p.A. per l'offerta dei servizi Internet e di telecomunicazioni. Nel aprile 2000, CDC ha iniziato l'attività di *E-Commerce Business to Consumer*.

Novembre 1986	Costituzione di C.D.C. S.p.A.
Ottobre 1987	Viene aperto il primo punto vendita Computer Discount
Marzo 1993	Viene aperto il primo punto vendita Cash & Carry
Agosto 1993	C.D.C. S.p.A. conferisce a CDC Point S.p.A. (l'Emittente) il ramo di azienda commerciale
Giugno 1994	C.D.C. S.p.A. si trasforma in C.D.C. S.r.l. (l'Azionista Venditore)
Settembre 1995	Viene aperto il primo punto vendita Compy
Giugno 1998	CDC Point S.p.A. inizia l'attività di E-commerce business to business
Luglio 1999	Viene costituita la società Interfree S.p.A. per l'offerta di servizi Internet
Settembre 1999	CDC Point S.p.A. aumenta il proprio capitale sociale da 3 a 10 miliardi di Lire
Settembre 1999	Viene costituita la società Policom S.p.A. per l'offerta di servizi di telecomunicazione
Ottobre 1999	CDC Point S.p.A. ottiene la licenza unica di operatore nel settore delle telecomunicazioni
Ottobre 1999	Interfree S.p.A. inizia l'offerta al pubblico del servizio di connessione gratuita ad Internet e del portale Club Interfree
Marzo 2000	Ridenominazione del capitale sociale di CDC Point S.p.A. in Euro ed aumento di capitale da Euro 5.200.000 a Euro 6.200.000, al servizio dell'Offerta Globale e adozione del nuovo statuto sociale
Aprile 2000	Inizia l'attività di E-commerce business to consumer
Maggio 2000	CDC Point S.p.A. cede a Policom S.p.A. il ramo d'azienda delle telecomunicazioni

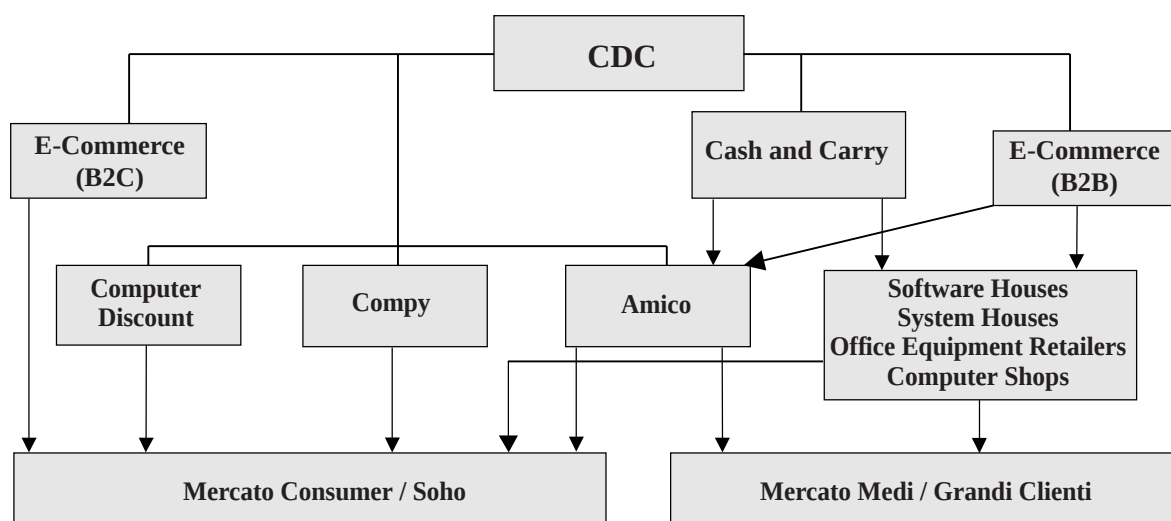
1.2 L'attività di CDC

1.2.1 L'attività di distribuzione di CDC - ripartizione del fatturato per canale distributivo

La rete di distribuzione di CDC è articolata in cinque canali di vendita: **(i)** Computer Discount, **(ii)** Compy, **(iii)** Cash & Carry **(iv)** E-commerce B2B; **(v)** E-commerce B2C.

Come più in dettaglio di seguito descritto, attraverso i primi due canali della rete (Computer Discount e Compy) i prodotti offerti da CDC sono distribuiti in punti vendita aperti al pubblico affiliati a CDC, secondo diverse formule di *franchising* o concessione di vendita, mentre nei canali "Cash & Carry" ed *E-commerce B2B* i prodotti sono distribuiti a rivenditori convenzionati, non affiliati alla rete di distribuzione di CDC, nonché ai rivenditori concessionari AmiCo. A partire dall'aprile 2000, CDC ha avviato, attraverso il sito www.computerdiscount.it, l'attività di *E-commerce B2C* nei confronti del pubblico.

Il seguente grafico mostra la struttura della rete distributiva di CDC.



La seguente tabella indica i ricavi di CDC suddivisi per i singoli canali di distribuzione al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999.

Ricavi (Lire milioni)	1997	%	1998	%	1999	%
Cash & Carry	279.243	51,6%	296.664	50,1%	357.508	47,9%
Computer Discount	213.697	39,5%	235.922	39,8%	301.834	40,4%
Compy	26.518	4,9%	38.819	6,6%	58.827	7,9%
E-commerce B2B (*).	21.326	4,0%	21.164	3,5%	28.312	3,8%
Internet	-	-	3.214	15%	16.128	57%
Teleselling	21.326	100%	17.950	85%	12.184	43%
Totale	540.784	100%	592.569	100%	746.481	100%

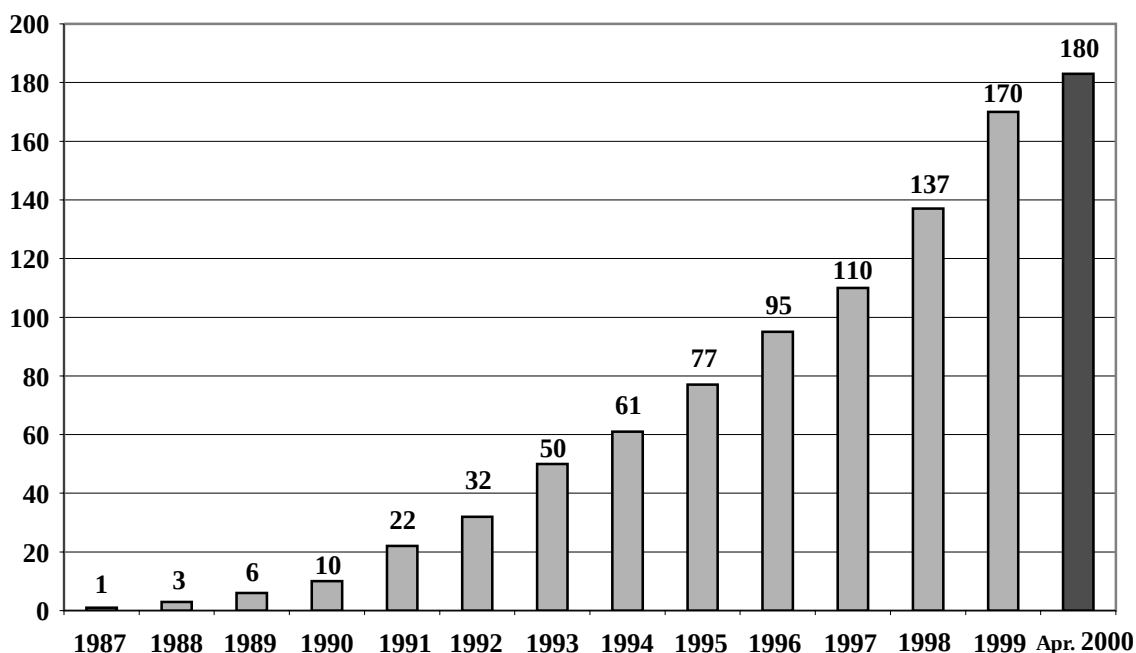
(*) L'attività di vendita via Internet B2B è iniziata nel giugno 1998, pertanto i ricavi del 1997 si riferiscono a vendite via telefono e fax ("Teleselling").

Al 31 dicembre 1999, i ricavi complessivi dell'attività di distribuzione di CDC erano pari a circa 746 miliardi di Lire. L'88,4% di detti ricavi è riferito ai canali di distribuzione Computer Discount (40,4%) e *Cash & Carry* (47,9%), che vantano una pluriennale esperienza ed una capillare presenza sull'intero territorio nazionale. L'ulteriore 7,9% dei ricavi complessivi al 31 dicembre 1999 è riferito al canale Compy, avviato più recentemente, nel 1995, che si sta rapidamente affermando sull'intero territorio nazionale. Il canale *E-commerce B2B*, con il 3,8% dei ricavi complessivi al 31 dicembre 1999, rappresenta un importante ulteriore canale di distribuzione di CDC.

1.2.1.1 Computer Discount

Il canale di distribuzione Computer Discount è nato nell'ottobre 1987, con l'apertura del primo punto vendita a Bologna, quando in Italia ha avuto inizio la diffusione dei *personal computer* tra le famiglie e le piccole e medie imprese. In pochissimi anni il marchio Computer Discount si è affermato grazie alla rete di *computer shop*, aperti nelle principali città italiane (Milano, Genova, Firenze, Roma, Palermo, Pisa, Napoli, Bari e Torino).

Il seguente grafico indica il numero di punti vendita Computer Discount dalla data di inizio sino al 30 aprile 2000.



Al 30 aprile 2000 Computer Discount vantava una rete di 180 punti vendita, con una copertura di oltre il 95% del territorio italiano in termini di ponderazione delle province servite ⁷. La seguente figura indica la diffusione dei punti vendita Computer Discount sul territorio italiano, con indicazione dei punti vendita in ciascuna provincia.

⁷ Fonte: Istituto Tagliacarne.

Punti vendita Computer Discount



La clientela di Computer Discount è costituita prevalentemente da famiglie, da liberi professionisti, da studi professionali e da piccole e medie imprese.

Il numero di accessi nei punti vendita Computer Discount, da parte del pubblico, è stimato in oltre 3 milioni l'anno⁸. Inoltre, 1.200.000 clienti sono iscritti al "Computer Discount Club", che permette di beneficiare, tramite una *fidelity card*, di offerte promozionali sui prodotti Computer Discount e di ricevere pubblicazioni specializzate.

La catena Computer Discount è caratterizzata dalla disponibilità del personale specializzato e dall'attenzione prestata per rendere più semplice l'utilizzo dell'informatica, avvicinando il prodotto al cliente finale, aumentando la sua cultura informatica e fornendogli strumenti e prodotti più idonei. Ciò ha determinato un'elevata fidelizzazione della clientela alla catena Computer Discount e un'elevata riconoscibilità dell'omonimo marchio.

In particolare, con riguardo alla fidelizzazione della propria clientela, secondo le rilevazioni della Società, ciascuno dei clienti iscritti al "Computer Discount Club" ha in media effettuato quattro acquisti nell'anno 1999.

Con riferimento alla riconoscibilità del marchio, secondo una ricerca svolta nel gennaio 2000 dall'istituto di ricerca indipendente Demoskopea sulla notorietà delle insegne di CDC e di altre catene di distribuzione di prodotti informatici italiane⁹, le insegne Computer Discount risultano al primo posto.

Inoltre, la catena Computer Discount ha ricevuto nel 1996 il premio Philip Kotler per il migliore pro-

⁸ Sulla base di monitoraggi a campione condotti dalla Società; presso l'ingresso di oltre 70 punti vendita della rete sono installati appositi contapersone.

⁹ La ricerca, commissionata da CDC, è stata svolta da Demoskopea nel rispetto dei codici deontologici e degli standard di qualità ASSIRM/ESOMAR.

gramma di marketing aziendale italiano e, consecutivamente, nel 1997, 1998 e 1999, dalla rivista PC Magazine il premio quale migliore *computer shop* italiano di prodotti informatici.

I 180 punti vendita Computer Discount sono di tre diverse tipologie: *Shop*, *Super* e *Maxi*. La seguente tabella indica i punti vendita Computer Discount al 30 aprile 2000.

I punti vendita Computer Discount

Tipologia	n. punti vendita	Superficie (mq)	Caratteristiche (*)
Shop	110	80-100	Vendita al banco
Super	44	100-200	Vendita assistita - Libero servizio
Maxi	26	Oltre 200	Libero Servizio

(*) Vendita assistita: la clientela è assistita dal personale Computer Discount nella scelta del prodotto. Libero Servizio: la clientela ha la possibilità di scegliere direttamente i prodotti esposti in vendita o di avvalersi della assistenza del personale specializzato.

Nei negozi Computer Discount sono disponibili oltre 3.000 prodotti *hardware* e *software*. In particolare, nei Computer Discount sono venduti prodotti delle principali case produttrici, nonché *PC desktop* e *small server* prodotti da CDC e distribuiti in esclusiva nei punti vendita Computer Discount, rispettivamente, con il marchio DEX e Laris. Per tutti i prodotti venduti nei negozi Computer Discount, la catena offre presso tutti i propri punti vendita il servizio di assistenza tecnica, indipendentemente dal punto vendita Computer Discount in cui è stato effettuato l'acquisto, tranne che per i prodotti garantiti direttamente dai produttori tramite propri centri di assistenza.

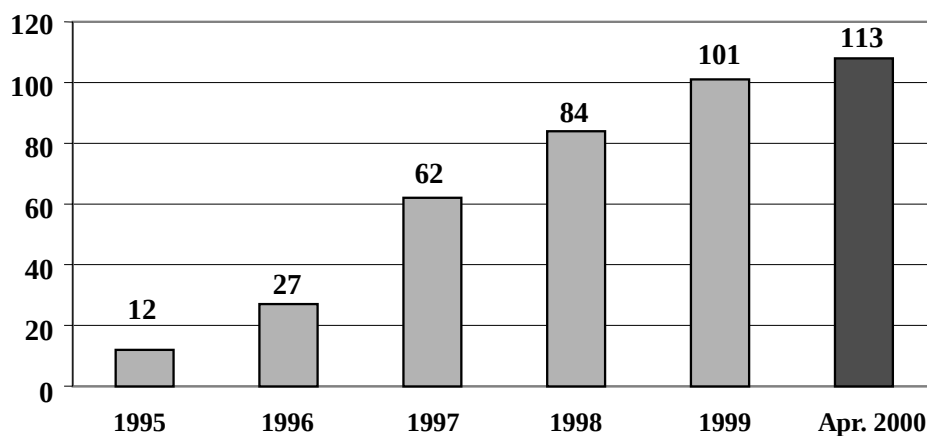
Il rapporto tra CDC e la rete di distribuzione Computer Discount è disciplinato secondo la formula del *franchising*. I contratti di *franchising*, di durata triennale rinnovabile, prevedono che i *franchisee* utilizzino l'insegna e il marchio Computer Discount e si avvalgano dell'insieme degli elementi distintivi della catena Computer Discount. CDC fornisce infatti ai *franchisee* servizi di progettazione e consulenza per l'immagine esterna e interna, per l'allestimento e la gestione dei punti vendita, nonché, periodicamente, corsi di istruzione, formazione e aggiornamento del personale. I *franchisee* corrispondono a CDC una somma forfettaria "una tantum" a titolo di diritto di affiliazione. I *franchisee* godono di un diritto di esclusiva territoriale e vendono presso i punti vendita soltanto i prodotti distribuiti e selezionati da CDC, al prezzo indicato da quest'ultima. Sono inoltre stabilite delle soglie di fatturato minimo, in base al formato del punto vendita (*Shop*, *Super* o *Maxi*), che i *franchisee* devono raggiungere, salvo il diritto di risoluzione del contratto di *franchising* da parte di CDC. Per i punti vendita formato *Maxi*, è utilizzata la formula del "conto vendita".

Al fine di creare delle sinergie operative e finanziarie tra la rete di distribuzione dei *franchisee* Computer Discount e l'attività di *e-commerce B2C* svolta da CD Web attraverso il sito www.computerdiscount.it, l'Emittente ha predisposto un patto aggiuntivo al contratto di *franchising* (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.4).

Gli attuali 180 punti vendita Computer Discount sono gestiti in prevalenza da società in forma di s.r.l.. Ad eccezione della Computer Discount S.r.l., società facente capo ai coniugi Diomelli, titolare di 36 punti vendita, nessuna altra società è titolare di più di tre punti vendita (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.7).

1.2.1.2 Compy

Il canale di distribuzione Compy nasce nel settembre 1995 e si è presto affermato in Italia come la prima rete di distribuzione informatica, in termini di fatturato e numero di punti vendita, che utilizza il modello "shop in shop". La caratteristica dei punti vendita Compy è infatti quella di essere situati all'interno di negozi e "super store" di elettrodomestici e prodotti di elettronica di consumo (tra cui, Euronics, Europiù, Expert, Trony, etc.), dalle ampie superfici. I punti vendita Compy hanno una superficie media compresa tra i 50 e i 70 mq. e sono chiaramente individuabili all'interno dei negozi dalle insegne e dal marchio Compy, nonché dalla particolare disposizione dell'arredamento del punto vendita e dei prodotti.



Al 30 aprile 2000 Compy vantava una rete di 113 punti vendita, con 52 province servite. La seguente figura indica la diffusione dei punti vendita Compy sul territorio italiano, con indicazione del numero dei punti vendita in ciascuna provincia.

Punti vendita Compy



La clientela di Compy è una clientela particolare, poiché è costituita in prevalenza dai clienti del negozio o del supermercato presso cui il punto vendita Compy è situato, quindi, in larghissima parte da famiglie. In tale segmento di mercato l'esperienza maturata da CDC nella rete Computer Discount si è dimostrata di grande successo, proprio per la capacità di rendere semplice l'accesso all'informatica, avvicinando il prodotto al cliente.

Presso i rivenditori Compy vi è una gamma di prodotti di informatica ristretta rispetto ai punti vendita Computer Discount (circa 900 prodotti, rispetto ai circa 3.000 della rete Computer Discount). I *pc desktop* prodotti da CDC sono distribuiti in esclusiva presso i punti vendita Compy con l'omonimo marchio.

Tra le peculiarità dei punti vendita Compy, vi è il servizio di assistenza tecnica a domicilio per tutti i *pc desktop* di marchio Compy, che viene effettuata da ditte specializzate esterne. Presso alcuni punti vendita Compy è, inoltre, disponibile un laboratorio tecnico per l'assistenza presso il negozio. CDC prevede di dotare tutti i punti vendita della rete Compy di un laboratorio interno per l'assistenza.

Il rapporto tra CDC e la rete di distribuzione Compy è disciplinato secondo la formula della concessione di vendita. Alcune caratteristiche del rapporto con i rivenditori affiliati Compy sono sostanzialmente analoghe a quelle previste per i *franchisee* Computer Discount (uso dei marchi e delle insegne, consulenza nella progettazione e nella formazione del personale, vendita dei soli prodotti distribuiti e selezionati da CDC, soglie minime di fatturato, ecc.); la principale differenza rispetto al rapporto con i *franchisee* Computer Discount è costituita dalla mancanza del diritto di esclusiva territoriale.

1.2.1.3 Cash & Carry

Il canale di distribuzione mediante punti vendita *Cash & Carry* è nato nel 1993 sul modello dei *cash & carry* alimentari ed ha rappresentato, sotto il profilo del *marketing* e della gestione, una novità assoluta per la distribuzione di prodotti informatici in Europa.

Sulla base del modello utilizzato nella grande distribuzione alimentare, CDC è stata la prima società in Europa a creare, nel settore della distribuzione "all'ingrosso" di prodotti informatici, punti vendita costituiti da ampi spazi commerciali, con superfici tra i 400 e i 1000 mq, presso i quali i prodotti sono esposti con modalità particolari (*layout* degli scaffali, cartellonistica, offerte speciali, ecc.), in cui i clienti possono servirsi direttamente, utilizzando grandi carrelli per il trasporto della merce fino alle casse.

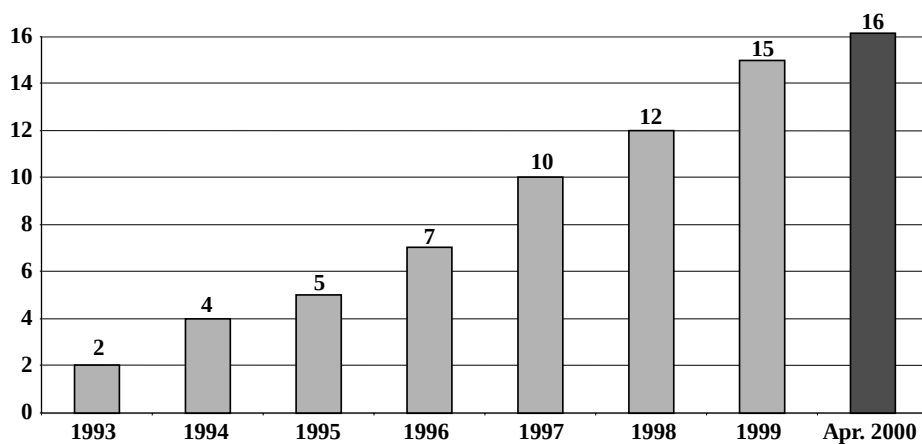
Tutti i *Cash & Carry* sono di proprietà di CDC e agli stessi possono accedere esclusivamente gli operatori del settore che presentino a CDC idoneo certificato della Camera di Commercio che attesti l'esercizio di attività attinente al settore informatico ("Operatori Convenzionati"). Questi, al momento della stipula della convenzione, ricevono una tessera magnetica personalizzata, che consente loro di accedere presso tutti i punti vendita *Cash & Carry* di CDC.

La Società ritiene che gli Operatori Convenzionati abbiano trovato particolarmente vantaggiosa la formula del *Cash & Carry*, poiché questa consente loro di avere immediatamente disponibile l'intera gamma dei prodotti e quindi di ridurre notevolmente il proprio magazzino ed eliminare i rischi di obsolescenza dei prodotti in un mercato caratterizzato dalla rapidissima evoluzione come quello dell'informatica. Infatti, i prodotti acquistati dagli Operatori Convenzionati presso i *Cash & Carry* sono solitamente già ordinati dai clienti finali degli stessi (c.d. acquisti "sul venduto").

Presso i *Cash & Carry* gli Operatori Convenzionati possono effettuare i pagamenti solo in contanti, carte di credito o "POS"; gli assegni bancari sono accettati per importi limitati. L'assenza di dilazioni di pagamento consente a CDC un'enorme vantaggio nella gestione della tesoreria e di eliminare i costi per il recupero dei crediti.

Al 30 aprile 2000 CDC vantava una rete di 16 punti vendita *Cash & Carry*, nelle principali città italiane: Ancona, Bari, Bologna, Cagliari, Firenze, Milano, Napoli, Padova, Pescara, Pisa, Roma, Torino e Verona. Nelle città di Roma e Milano sono attualmente presenti, rispettivamente, due e tre *Cash & Carry*.

Numero di punti vendita Cash & Carry



Nel corso del 2000 è prevista l'apertura di ulteriori due *Cash & Carry* nelle città di Genova e Catania. La seguente figura indica la diffusione dei punti vendita *Cash & Carry* sul territorio italiano.

Punti vendita Cash & Carry



Presso tutti i punti vendita *Cash & Carry* è presente un laboratorio per l'assistenza tecnica (esclusi i prodotti garantiti direttamente dai produttori). Ove possibile, CDC privilegia la sostituzione dei prodotti difettosi, senza far attendere agli Operatori Autorizzati i tempi della riparazione.

1.2.1.4 E-commerce

E-commerce B2B

Sin dal 1986, i prodotti informatici distribuiti da CDC possono essere acquistati dagli Operatori Convenzionati direttamente via telefono o fax ("*Teleselling*"). Nel giugno 1998, CDC ha avviato un innovativo sistema di *E-commerce Business to Business* che consente agli Operatori Convenzionati di acquistare i prodotti CDC direttamente via Internet. Alla data del 30 aprile 2000, oltre 18.000 Operatori Convenzionati (su un totale di oltre 22.000) hanno utilizzato il servizio *E-commerce B2B* di CDC.

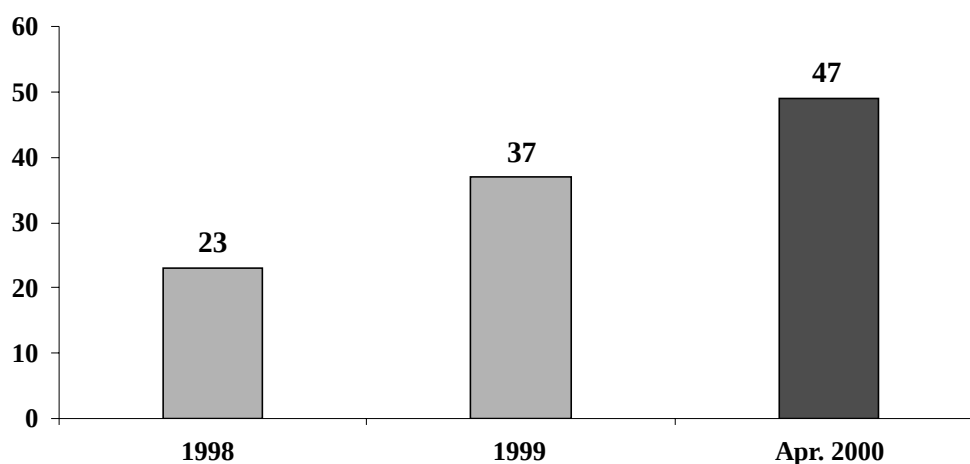
Tramite il sito Internet di CDC (www.cdc.it), gli Operatori Convenzionati possono acquistare l'intera gamma dei prodotti distribuiti da CDC. Il sito Internet di CDC offre agli Operatori Convenzionati una serie di nuovi servizi per la gestione degli ordinativi e per l'aggiornamento sui prodotti e le novità del settore. Attraverso un *software* proprietario di CDC, infatti, gli Operatori Convenzionati possono visionare *on line* schede tecniche dettagliate relative all'intera gamma di prodotti distribuita da CDC, verificarne la disponibilità, richiedere preventivi, monitorare le spedizioni degli ordini effettuati e lo stato dei prodotti in riparazione. E' inoltre possibile effettuare "*on line*" la configurazione di *personal computer* attraverso la scelta dei componenti da assemblare, verificandone immediatamente la compatibilità. Gli Operatori Convenzionati hanno a disposizione una *mailing list* "generalista", che offre settimanalmente informazioni di carattere generale sulle novità in campo informatico, nonché un servizio di *mailing list* "personalizzato", attraverso il quale ricevere informazioni dettagliate su una o più categorie di prodotti selezionate.

AmiCo

Nel settembre 1998, CDC, ha avviato il canale di distribuzione AmiCo, che utilizza il servizio di *E-commerce B2B*. La formula AmiCo ha permesso a CDC di affiliare alla propria rete di distribuzione 47 rivenditori specializzati nel settore informatico ("Rivenditori AmiCo"), in grado di offrire alla propria clientela un servizio personalizzato e la disponibilità dell'intera gamma dei prodotti distribuiti da CDC.

I Rivenditori AmiCo operano secondo una formula di concessione di vendita "leggera", che consente loro di vendere presso i propri punti vendita sia i prodotti distribuiti da CDC (ordinati attraverso il sistema di *E-commerce B2B* di CDC), che prodotti distribuiti da terzi.

Al 30 aprile 2000, AmiCo vantava una rete di 47 Rivenditori AmiCo.



La seguente figura indica la diffusione dei Rivenditori AmiCo sul territorio italiano.

Rivenditori Amico



La clientela dei Rivenditori AmiCo è costituita prevalentemente dal mercato *consumer*, *SOHO* e *Large-Medium Business* e, in particolare da quei clienti che ricercano un rapporto personalizzato di fornitura di prodotti e servizi.

Presso i Rivenditori AmiCo sono venduti prodotti delle principali case produttrici, nonché *PC desktop* e *small server* prodotti da CDC e distribuiti con il marchio AmiCo.

E-commerce B2C

L'esperienza maturata attraverso l'*E-commerce Business to Business* e l'avanzato sistema logistico e di distribuzione dei prodotti informatici di CDC, hanno consentito a CDC di avviare attraverso la società controllata CD Web S.p.A., sul sito www.computerdiscount.it l'attività di *E-commerce Business to Consumer*.

L'attività di e-commerce B2C è iniziata il 26 aprile 2000, sul sito www.computerdiscount.it, con marchio Computer Discount. L'offerta prevede al momento l'intera gamma di prodotti *hardware* e *software* di Computer Discount (oltre 3.000).

Le offerte presenti sul sito www.computerdiscount.it hanno una rotazione quindicinale. Il cliente può visualizzare una scheda tecnica con foto di ogni prodotto, ne vede la disponibilità in tempo reale e può riempire il proprio carrello virtuale indicando la quantità di ogni articolo che intende acquistare. Per effettuare l'acquisto il cliente deve registrarsi come cliente Computer Discount e può scegliere la modalità della consegna a domicilio o presso uno dei punti vendita Computer Discount. Il pagamento viene effettuato tramite carta di credito grazie ad un accordo con Monte dei Paschi di Siena.

Il rapporto tra CDC e CD Web è regolato da un contratto di franchising stipulato nell'aprile 2000. In base a tale contratto, CD Web ha diritto di commercializzare, esclusivamente via *e-commerce*, i prodotti forniti o selezionati da CDC. La spedizione della merce al consumatore finale sarà effettuata da CDC, in nome e per conto di CD Web.

Nell'aprile 2000, i servizi di gestione tecnica ed operativa delle attività di *e-commerce* di CD Web sono stati affidati da CD Web a Interfree sulla base di un contratto di appalto di servizi. Interfree svolge in nome e per conto di CD Web la programmazione e gestione del sito www.computerdiscount.it, il web design, la gestione degli ordini, delle consegne e dei pagamenti, la gestione amministrativa e contabile, ecc.. Per quanto riguarda le iniziative di marketing e/o promozionali, il contratto prevede che, essendo CD Web affiliata alla rete di vendita di Computer Discount, esse vengano impartite direttamente a CD Web da CDC, salva la possibilità di CD Web di concordare iniziative promozionali congiunte con CDC. Interfree si impegna, inoltre, a promuovere sul proprio Portale www.interfree.it tutti i prodotti e i servizi contraddistinti con il marchio Computer Discount. Quale corrispettivo per i servizi tecnici e operativi, nonché per l'attività promozionale, CD Web si impegna a corrispondere ad Interfree importi calcolati su una percentuale fissa sul totale del fatturato netto realizzato da CD Web attraverso il sito www.computerdiscount.it.

Al fine di creare delle sinergie operative e finanziarie tra la rete di distribuzione dei *franchisee* Computer Discount e l'attività di *e-commerce B2C* svolta da CD Web attraverso il sito www.computerdiscount.it, l'Emittente ha predisposto un patto aggiuntivo al contratto di franchising con i *franchisee* Computer Discount (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.1). In base a tale accordo, i *franchisee* si impegnano a prestare su tutti i prodotti venduti da CD Web tramite commercio elettronico attività di assistenza tecnica *post vendita*. A fronte di tali impegni, CDC riconosce a ciascun *franchisee* una percentuale, a titolo di *royalty*, sui prodotti venduti tramite commercio elettronico nell'area di rispettiva competenza esclusiva di ciascuno o in aree limitrofe non coperte da punti vendita Computer Discount e di volta in volta identificate da CDC. I *franchisee* si impegnano, inoltre, ad effettuare nelle rispettive aree di esclusiva o nelle predette aree limitrofe, consegne a domicilio ai clienti finali che hanno acquistato via commercio elettronico i prodotti di CDC. I *franchisee* sono tenuti a consegnare i prodotti ai clienti finali entro 48 ore dal ricevimento della merce presso i propri punti vendita. A fronte di tale impegno, i *franchisee* riceveranno un corrispettivo fisso per ogni consegna andata a buon fine.

1.2.2 I prodotti distribuiti da CDC - ripartizione del fatturato per categoria di prodotti

CDC opera principalmente in tre segmenti del mercato informatico: *Consumer*, *SOHO*, *Small-Medium Business*. Conseguentemente, l'attività di distribuzione e produzione di CDC è focalizzata sui prodotti (*hardware* e *software*) di *microinformatica*. La gamma di prodotti distribuiti da CDC è composta da circa 3.000 articoli tra cui, a solo titolo indicativo, *personal computer* e *small server* prodotti da CDC o da terzi, *computer* portatili, componenti e accessori (*add-on*) per *personal computer*, *monitor*, stampanti, *scanner*, masterizzatori, lettori CD-ROM e DVD, modem, *software*, programmi applicativi, giochi, etc..

Tutti i prodotti sono continuamente selezionati dai responsabili di prodotto ("*category managers*") e dai responsabili dei canali distributivi ricercando nella composizione del listino il *mix* ottimale per soddisfare le esigenze del mercato.

Come evidenziato nella successiva tabella, nel 1999 i ricavi derivanti dalla vendita di *computer* prodotti da CDC rappresentano la categoria più rilevante (oltre il 23,8%).

Ricavi di CDC per categoria di prodotti nel triennio 1997 - 1999

(milioni di Lire)	31.12.1997		31.12.1998		31.12.1999	
Categorie	Ricavi	%	Ricavi	%	Ricavi	%
PC prodotti da CDC	107.102	19,8%	139.010	23,5%	177.512	23,8%
Componenti per PC	123.770	22,9%	116.975	19,7%	143.101	19,2%
Stampanti e periferiche ^(*)	80.496	14,9%	81.378	13,7%	86.225	11,5%
Portatili	39.335	7,3%	35.652	6,0%	67.838	9,1%
Monitor e terminali	49.349	9,1%	57.955	9,8%	66.738	8,9%
Accessori	45.976	8,5%	46.945	7,9%	59.356	7,9%
Software	41.866	7,7%	49.649	8,4%	52.752	7,1%
Prodotti di consumo ^(**)	28.129	5,2%	37.978	6,4%	51.180	6,9%
Modem - fax	13.475	2,5%	15.989	2,7%	22.599	3,0%
PC di altre marche ^(***)	11.286	2,1%	11.038	1,9%	19.180	2,6%
Totale	540.784	100%	592.569	100%	746.481	100%

(*) La categoria periferiche comprende plotter; tavolette grafiche; scanner, etc.

(**) La categoria prodotti di consumo comprende carta, toner, nastri, floppy disk, etc.

(***) Acer e Compaq.

1.2.3 L'attività di produzione di CDC

Premessa

CDC è il secondo produttore italiano di personal computer, con 136.728 "PC desktop" e "small server" venduti nel 1999. Nel settore "consumer", CDC è il primo produttore italiano, con oltre 110.000 PC desktop venduti nel 1999 ¹⁰. I computer sono prodotti dalla società controllata Micronica S.r.l. e sono distribuiti da CDC prevalentemente con marchi proprietari (DEX, Laris, Compy e Amico).

La seguente tabella indica i computer venduti da CDC nel triennio 1997/1999, i ricavi derivanti da dette vendite e l'incremento percentuale di anno in anno.

Vendite di computer prodotti da CDC nel triennio 1997/1999

	1997	1998	1999	% 97/98	% 98/99
N. computer venduti	81.072	111.033	138.655	37,0%	24,9%
Ricavi delle vendite (Lire/milioni)	107,1	139	177,5	29,8%	27,7%

Attualmente, la produzione di computer è svolta presso la sede di Micronica in Fornacette (PI) in un'area di circa 1.000 mq., mentre i magazzini e il centro distribuzione (di circa 3000 mq.) sono adiacenti, presso la sede di CDC. E' in programma che tutti i reparti produttivi, i magazzini e il centro distribuzione si trasferiscano, nel settembre 2000, presso il nuovo stabilimento di CDC in Pontedera (PI), presso il quale l'area destinata alla produzione sarà di 1.000 mq., oltre a 10.000 mq. di magazzini e logistica.

La capacità produttiva di CDC, attualmente, è di 1.200 unità al giorno; con il trasferimento nel nuovo stabilimento è previsto un incremento della capacità produttiva superiore al 100% (da 1.200 a 2.500 unità al giorno), grazie ad un nuovo processo di automazione delle linee di produzione.

¹⁰ Fonte: Sirmi.

1.2.3.1 I computer prodotti da CDC e andamento del portafoglio ordini

La gamma di computer CDC è in continua evoluzione. CDC, infatti, rinnova la propria gamma di prodotti con cadenza mensile, introducendo nuovi modelli con prestazioni tecniche sempre più avanzate ed è mediamente composta da 15 *personal computer* (“PC desktop”) e da 4 “*small server*” (distribuiti principalmente con i marchi DEX, Compy, AmiCo e Laris).

Grazie alla posizione di *leadership* nella distribuzione di prodotti informatici in Italia e alla collaborazione con i principali produttori e *vendor* internazionali, CDC svolge un ruolo di *tester* dei componenti *hardware* e *software*, con anticipo rispetto all’immissione degli stessi sul mercato. Ciò consente a CDC di sperimentare, produrre e offrire alla propria clientela *computer* dalle alte prestazioni, con immediatezza e in linea con il rapidissimo mutamento tecnologico del mercato.

L’attività di produzione di CDC è realizzata prevalentemente “sul venduto”. La produzione, infatti, è organizzata e automatizzata, sulla base degli ordini ricevuti quotidianamente dai diversi canali di distribuzione, attraverso un avanzatissimo *software* di gestione e produzione. Ciò permette di ottimizzare l’attività produttiva, minimizzando le scorte di magazzino e i rischi obsolescenza dei prodotti: il tempo medio tra il ricevimento dell’ordine dalla rete e il completamento della produzione (“*back order*”) è di un giorno; il tempo medio di consegna al rivenditore è di cinque giorni dalla data dell’ordine. La componentistica utilizzata per la produzione di computer e i computer prodotti da Micronica sono acquistati da CDC e sono detenuti dalla stessa in conto lavorazione.

La domanda di personal computer è caratterizzata da forti fenomeni di stagionalità, con picchi di domanda nel periodo ottobre – gennaio. Per fronteggiare tali picchi, la struttura di CDC è dotata di un’elevata flessibilità produttiva, anche mediante il ricorso al lavoro interinale e di un’organizzazione logistica innovativa.

La Società ritiene che l’organizzazione della propria attività produttiva e la propria organizzazione logistica siano tali da minimizzare i rischi di obsolescenza dei prodotti.

1.2.3.2 Controllo Qualità

Sin dal 1997, il sistema di produzione e assicurazione della qualità è conforme e certificato BS EN ISO 9002. Lo standard di qualità ISO 9002 garantisce un’elevata qualità in tutte le fasi del processo di produzione. Inoltre, nell’aprile 2000, è stata rilasciata da parte di BVQI, l’attestazione di conformità e certificazione allo standard di qualità UNI EN ISO 9001, relativa alla progettazione e sviluppo. Solo le società in grado di fornire i migliori processi di produzione e progettazione sono, infatti, in grado di ottenere entrambe le certificazioni ISO 9002 e ISO 9001.

Ogni *computer* è sottoposto ad una rigorosa procedura di monitoraggio del prodotto, articolata nelle seguenti fasi.

- *Studio del mercato e progettazione.* La progettazione dei prototipi è sviluppata sulla base dei dati di mercato raccolti presso i canali di vendita e delle informazioni ricevute direttamente dai *vendor* e produttori di componentistica *hardware/software* internazionali. L’intero sistema di progettazione di CDC è certificato secondo gli standard di qualità ISO 9001.
- *Test di funzionalità e affidabilità dei prototipi.* I prototipi realizzati sono sottoposti a severi test di funzionalità e affidabilità, anche al fine di determinare il rapporto prezzo/prestazioni e il posizionamento di mercato del prodotto.
- *Accettazione materiali.* In fase di accettazione della componentistica, i tecnici specializzati di CDC verificano la corrispondenza della qualità e delle caratteristiche tecniche dei componenti ricevuti, con quella dei prodotti studiati e testati sui prototipi.
- *Produzione.* L’intero sistema di produzione di CDC è certificato secondo gli standard di qualità ISO 9002.

- *Collaudo.* I *personal computer* e i *server* prodotti da CDC sono sottoposti a severi controlli che verificano che l'*hardware*, il sistema operativo e i programmi applicativi installati sulle macchine siano correttamente installati e funzionanti. Tutte le procedure di collaudo sono effettuate attraverso un *software* dedicato di proprietà esclusiva di CDC.
- *Test out of box.* CDC verifica, mediante controlli quotidiani “a campione”, che i *computer* già imballati e pronti per la spedizione presentino tutte le specifiche indicate nelle distinte tecniche applicate all'esterno degli imballi.
- *Archiviazione e Banca dati.* CDC possiede una banca dati contenente i risultati di tutti i *test* effettuati sui computer prodotti. Ciò permette il completo monitoraggio dei tassi di malfunzionamento e, conseguentemente, di orientare più efficientemente la progettazione e produzione dei nuovi prodotti, nonché l'acquisto dei componenti.

1.2.3.3 Rapporti con i fornitori.

CDC opera con oltre 290 fornitori di *hardware* e *software*, per tali intendendo sia i produttori, che i distributori di prodotti informatici, prevalentemente internazionali. Il mercato dei prodotti informatici è infatti caratterizzato da un'elevata frammentazione merceologica e da un elevato grado di obsolescenza dei prodotti.

CDC ha ripartito la funzione dedicata agli acquisti ed ai rapporti con i fornitori in tre macro-categorie merceologiche, ciascuna diretta da un responsabile. I Responsabili di Categoria hanno un ruolo fondamentale all'interno di CDC. Essi, infatti, svolgono una “funzione verticale”, che va dallo studio e conoscenza del mercato, alla gestione dei rapporti con i fornitori, alla scelta dei prodotti da acquistare e distribuire, alla determinazione del prezzo di vendita, in relazione a ciascun canale, secondo un modello gestionale “a matrice”.

La seguente tabella indica i primi 20 fornitori di CDC nel 1999.

	Fornitore	Totale acquisti (Lire milioni)	%
1-10	Acer, Compaq, Creative Labs, Epson, Hewlett-Packard Italia, Jean, Lasi (Intel), LG Electronics, Microsoft, 3COM		
	Totale primi 10 fornitori	243.115	48,9%
11-20	Asustek, Hewlett-Packard Europe, Canon, Digicom, Matrox, NEC, Philips, Samsung Semiconductor, Sony, Western Digital		
	Totale primi 20 fornitori	329.228	66,2%
	Altri fornitori	167.987	33,8%
	Totale Acquisti	497.215	100%

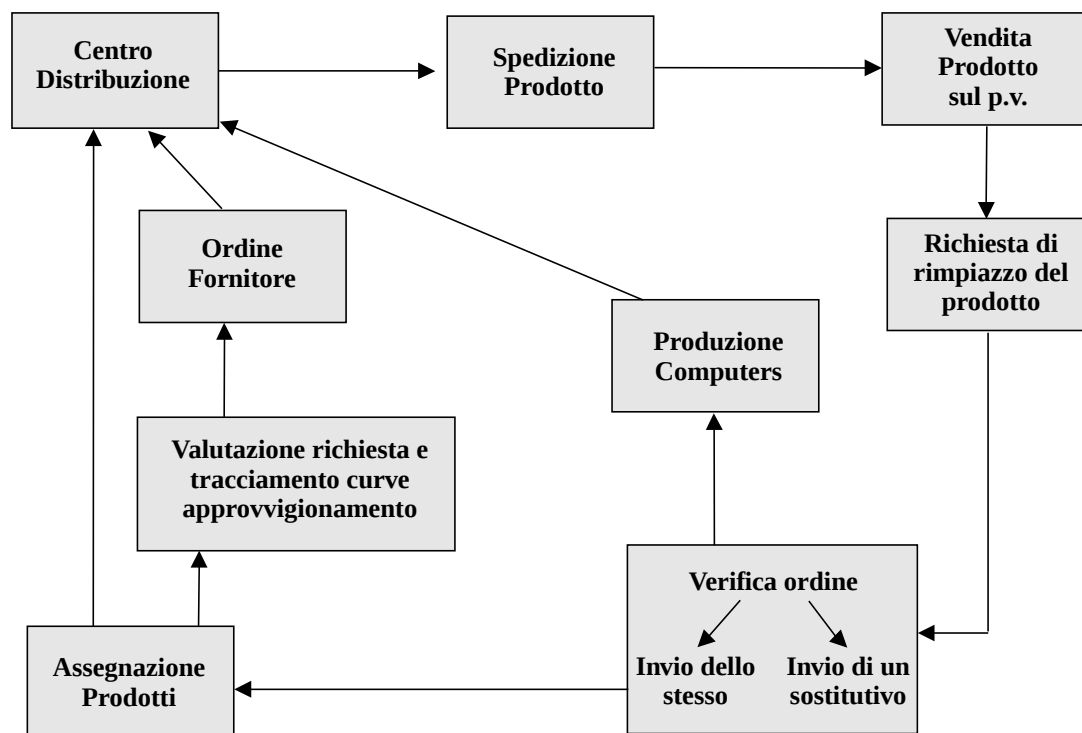
I contratti di CDC con i principali fornitori di *hardware* e *software* prevedono delle clausole di *price protection* e *stock protection*, che, rispettivamente, tutelano la Società nel caso in cui i prezzi di listino dei prodotti registrino delle riduzioni a causa di mutate condizioni di mercato e garantiscono l'immediata sostituzione da parte dei fornitori dei prodotti obsoleti alla immissione nel mercato delle nuove versioni degli stessi. CDC non dipende da alcun fornitore di *hardware* e *software*, poiché la stessa può liberamente approvvigionarsi dei prodotti informatici sul mercato.

Per la gestione dei rapporti e degli ordini con i fornitori e con la rete di distribuzione, i Responsabili di Categoria hanno a disposizione una serie di avanzati sistemi computerizzati di rilevamento, monitoraggio e stima, tra cui, in particolare, un sistema di rilevamento dei prezzi sul mercato al dettaglio, un sistema di monitoraggio degli indici di rotazione del prodotto (vendita, rotazione e marginalità), un sistema di monitoraggio dell'obsolescenza e un sistema di *forecasting* automatico per gli approvvigionamenti collegato con le vendite.

1.2.4 Il sistema logistico di CDC

Il seguente grafico indica il ciclo del prodotto, vale a dire le fasi principali della catena di distribuzione, dalla spedizione del prodotto, alla vendita del prodotto distribuito da CDC presso un punto vendita della rete di distribuzione di CDC, sino al nuovo ordine del prodotto al fornitore o al proprio reparto di produzione.

CICLO DEGLI APPROVVIGIONAMENTI



Alla data del presente Prospetto, CDC gestisce la logistica attraverso due magazzini operativi e due magazzini di stoccaggio. La capacità di movimentazione di CDC, attualmente, è pari a circa 750 colli/ora e i tempi di consegna al punto vendita sono mediamente di 24 ore.

Nel 1998, CDC ha stipulato un contratto con una primaria società internazionale nel settore della produzione di impianti automatici per lo stoccaggio e distribuzione delle merci, per la realizzazione di un nuovo impianto per la gestione delle fasi logistiche nel proprio centro di distribuzione, in grado di migliorare sensibilmente la capacità di stoccaggio e spedizione delle merci. Il nuovo impianto, la cui entrata in fun-

zione è prevista per settembre 2000, situato nel nuovo centro di distribuzione e magazzino in Pontedera, sarà in grado di movimentare 10.000 colli/ora e di consegnare i prodotti ai punti vendita in un tempo medio di 12 ore.

La capacità di movimentazione e i tempi di spedizione del nuovo impianto sono stati concepiti per essere ampiamente superiori agli attuali fabbisogni di CDC, sia per poter far fronte alle esigenze dell'*E-commerce* di CDC, sia per poter offrire a soggetti terzi, che vogliano utilizzare Interfree quale Portale per l'*e-commerce*, avanzati sistemi di logistica. La Società, infatti, ritiene che l'affidabilità e la tempestività delle consegne dei prodotti venduti via Internet siano essenziali per l'offerta di un servizio avanzato di *E-commerce*.

Infine, le spedizioni sono affidate in prevalenza ad uno spedizionere operante sull'intero territorio nazionale, la cui sede è di fronte al nuovo centro di distribuzione e magazzino di CDC in Pontedera.

1.2.5 L'attività di telecomunicazioni di CDC

Operando nel mercato dell'*Information and Communication Technology*, CDC ritiene essenziale la convergenza dell'*Information Technology* con le attività di telecomunicazioni. Lo sviluppo delle telecomunicazioni, infatti, unitamente alla moltiplicazione delle modalità di accesso alla rete e all'integrazione con i prodotti informatici costituiscono gli elementi essenziali per affrontare con successo le sfide della "*new economy*" e, in particolare, l'attività di *E-commerce*.

1.2.5.1 Interfree

Interfree S.p.A. costituita nel luglio 1999 opera nel settore Internet dall'ottobre 1999 e svolge l'attività di *Internet Service Provider (ISP)*. I principali servizi offerti da Interfree sono:

- servizi di connessione gratuita alla rete Internet (*Free ISP*);
- servizi di Portale;
- servizi di *Internet Community*;
- servizi di piattaforma per l'*E-commerce*.

L'attività di Interfree è iniziata nell'ottobre 1999. Al 31 maggio 2000, l'*Internet Community* di Interfree (*Club Interfree*) contava oltre 200.000 utenti registrati, mentre gli utenti complessivi iscritti al servizio di accesso gratuito ad Internet, senza canone di abbonamento, di Interfree (*Interfree Access*) erano oltre 420.000.

L'attività di Interfree è articolata in quattro linee primarie di sviluppo:

- attività ISP per le aziende del gruppo CDC, svolte prevalentemente al fine di ottimizzare i costi tecnici e di struttura delle società del gruppo CDC;
- consolidamento e sviluppo dell'*Internet Community* di Interfree (*Club Interfree*), sia attraverso la realizzazione di servizi ad alto valore aggiunto che caratterizzino fortemente il Portale di indirizzo tecnologico (www.interfree.it) che attraverso lo sviluppo delle attività di *free ISP*. Queste attività sono dirette principalmente ad incrementare la "fidelizzazione" dell'*Internet Community* di Interfree e a sviluppare traffico sul sito Interfree e, conseguentemente, ad incrementare la raccolta di pubblicità;
- sviluppo di prodotti "pacchettizzati" distribuiti attraverso le catene di punti vendita del gruppo, costituiti prevalentemente da servizi on line a pagamento.
- gestione delle attività e-commerce, principalmente per le società del gruppo CDC, e della propria vetrina di prodotti tecnologici.

Attività ISP

Interfree intende sviluppare le attività tradizionali di ISP (*housing*, sviluppo di siti, *etc.*) prevalentemente nell'ambito delle aziende del gruppo CDC. Già oggi gran parte delle attività Internet del gruppo sono gestite da Interfree: i siti www.cdc.it, www.cdcpoint.it, l'e-commerce B2B, il sito www.compy.it, l'e-commerce B2C di Computer Discount sono già in *housing* presso Interfree. Si prevede che entro l'estate tutti i siti attualmente in *housing* da altri provider e quelli delle altre società del gruppo CDC siano trasferiti ad Interfree.

Interfree intende inoltre sviluppare prodotti "pacchettizzati" per l'*hosting* di siti internet e la registrazione di domini Internet, da commercializzare *on line* e tramite la rete distributiva del gruppo CDC.

Il Portale e la Community Interfree ("Club Interfree")

Il Portale di Interfree (www.interfree.it) è attualmente nella fase di transizione dall'iniziale configurazione di tipo generalista a quella di portale verticale dedicato alla tecnologia (informatica, elettronica, foto/video digitale, telefonia, *etc.*). In questa configurazione il Portale già sviluppava, al 31 maggio 2000, oltre 2,3 milioni di *pageviews* settimanali, per un numero di circa 3 milioni di *banner impression* settimanali.

Attraverso il proprio Portale, Interfree intende divenire, da un lato, il punto di riferimento e guida per il grande pubblico interessato ad accedere alle nuove tecnologie ed informarsi sulle novità; dall'altro, Interfree intende porsi quale *opinion leader* e fonte di approfondimento per l'utenza più sofisticata ed esperta. In tale prospettiva, la società ritiene che lo sviluppo del Portale beneficerà dei consolidati rapporti esistenti tra CDC e i principali produttori e sviluppatori di innovazione e tecnologia, tra cui Intel, Microsoft, Philips, Compaq, Sony, *etc.*, e che ciò consentirà ad Interfree un notevole vantaggio competitivo nella raccolta di contenuti, servizi e pubblicità per il proprio Portale.

CDC ritiene inoltre che lo sviluppo del Portale di Interfree consenta delle fortissime sinergie ed un rafforzamento delle attività di CDC, sia nel settore della distribuzione di prodotti informatici che nel settore delle telecomunicazioni.

Il Portale di Interfree (www.interfree.it) offre attualmente i seguenti servizi:

- **Il Motore di Ricerca.** Un potente strumento per ricercare e catalogare l'enorme quantità di informazioni disponibili su Internet. Il motore è dotato di un catalogo tematico per la ricerca per argomento delle informazioni. Il catalogo è in fase di ristrutturazione per divenire il primo catalogo tematico italiano sulla tecnologia. Infatti, le nuove categorie del motore di ricerca riguarderanno esclusivamente i temi del Portale di Interfree. L'attuale motore di ricerca è sviluppato da Ideare e licenziato ad Interfree. La nuova versione del catalogo sarà sviluppata direttamente da Interfree.
- **Pillole tecnologiche.** Un servizio informativo costantemente aggiornato che presenta novità, approfondimenti e commenti relativi al mondo delle tecnologie, realizzato in collaborazione con la società di produzione della trasmissione televisiva T-Time, trasmissione a tema tecnologico/informatico in onda sulla rete televisiva nazionale Odeon TV. Il servizio, attualmente dispone di una sezione novità, una sezione approfondimenti ed un archivio storico e sarà ulteriormente esteso con aggiornamenti quotidiani, un maggior numero di articoli ed informazioni e la partecipazione degli iscritti al Club Interfree, sia in termini di richieste che di contributi al servizio.
- **Informatizzando.** Una rubrica dedicata alle novità ed alle informazioni relative al mondo dei *personal computer*, realizzata grazie ad una partnership con la rivista MC Microcomputer, storica testata italiana di informatica, che prevede la pubblicazione di articoli e informazini relative all'informatica (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.13).
- **Navigati per voi.** La redazione di Interfree seleziona i migliori siti di interesse generale e tecnologico per fornire spunti di navigazione su Internet ed una finestra su ciò che di meglio offre la Rete, con un commento della redazione. La sezione storica costituisce un'ampia sezione di *link* commentati.

- **Interfree Chat.** E' il luogo ideale per scambiare opinioni in tempo reale tra i membri della Community, fare incontri, coltivare amicizie ed imparare confrontandosi con altri utenti. La *chat* di Interfree contava, al 31 maggio 2000, oltre 4.000 presenze giornaliere con un tempo medio di connessione alla *chat* di oltre 20 minuti.
- **News server.** E' disponibile per tutti gli utenti un *News Server* (news.interfree.it). Tramite i *newsgroup* è possibile accedere alle principali aree mondiali e italiane di discussione su argomenti specializzati o generali e corrispondere con la comunità Internet, direttamente via Web o tramite programmi dedicati.
- **Programmi TV.** Il servizio *Interfree Zapping* consente di consultare, tramite un semplice telecomando, i principali palinsesti televisivi, con la possibilità di effettuare ricerche mirate per tipologia di programma (film, sport, attualità, telegiornali, etc.), fascia oraria, o parole chiave.
- **Notizie in tempo reale.** Mostra nella *home page* i titoli delle principali notizie, che rinviano a pagine interne in cui sono descritte in modo più estensivo. Grazie ad un accordo con l'agenzia ANSA, gli utenti possono essere sempre informati sui principali avvenimenti di politica, economia, cronaca, sport, società e costume, in Italia e nel mondo. Anche per questo servizio sono in corso di definizione nuovi accordi con ANSA che permetteranno di specializzare il servizio sulle tematiche del Portale.
- **Altri servizi.** Un'ampia gamma di servizi di utilità generale, tra cui le informazioni meteorologiche in Italia e all'estero, il glossario di Internet e Informatica, gli oroscopi, etc.

Per la ulteriore "verticalizzazione" del Portale e quindi per aumentare il grado di specializzazione delle informazioni, sono in preparazione nuovi servizi tra cui:

- **Software "Try and Buy".** Il servizio è in fase di avanzata realizzazione, e consiste nella realizzazione di un'area dedicata a chi desidera scaricare via internet (*download*), gratuitamente il *software* dei principali sviluppatori internazionali (tra cui Microsoft, Symantec, Corel, Autodesk, Network Solutions), anche nelle versioni italiane. I programmi scaricati gratuitamente dal Portale Interfree consentiranno il pieno utilizzo degli stessi per tutto il periodo di prova (generalmente di 30/90 giorni). Grazie agli accordi con i principali sviluppatori di software internazionali, è previsto che per un'ampia gamma di prodotti, sia possibile effettuare direttamente dal Portale Interfree l'acquisto *on-line* delle licenze d'uso per l'estensione del pieno funzionamento dei programmi dopo il periodo di prova.
- **Abbonamenti a riviste specializzate.** Gli utenti del Portale Interfree potranno abbonarsi *on line* a riviste specializzate italiane ed estere dedicate alle nuove tecnologie. Saranno riportati sul Portale di Interfree le copertine delle riviste e articoli selezionati e gli abbonamenti sanno offerti a condizioni promozionali.
- **Le guide all'acquisto.** Saranno realizzate guide tematiche alla scelta ed all'acquisto dei prodotti di informatica, fotografia digitale, audio e video digitali, telefonia ed elettronica di consumo. Le guide permetteranno di valutare e confrontare prodotti, selezionandoli per tipologia, necessità di utilizzo, marca e caratteristiche, per consentire agli utenti meno esperti di confrontarsi con dati e informazioni comparabili e di semplice comprensione. Gli utenti più sofisticati ed esperti troveranno inoltre i riferimenti relativi alle caratteristiche tecniche dettagliate e la descrizione delle funzioni più avanzate. Al termine del processo di selezione e confronto sarà possibile effettuare l'acquisto *on-line* o avere informazioni sui dati dei rivenditori presso cui i prodotti sono reperibili.
- **Guida al "Service".** Una guida ai servizi, alle condizioni ed ai centri di assistenza dei principali produttori di prodotti a contenuto tecnologico. Sarà possibile ricercare i centri di assistenza per marca, tipologia di prodotto ed area geografica.
- **Corsi di formazione e approfondimento on line.** Per gli utenti che desiderino avvicinare o approfondire temi riguardanti le nuove tecnologie saranno disponibili corsi *on-line*. I corsi, realizzati grazie ad accordi con produttori ed aziende specializzate in formazione telematica, saranno gratuiti per i livelli di ingresso ed a pagamento per i livelli superiori.
- **Assistenza on-line.** Un servizio di assistenza svolto interamente *on-line*, utilizzando sia e-mail che *chat* in tempo reale. Il servizio sarà gratuito per il livello base, con una ampia sezione relativa alle domande

piu' frequenti (F.A.Q. — *Frequently Asked Questions*) disponibile agli utenti, ed a pagamento, con tariffe competitive, per chi necessiti di un livello di servizio più elevato.

Oltre ai suddetti servizi di Portale, Interfree offre sul proprio sito, ai membri della propria “comunità virtuale” (Club Interfree), servizi di *Internet Community*. Il Club Interfree, al 31 maggio 2000, contava oltre 200.000 iscritti. La procedura di registrazione al *Club Interfree* è semplice, guidata, totalmente gratuita (grazie al numero verde), senza necessità di inviare fax o raccomandate, richiede mediamente meno di 3 minuti, ed è subito operativa.

Tutti gli iscritti al Club Interfree possono utilizzare i seguenti servizi:

- **E-mail personalizzata e Web Mail.** Servizio di posta elettronica, con assegnazione di un indirizzo E-mail personalizzato e un avanzato servizio di Web mail per gestire la posta elettronica direttamente con il browser, senza necessità di programmi dedicati e senza limiti di spazio. Al 31 maggio 2000 sulle oltre 200.000 caselle di e-mail abilitate si contavano oltre 15.000 accessi giornalieri al servizio.
- **Hosting** gratuito. Servizio di *hosting* (spazio web) di 50 Megabytes, per la creazione di una propria *home page*. La creazione della *home page* su Interfree può essere effettuata tramite una semplice procedura guidata, che non richiede conoscenze specialistiche, ovvero, per gli utenti più esperti, mediante il protocollo di trasferimento dati FTP (*File Transfer Protocol*). Al 31 maggio 2000 le oltre 200.000 aree di *hosting* gratuito attive generavano un traffico di oltre 100.000 pagine visitate al giorno.
- **Gioca la tua schedina.** Servizio che permette lo sviluppo di sistemi ridotti per giochi a schedina (attivo Superenalotto, in attivazione Totogol, Totocalcio ed altri in seguito). Gli utenti della *Community* possono scaricare gratuitamente un programma che permette la stampa delle schedine sul proprio PC.

Sono inoltre in fase di preparazione anche nuovi servizi riservati agli utenti del “Club Interfree”, tra cui:

- **InterPortal.** Un programma che può essere scaricato gratuitamente dagli iscritti al Club Interfree. Interportal permetterà di disporre in una barra di controllo sul *desktop* del proprio PC, dalla quale richiamare direttamente i servizi preferiti del Portale e della *community* di Interfree, indipendentemente dalla pagina Internet su cui si è posizionati. Interportal contribuirà all’aumento dell’introito pubblicitario tramite *banner* (presenti a rotazione) che hanno alta visibilità e permanenza sul *desktop* degli utenti.
- **InterPlanner.** Permette di memorizzare su Internet la propria agenda di appuntamenti e la propria rubrica telefonica, rendendone possibile consultazione e modifica da ogni PC connesso ad Internet.
- **InterTransfer.** Consente di trasferire file tra utenti senza utilizzare l’e-mail e quindi senza i vincoli di dimensione che hanno molti *mail server*. Tramite InterTransfer sarà possibile depositare un *file* su un *server* in modo semplice ed intuitivo, notificare automaticamente il/i destinatari dell’avvenuto deposito, e ne permetterà il prelievo soltanto a chi disponga della necessaria *password* di accesso.

Il servizio di Free ISP (“Interfree Access”)

Interfree offre un servizio di accesso ad Internet, senza canone di abbonamento, sia ai membri della propria *Internet Community* (Club Interfree), che ai i membri di altre *Internet communities*.

A tal fine, Interfree ha sviluppato il programma *Interfree Access* che permette la registrazione e l’attivazione immediata della connettività al momento dell’iscrizione al servizio. Gli accordi di utilizzo da parte di terzi di Interfree Access prevedono che gli utenti delle altre *community* che si avvalgono della piattaforma *Interfree Access* possano fornire informazioni che ne consentano la “profilazione” in base all’anagrafica ed agli interessi e, nel rispetto della normativa sulla tutela delle informazioni personali, siano contattabili da Interfree per l’offerta di prodotti e servizi, anche di terzi.

In particolare, *Interfree Access* è attualmente utilizzato – oltre che dalla *Internet Community* di Interfree (*Club Interfree*) - dalle *community* “Supereva” di Dada S.p.A. e Monrif Net di Monrif S.p.A. La Società intende offrire i servizi di accesso ad *Internet* senza abbonamento, mediante piattaforma *Interfree Access*, anche ad ulteriori *Internet Communities*. (cfr. il successivo paragrafo “Sviluppo dell’utenza di Interfree”).

La seguente tabella indica le principali grandezze di Interfree al 31 maggio 2000.

N. abbonati complessivi al servizio Interfree Access	423.384
• di cui abbonati al “Club Interfree”	203.168 (*)
Minuti complessivi di connessione nel mese di Maggio	70.260.516
N. POP in Italia	813

(*) La differenza tra il numero complessivo di abbonati e gli abbonati al Club Interfree è relativa agli abbonati Interfree Access provenienti da “Super Eva” e “Monrif Net”.

Attualmente, Interfree SpA utilizza per l’accesso ad Internet dei propri utenti una rete di oltre 810 POP dislocati sull’intero territorio nazionale. Attraverso le reti pubbliche di raccolta di Infostrada (Access), di Telecom Italia (Arcipelago) e di Albacom (Albavia), gli abbonati di Interfree possono contare su una rete di accesso estremamente capillare.

I contratti di affitto delle porte di accesso con Infostrada e Telecom Italia, di durata annuale, sono stati inizialmente stipulati da Dada S.p.A. (cfr. il successivo paragrafo “Accordo di start up per l’avvio delle attività”) per conto di Interfree e successivamente trasferiti e intestati ad Interfree a partire dal 15 giugno 2000, mentre il contratto con Albacom è stato stipulato direttamente da Interfree.

Attualmente, sulle predette reti sono riservate ad Interfree oltre 4.500 porte (modem ISDN e V90). Le porte non hanno distribuzione geografica statica ma, vengono allocate dinamicamente secondo le richieste di ogni area locale; il numero di porte viene costantemente adeguato al numero di utenti Interfree per evitare che gli utenti possano trovare le linee occupate.

Prodotti “pacchettizzati” di Interfree

Interfree intende realizzare prodotti “pacchettizzati” che saranno offerti al pubblico *on line* e nei punti vendita della rete di distribuzione del gruppo CDC. I prodotti saranno prevalentemente collegati a servizi del Portale Interfree, nelle aree di *application server*, *commodity*, *utility* e formazione.

Sono già in preparazione i seguenti prodotti, alcuni dei quali saranno in vendita a partire dalla fine del mese di giugno:

Interplanner SMS: permette di farsi inviare dal *server* Interfree un SMS (messaggio di testo) sul proprio telefono cellulare GSM per ricordare un appuntamento o un impegno.

Interplanner Professional: Permette, ai professionisti che lavorano su appuntamento, di gestire la propria agenda “localmente” e, connettendosi periodicamente ad Internet, sincronizzarla con quella in rete, consultabile anche via WEB. Inoltre rende possibile associare ad ogni appuntamento il numero del telefono cellulare GSM del cliente cui inviare un SMS per ricordare un appuntamento.

Interfree Banner: E’ un pacchetto che contiene gli strumenti di base per la realizzazione di un banner pubblicitario e di acquistare, in diversi tagli, dei “*banner impression*” sul Portale Interfree.

WEB Hosting: Consente di effettuare l’hosting su Interfree di un sito anche commerciale. Lo spazio offerto è di 100 MB. E’ compresa la registrazione del dominio e la gestione del mail server.

La vendita di pubblicità su Internet

La società ha rilevato che lo sviluppo del Portale verticale di Interfree, i nuovi servizi e l'ampliamento degli iscritti alla *Internet Community* è stato accompagnato da un costante incremento della frequentazione del sito, vuoi da parte degli iscritti al Club Interfree che di altri utenti. La società ritiene ragionevole attendersi che l'incremento del traffico sul Portale Interfree possa aumentare ancora nel futuro, anche per effetto dei nuovi servizi che Interfree intende proporre al pubblico. A giudizio della società, l'aumento del traffico, unitamente alla tipologia e alle tecniche di distribuzione dei servizi di Interfree, offrirà ottime opportunità per la vendita di pubblicità su Internet.

Vendita di banner. Il Portale Interfree, e i siti gestiti da quest'ultima, generano un elevato numero di *banner* pubblicitari. Nella vendita di tali *banner*, la società ritiene di avere un vantaggio competitivo rispetto ad altri portali, grazie alla vendita "pacchettizzata" al pubblico, tramite la rete di distribuzione del gruppo CDC (in specie tramite i Cash & Carry) e alla vendita diretta ai produttori di tecnologie con cui il gruppo CDC è già in relazione (e che risultano tra i maggiori acquirenti di pubblicità Internet).

Vendita di pubblicità legata ai servizi. I servizi di Interfree si prestano anche alla vendita di forme pubblicitarie diverse dai banner: ad esempio nel caso delle guide all'acquisto, è possibile proporre a pagamento l'evidenziazione della presenza tra i rivenditori suggeriti oppure box redazionali, o ancora l'evidenziazione di prodotti.

Mailing List. Interfree dispone di una *mailing list* degli iscritti al Club Interfree o che utilizzano il servizio di connessione gratuita Interfree Access. I servizi e il commercio on-line forniscono ulteriori informazioni aggiuntive, soprattutto per quanto concerne le preferenze e gli interessi dell'utenza (c.d. "profilazione"). Fermo restando il rispetto della normativa applicabile al trattamento dei dati personali e della *privacy* — che secondo Interfree deve essere tutelata al massimo grado, specialmente da parte delle aziende che operano su Internet — Interfree è in grado di gestire ed offrire servizi di *e-mailing*, sia generalizzati che mirati su segmenti specifici di utenza.

Attività di E-Commerce Business to Consumer di Interfree

Interfree ha realizzato la piattaforma *E-commerce B2C* utilizzata da CD Web S.r.l., società del gruppo CDC, per la gestione dell'*E-commerce* sul sito www.computerdiscount.it. Interfree gestisce, inoltre, per conto di CD Web tutti gli aspetti operativi riguardanti l'attività di *E-commerce*, ad eccezione della gestione contabile e logistica (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1.4).

Interfree intende offrire al pubblico servizi di *E-commerce*, utilizzando la propria piattaforma, per l'offerta in un unico spazio commerciale virtuale di prodotti di interesse per gli utenti del Portale *Interfree*. A questo scopo è in fase di sviluppo un nuovo sistema di *E-commerce* proprietario che svilupperà, oltre a tutte le moderne tecniche di *E-commerce* — quale la proposta di articoli in base ai precedenti acquisti del cliente — anche gli aspetti relativi al rapporto tra utente ed articoli da acquistare, utilizzando tecniche visuali tridimensionali 3D, anche grazie a programmi dedicati di acquisizione e gestione grafica di cui il gruppo è proprietario. Questo servizio sarà integrato con il servizio di guide all'acquisto di Interfree, in modo da permettere, una volta selezionati i prodotti, di acquistarli direttamente od avere informazioni sui rivenditori presso cui acquistare il prodotto.

Interfree intende sviluppare anche la vendita di servizi *on line* a pagamento, iniziando con il servizio *try and buy*, l'assistenza on-line ed i corsi di formazione, e successivamente, con lo sviluppo della rete di telecomunicazioni di Policom, con servizi integrati tra telefonia ed Internet come, ad esempio, il servizio di *band on demand* (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.5.2).

Sviluppo dell'utenza di Interfree

Interfree ritiene di poter incrementare la propria base clienti agendo su una pluralità di fattori e di leve di *marketing*:

- Lo sviluppo dei servizi e dei contenuti del Portale attrae un numero sempre crescente di utenti interessati ad utilizzare la gamma dei servizi di community e l'accesso gratuito ad Internet, mediante *Interfree Access*. Questi utenti provvedono alla registrazione on-line direttamente sul portale.
- Interfree ha avviato una campagna pubblicitaria e promozionale sui principali media nazionali (televisione, quotidiani, riviste specializzate, campagne banner etc.). E' prevista la prosecuzione e il rinnovo della campagna pubblicitaria e promozionale, anche a supporto e rafforzamento dell'annuncio dei nuovi servizi.
- La rete di distribuzione di CDC, composta da oltre 350 punti vendita in tutto il territorio nazionale, può considerarsi un importante "volano" per la diffusione e promozione dei servizi di Interfree. Oltre alla distribuzione di cd-rom con il software *Interfree Access* per l'accesso gratuito ad Internet e al Club Interfree, è possibile la registrazione dei nuovi utenti, direttamente nei punti vendita della rete di distribuzione di CDC, presso i quali la società ha stimato un'affluenza di 3.500.000 di visitatori per il solo canale Computer Discount (180 punti vendita).
- Sono stati stipulati accordi commerciali che prevedono che il *software* per la registrazione al *Club Interfree* sia preinstallato su tutti i computer prodotti e distribuiti da CDC, nonché — a partire da luglio 2000 — su tutti i *personal computer* della gamma *consumer* distribuiti in Italia dalla Compaq. Inoltre, il CD-ROM omaggio contenente il *software* per la registrazione al *Club Interfree* è incluso nelle confezioni di tutti i modem Digicom distribuiti in Italia (circa 400.000/anno) ed è distribuito gratuitamente al pubblico presso tutti i punti vendita della rete di distribuzione di CDC. Infine, per chi già dispone dell'accesso ad Internet, la registrazione al *Club Interfree* può essere fatta *on-line*, tramite il *Portale Interfree*.
- Interfree svilupperà altri accordi come Free ISP per la fornitura del servizio di accesso ad Internet per *communities* di altri *provider*, a condizione che tutti gli utenti registrati al servizio di accesso, come già avviene oggi, siano contattabili per la promozione di beni e servizi.

Accordo di start up per l'avvio delle attività

Attualmente, dal 15 giugno 2000, tutti i servizi di Interfree sono svolti presso la propria "server farm" in Fornacette, Pisa.

Nel settembre 1999, al fine di accelerare lo *start-up* delle attività, Interfree ha stipulato un accordo con Dada S.p.A. ("Dada"), che ha una partecipazione del 10% in Interfree (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.7), successivamente precisato nel marzo 2000 ("Accordo di Start Up"), che prevedeva, tra l'altro, l'affidamento in *outsourcing*, fino al 30 giugno 2000, di alcuni servizi tecnici, tra cui l'*housing* della maggior parte dei *server* di Interfree e la stipula dei contratti con gli operatori di telefonia che mettono in contatto gli utenti con i *server* che smistano i pacchetti di dati su Internet (*servizio carrier*). Come detto, tutti i servizi attualmente svolti per il tramite di Dada sono stati trasferiti ad Interfree con effetto dal 15 giugno 2000.

In base all'accordo di *start up*, Interfree riconosce a Dada il *c.d.reverse charge* corrisposto dai proprietari delle reti nazionali agli ISP, sul solo traffico in transito sulla rete di Interfree generato dai clienti di Interfree procurati da Dada.

L'accordo di *start up* prevede l'impegno di Dada di prestare servizi di accesso gratuito ad Internet esclusivamente per il tramite di Interfree e l'impegno di CDC di promuovere i prodotti di accesso ad Internet non gratuito di Dada attraverso la propria organizzazione di vendita. L'accordo con Dada prevede altresì che qualora Dada, anche per il tramite di società controllate, in violazione di tale impegno di esclusiva, offra o promuova servizi di connessione gratuita ad Internet tramite operatori diversi da Interfree, Dada sia tenuta a trasferire a CDC le azioni possedute dalla stessa in Interfree, al valore nominale, nonché a corrispondere ad Interfree una penale in danaro.

L'accordo con Dada ha durata di tre anni a partire dal 15 marzo 2000, decorsi i quali, le parti negozieranno in buona fede il rinnovo. In caso di mancato rinnovo, è previsto che Dada e CDC negozino in buona fede la cessione a CDC della partecipazione posseduta da Dada in Interfree, ad un prezzo convenuto tra le parti o determinato da un esperto indipendente. Per tutta la durata dell'accordo, ovvero fino alla data dell'even-

tuale quotazione in borsa di Interfree, Dada si è impegnata a non trasferire a terzi le azioni possedute in Interfree, salvo il preventivo consenso di CDC.

L'accordo con Dada prevede, inoltre, che tutti gli utenti delle community di Dada che utilizzino il servizio di accesso gratuito *Interfree Access* sottoscrivano un contratto con Interfree che regola le condizioni di accesso all'Internet gratuito e consente a Interfree di contattare gli utenti per la promozione dei suoi prodotti e servizi, nonché dei prodotti o servizi di CDC o terzi, nel rispetto di quanto stabilito dalla legge 31 dicembre 1996, n. 675 sulla tutela dei dati personali. L'accordo prevede, infine, che Interfree inserisca nella procedura di registrazione ai propri servizi un contratto di affiliazione ad un servizio che consenta a Dada di contattare il cliente, ove quest'ultimo, a sua insindacabile scelta decida di avvalersi del servizio di Dada, sempre nel rispetto della normativa sulla tutela dei dati personali, per la promozione dei propri prodotti e servizi.

1.2.5.2. Policom

Nell'ambito del gruppo CDC, le attività di telecomunicazioni sono svolte dalla società Policom S.p.A., controllata da CDC al 60%.

Policom intende posizionarsi come azienda innovativa per l'offerta al pubblico di servizi a valore aggiunto. In particolare, Policom intende rivolgersi a due segmenti principali del mercato delle telecomunicazioni:

- il mercato *consumer*, che Policom ritiene di poter conquistare tramite la rete distributiva del gruppo CDC e Interfree
- il mercato *Soho* e *small business*, rappresentato in prevalenza dalle *software house* e dai rivenditori che già operano con il gruppo CDC, che da piccole e medie imprese clienti dei punti vendita CDC e dalla rete di rivenditori e *software house* clienti (rete indiretta);

La missione è quella di fornire al mondo *consumer* e allo *small business* servizi di comunicazione ad alto contenuto di innovazione e di semplice utilizzo.

Grazie all'appartenenza al gruppo CDC, Policom ritiene di poter beneficiare di un notevole vantaggio competitivo, potendo presidiare tutte le componenti della catena del valore (fornitura dell'hardware e prodotti di telefonia, rete di telecomunicazioni, servizi di fonia e dati, Internet, assistenza post-vendita mediante la radicata presenza di punti vendita sul territorio) a disposizione del cliente presso un unico punto di vendita ed assistenza. In particolare, data la caratteristica della multicanalità della rete distributiva di CDC (cfr. il precedente Paragrafo 1.2.1), Policom intende prestare un'offerta integrata di prodotti, servizi e assistenza, con un "packaging" coerente e personalizzato per ciascun canale distributivo.

Nell'ottobre 1999, CDC S.p.A. ha ottenuto la *licenza per l'installazione di una rete di telecomunicazioni allo scopo di prestare il servizio di telefonia vocale* ("Licenza Unica"), di durata di quindici anni rinnovabile ed ha avviato un programma per la realizzazione di una propria rete di telecomunicazioni. Nel maggio 2000, CDC S.p.A. ha ceduto alla Policom S.p.A., il ramo d'azienda delle telecomunicazioni, così trasferendo alla cessionaria tutti i rapporti in essere, tra cui la Licenza Unica, i contratti di interconnessione con Telecom Italia e i contratti per la fornitura delle centrali. Il ramo d'azienda è stato ceduto a Policom per Lire 764.300.000, pari ai costi sostenuti da CDC S.p.A. alla data della cessione.

L'avvio dell'operatività dei servizi è prevista entro il settembre 2000. Il prefisso telefonico di Policom per la telefonia in *carrier selection* è "1085". Policom ha, inoltre, richiesto l'assegnazione di un arco di numerazione pari a 10.000 numeri per ognuna delle 696 aree locali. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha già assegnato a Policom la numerazione in 662 aree e sono in corso di assegnazione 200 nuovi numeri verdi.

La rete di telecomunicazione di Policom

In base al programma avviato nell'ottobre 1999, Policom prevede di installare, entro il primo quadrimestre 2001, 24 centrali pubbliche per l'offerta di servizi integrati voce e dati sull'intero territorio nazionale, 6 delle quali entro agosto 2000, altre 10 entro ottobre 2000 e le ulteriori 8 entro il primo quadrimestre del 2001.

Il test di interconnessione, necessario per verificare la funzionalità delle centrali con la rete pubblica nazionale di Telecom Italia, si è svolto con esito positivo nel marzo 2000. Sempre nel marzo 2000 è stato effettuato l'ordine di acquisto delle prime sedici centrali, che saranno fornite dalla Ericsson. Nell'aprile 2000 sono stati firmati con Telecom Italia i contratti per l'interconnessione diretta e inversa.

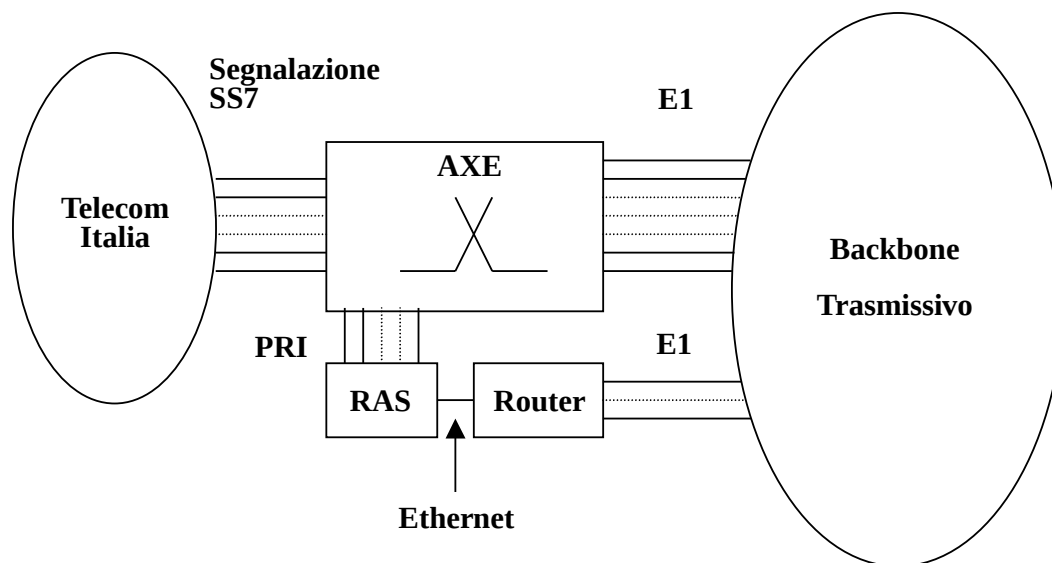
Ciascuna delle 24 centrali pubbliche sarà situata in una delle "Aree Gateway" primarie, che consentiranno la raccolta e la terminazione via singolo SGT e la raccolta Internet *dial-up* su tutto il territorio nazionale. Dette centrali saranno tra loro interconnesse tramite una rete trasmissiva inizialmente basata su circuiti affittati da altri proprietari di reti di comunicazione. L'architettura di rete prevede un punto di raccolta e transito nelle centrali di Roma e Milano e nelle rimanenti 22 centrali la sola funzione di raccolta.

E' previsto che la rete di telecomunicazioni di Policom sostituirà progressivamente le reti di raccolta di altri operatori, attualmente utilizzate da Interfree per il servizio *dial up*. Pertanto, le chiamate – da ogni comune d'Italia — saranno raccolte attraverso le centrali pubbliche di Policom e quindi instradate alla "Server Farm" di Interfree in Fornacette (PI) e Milano. Presso le centrali di Policom è prevista l'installazione di oltre 17.000 porte modem (ISDN e V90).

La rete di Policom sarà basata su centrali Ericsson AXE 10 di ultima generazione ("Traslocal 4") corredate di sistema di gestione centralizzato "XMATE". Tale tecnologia è integrata con i "Remote Access Server" (RAS), la "Intelligent Network" e con i "Router" IP.

Il traffico Internet *dial-up* raccolto tramite l'interconnessione alla rete pubblica di Telecom Italia delle centrali AXE Ericsson sarà distribuito ai RAS. Il traffico telefonico sarà convertito in protocollo IP, instradato su un *backbone IP* e trasportato dalle centrali fino alla *server farm* di Interfree e agli altri punti di interconnessione con Internet.

La seguente figura indica schematicamente la struttura tipica prevista per i nodi della nuova rete di Policom.



La realizzazione della nuova rete di comunicazione prevede un investimento complessivo di circa 45 miliardi di Lire nel triennio 2000/2002 (cfr. Capitolo 5, Paragrafo 5.2).

Policom ritiene elemento fondamentale della propria strategia di crescita lo sviluppo di una rete di telecomunicazioni proprietaria che permetta di gestire e garantire la qualità del servizio e, in linea con le esigenze del mercato, dia la possibilità di promuovere lo sviluppo di nuovi servizi. La rete di telecomunicazioni è stata pertanto concepita e progettata in modo da avere caratteristiche di flessibilità, affidabilità ed espandibilità. Policom pertanto prevede di ampliare la struttura di 24 centrali con ulteriori punti di presenza e con il potenziamento dell'infrastruttura trasmissiva. In particolare, Policom intende estendere la rete prevalentemente nei distretti industriali nazionali, al fine di avvicinarsi alle piccole e medie imprese, alla quali fornire servizi a valore aggiunto e connettività a larga banda. Parallelamente, Policom intende sviluppare il *backbone* trasmissivo, al fine di disporre di un'elevata capacità di banda, attraverso accordi con *carrier* nazionali e locali e, su alcune direttrici, mediante posa di fibre ottiche di proprietà.

Per le ulteriori espansioni della rete, Policom intende utilizzare le tecnologie più evolute per realizzare una sempre maggiore integrazione tra servizi di fonia e dati. Una particolare attenzione verrà infatti rivolta alla tecnologia di *voice over IP* che si sta consolidando e presto consentirà una qualità del servizio adeguata alle esigenze della clientela.

I servizi di telecomunicazione di Policom

Nel primo periodo di attività, previsto fino al dicembre 2000, Policom prevede di offrire:

- servizi di raccolta Internet *dial-up* V90 ed ISDN per Interfree ed altri Internet *service provider*;
- servizi voce, tramite carte prepagate. Quest'ultime consentiranno agli utenti di effettuare chiamate sia dalla propria abitazione, tramite il *Call Line Identifier* – CLI, che da qualsiasi altra sede, tramite il PIN della stessa scheda telefonica. Le schede prepagate ricaricabili saranno distribuite *on line*, anche tramite il sito Interfree, nonché dalla struttura *retail* di distribuzione del gruppo CDC. La ricarica potrà esser fatta telefonicamente grazie ad appositi *call center*, via Internet, o tramite scheda di ricarica acquistabile presso i negozi convenzionati;

- servizi voce e dati, con fatturazione tradizionale e *on-line*, per talune categorie di clienti che operano con il gruppo CDC.

Successivamente, a partire dal gennaio 2001, Policom prevede di ampliare la gamma dei servizi offerti, differenziando gli stessi in funzione dei principali segmenti di mercato di riferimento (vale a dire il mercato *consumer* e *small business*), come di seguito indicato.

Servizi per il mercato *consumer*

Integrazione fonia e Internet – Tale servizio consentirà al cliente di scegliere diverse configurazioni del servizio di telefonia vocale ed Internet, secondo le proprie necessità e il proprio profilo di consumo. Sarà infatti possibile modulare (a) il servizio base di fonia (chiamate urbane, regionali, nazionali, internazionali, fisso/mobile); (b) il servizio di accesso ad Internet, senza canone di abbonamento per il servizio Internet, con il pagamento del solo traffico telefonico, (c) il servizio integrato Internet e telefonia a canone fisso (senza limiti di tempo). E' inoltre prevista, in linea con l'evoluzione delle tecnologie, la fornitura dell'accesso al servizio di fonia mentre si è collegati ad Internet.

Servizi internet avanzati - L'offerta prevede un accesso ad Internet ad alta velocità, con possibilità di pagamento con canone fisso o a richiesta (c.d. "*band width-on-demand*").

Sistemi di pagamento integrati – E' prevista la creazione di una carta elettronica che integra i servizi della carta telefonica e della carta di debito, che consentirà al titolare di addebitare sul proprio conto corrente bancario i servizi di fonia e dati offerti da Policom nonché i servizi a pagamento offerti da Interfree, tra cui l'e-commerce, e dalle altre società del gruppo CDC.

Billing on-line – Tale servizio consentirà alla clientela di verificare in tempo reale, su piattaforma Internet, la situazione aggiornata dei propri costi e consumi, con la possibilità di accedere ad un servizio di analisi del proprio profilo di consumo e spesa.

"Bundling" di prodotti servizi presso il network CDC - Grazie alla rete distributiva del gruppo CDC, all'avanzato sistema di logistica e alla capacità del gruppo CDC di acquistare prodotti tecnologici direttamente sui mercati internazionali, Policom ritiene di poter offrire presso i punti vendita del gruppo CDC pacchetti di prodotti e servizi ad alto valore per il cliente con formule particolarmente competitive. Questa offerta favorirà una forte fidelizzazione del cliente, che potrà trovare presso un unico fornitore una soluzione completa per tutte le sue necessità nei servizi tecnologici (dal telefono, al modem, al *computer*, ai servizi di fonia e Internet, all'assistenza tecnica, ai servizi post-vendita).

Servizi per il mercato *small business*

Integrazione fonia e Internet - Policom intende offrire alla propria clientela *small business* servizi di fonia tradizionali, e servizi di connettività secondo le esigenze personalizzate, sia in termini di velocità di trasmissione che di linee di accesso. Sarà inoltre possibile configurare il servizio combinando diverse tipologie di canoni e di tariffe offrendo al cliente, a parità di livello di spesa, prestazioni sempre superiori. Tale servizio potrà includere la fornitura, l'installazione e l'assistenza di *server* per servizi di telecomunicazioni, direttamente presso le aziende.

Servizi di fonia a valore aggiunto e call center in franchising- Policom ritiene che nel mercato *small business* vi sarà una sempre maggiore richiesta, da parte delle piccole e medie imprese, di servizi di assistenza alla clientela (*customer care*), *E-commerce* e altri servizi continuativi di vendita e post vendita. A tal fine, in collaborazione con le *software house* operanti con il gruppo CDC, che, a loro volta, intrattengono una consolidata rete di rapporti con le piccole e medie imprese, Policom intende offrire a quest'ultime, mediante la formula del *franchising*, servizi integrati di numeri verdi, *call center* e *web call center*. Il progetto, in particolare, prevede la creazione di una rete di *call center* in *franchising*, che potrà beneficiare del notevole *know-how* del gruppo CDC nella formula del *franchising* e dell'esistenza di una clientela fidelizzata di *software house*.

Servizi dati a valore aggiunto - Policom intende offrire i seguenti servizi a valore aggiunto:

- circuiti diretti numerici per le aziende con alti livelli di traffico tra le proprie sedi;
- reti private virtuali per esigenze *intranet* ed *extranet*, in particolare presso i distretti industriali serviti dalla rete Policom;
- banda Internet per le aziende che necessitano di alta capacità trasmissiva solo in particolari momenti della giornata.
- servizi integrati di telefonia, *housing* e *hosting*; attraverso la piattaforma Internet di Interfree e la sua *server farm*, Policom e Interfree intendono offrire alla propria clientela servizi integrati di telefonia, *housing* e *hosting* per la gestione dei siti internet e delle telecomunicazioni aziendali.

“Bundling” di prodotti e servizi - Così come per i clienti consumer, grazie alle sinergie con CDC, Policom intende offrire alle piccole e medie aziende, per il tramite della rete distributiva del gruppo CDC, una serie di pacchetti integrati di prodotti, servizi telefonici e assistenza. Prodotti di informatica e di telecomunicazioni che prevedono la pre-installazione degli accessi alla rete e ai servizi Policom consentiranno al cliente di ridurre i tempi di avviamento dei servizi e di trovare nella rete distributiva del gruppo CDC non solo un unico punto presso il quale compiere più operazioni, ma anche un centro di assistenza professionale dove risolvere eventuali problemi e mantenersi in costante aggiornamento sull’evoluzione del settore.

Servizi applicativi in rete - Grazie alla presenza di CDC nel mercato dell’*information technology*, agli accordi con i principali fornitori di prodotti informatici e software e al consolidato sistema di relazioni con *software house* e fornitori di soluzioni *Enterprise Resource Planning* (ERP), Policom ritiene di poter fornire servizi applicativi (quali ad esempio i programmi per la gestione della contabilità, degli stipendi, della rete di vendita, del magazzino, *networking*, *back up* dei dati, *etc.*) attraverso la propria rete di telecomunicazioni, consentendo al cliente di beneficiare di una notevole riduzione degli investimenti e di una piattaforma di servizi e programmi applicativi all’avanguardia.

1.2.6 Fattori chiave e fattori macro e micro-economici che possono condizionare l’attività di CDC

Il mercato dell’*Information and Communication Technology* è influenzato dai seguenti fattori macro e micro economici:

Dinamica dei prezzi delle materie prime e dei prodotti. Il mercato è caratterizzato da un’elevata velocità di innovazione tecnologica, che si riflette sui rispettivi livelli dei prezzi. Ciò determina un andamento dei prezzi caratterizzato da prezzi più alti per i componenti più avanzati e prezzi decrescenti per i componenti più obsoleti. L’elevato tasso di obsolescenza dei prodotti ha determinato nel tempo un *trend* decrescente dei prezzi dei prodotti finali. Tale fenomeno è, tuttavia, contrastato, nel breve termine e a livello di utente finale, dalla elevata sostituzione dei prodotti obsoleti con prodotti tecnologicamente avanzati.

Andamento dei consumi. La spesa nel mercato ICT è influenzata dalla propensione al consumo della clientela. La Società ritiene che l’offerta di prodotti tecnologicamente sempre avanzati e lo sviluppo di servizi a valore aggiunto siano dei fattori determinanti per la costante crescita nel mercato ICT.

Crescita del numero degli utenti Internet. I servizi di accesso alla rete si stanno diffondendo con un elevato tasso di crescita, in particolare in Europa. La Società ritiene la crescita del numero degli utenti Internet uno dei fattori chiave per lo sviluppo di nuovi servizi e l’offerta, tramite la piattaforma *e-commerce* di prodotti tecnologici.

Comportamento della concorrenza. Il mercato ICT è caratterizzato da elevati livelli di competitività, dalla frequente introduzione di nuovi prodotti/servizi, dal continuo miglioramento del rapporto prezzo/qualità in presenza di elevata elasticità della domanda rispetto al prezzo e da un elevato numero di operatori.

1.2.7 Autonomia gestionale

La Società ritiene di non avere rapporti di dipendenza con i propri clienti, fornitori, anche di tecnologia, e finanziatori.

Per quanto riguarda la attività di produzione e distribuzione di prodotti informatici, la Società detiene rapporti commerciali con oltre 350 punti vendita della propria rete di distribuzione e con oltre 18.000 rivenditori specializzati del mercato IT (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.1). La Società ha, inoltre, rapporti commerciali con oltre 290 fornitori di prodotti informatici e ha la possibilità di approvvigionarsi di tecnologia e componentistica liberamente sul mercato (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.3.3).

Per quanto riguarda l'attività nel settore telecomunicazioni, la Società attualmente si rivolge a fornitori di tecnologia per quanto concerne la realizzazione della rete di telecomunicazioni. Anche in tale settore, tuttavia, la Società ha la possibilità di reperire sul libero mercato offerte di tecnologia alternative.

Per quanto riguarda i rapporti con i finanziatori, la Società non presenta esposizione di rilievo nei confronti di singoli soggetti (cfr. Capitolo 4, Paragrafo 4.4.4).

1.2.8 Minacce e opportunità nei mercati in cui opera CDC

Alta innovazione tecnologica. L'innovazione tecnologica costituisce il principale elemento sul quale si basa la competizione dei distributori e produttori di prodotti informatici. La competizione tecnologica comporta l'esigenza di un rapido rinnovo delle gamma di prodotti informatici distribuiti e prodotti, nonché la necessità di una efficiente gestione e monitoraggio del magazzino, al fine di ridurre al minimo il rischio di invenduto (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.4).

Elevata competizione. L'elevato grado di competitività del mercato della distribuzione e produzione di prodotti informatici, nonché del mercato delle telecomunicazioni rappresenta uno degli elementi di maggior rilievo che la Società dovrà valutare e considerare al fine di poter consolidare il proprio ruolo di *leader* nel settore della distribuzione di prodotti informatici e produzione di personal computer (cfr. Capitolo 1, Paragrafi 1.2.1 e 1.2.3), nonché incrementare la propria quota di mercato nel settore delle telecomunicazioni, di Internet e dell'*E-commerce* (cfr. Capitolo 1, Paragrafi 1.2.5 e 1.2.1.4).

Integrazione del mercato dei prodotti informatici con il mercato delle telecomunicazioni. Nel corso degli ultimi anni il mercato dei prodotti informatici e quello delle telecomunicazioni hanno sviluppato forti sinergie. L'integrazione tra il mercato dei prodotti informatici e quello delle telecomunicazioni rappresenta un elemento chiave nell'evoluzione del mercato delle comunicazioni e, pertanto, uno dei fattori determinanti per lo sviluppo futuro della Società.

1.2.9 Stagionalità

Tradizionalmente, il mercato dei prodotti informatici è caratterizzato da fenomeni di stagionalità, che comportano un incremento della domanda nel periodo ottobre – gennaio di ogni anno. I fenomeni di stagionalità sono particolarmente evidenti nel settore destinato al mercato *consumer*, che registra forti picchi di domanda nel periodo natalizio. Ai picchi del periodo invernale, si contrappone un decremento di domanda sia del mercato *consumer*, che del mercato *business*, corrispondente al mese di agosto. Tale fenomeno è, tuttavia, in costante diminuzione nel settore *consumer* per effetto della minore propensione dei soggetti appartenenti a tale mercato ad interrompere la propria attività lavorativa nei mesi estivi.

La stagionalità si riflette sull'indebitamento finanziario, che è strettamente legato alle necessità di finanziamento del capitale circolante netto e che normalmente mostra il maggior ricorso all'indebitamento nei mesi di settembre e ottobre (a titolo indicativo, circa Lire 57 miliardi al 30 settembre 1999) (cfr. Capitolo 4, Paragrafo 4.4.4).

1.2.10 Rischi di cambio e di tasso

Circa il 30% degli acquisti di prodotti informatici dalla Società sono effettuati in dollari statunitensi. La Società, al fine di ridurre i rischi connessi alla oscillazione del cambio Euro/dollaro statunitense, ha attivato una procedura di monitoraggio permanente, che consente di gestire il rischio fin dal momento della effettuazione dell'ordine di acquisto in valuta estera. La politica di copertura del rischio di cambio della Società è di carattere misto: la forte volatilità del dollaro viene, infatti, coperta sia mediante acquisti a termine di valuta, sia mediante stipulazione di contratti di opzione sulla valuta.

Per quel che riguarda i rischi di tasso di interesse associati alla struttura del finanziamento, la Società copre i rischi di tasso mediante l'utilizzo di usuali contratti di copertura finanziaria presenti nel mercato (IRS, FRA, ecc.).

La Società ritiene di aver adottato adeguate procedure al fine di coprire i rischi di cambio e di tasso.

1.2.11 Fonti e disponibilità di materie prime

L'attività di CDC non comporta l'acquisto di materie prime. Per quanto riguarda l'attività di produzione di personal computer, CDC acquista dai principali fornitori di hardware e software la componentistica necessaria per la produzione dei personal computer (schede madri, processori, ram, dischi di memoria, ecc.).

Il mercato della componentistica è caratterizzato da un'elevata velocità di innovazione tecnologica, che comporta una breve vita media della componentistica di base e una dinamica dei prezzi discendente nel tempo. La Società ritiene che non vi siano problemi significativi di approvvigionamento poichè sul mercato è possibile acquistare nel tempo allo stesso prezzo prodotti con caratteristiche tecniche più avanzate, oppure lo stesso prodotto a prezzi inferiori.

1.2.12 I prezzi

Produzione e distribuzione di prodotti informatici

Il mercato dei prodotti informatici è caratterizzato da alta innovazione tecnologica e dalla conseguente rapida obsolescenza dei prodotti. Il ciclo di vita dei prodotti informatici è particolarmente breve. I prodotti informatici, infatti, sono di continuo sostituiti da altri prodotti a più elevato contenuto tecnologico.

Per questo motivo, sebbene i prezzi dei prodotti informatici tendano a diminuire nel tempo, i prezzi dei prodotti distribuiti all'utenza finale non registrano riduzioni significative poiché la sostituzione dei prodotti obsoleti con prodotti a tecnologia più avanzata avviene in tempi sempre più rapidi, determinando il rinnovo del ciclo di vita del prodotto, che inverte la tendenza al ribasso dei prezzi stessi.

I livelli di prezzo praticati agli operatori di settore (office equipment retailers, software/system houses, computer shops, ecc.) si distinguono secondo due principali aree di prodotto: i prodotti brand e i prodotti con marca di fantasia.

- i primi sono prodotti che vengono acquisiti dai grandi operatori del mercato I.T. quali Microsoft, Intel, Compaq, H. Packard, ecc; per essi la strategia di prezzo è determinata in funzione delle strategie operate dai fornitori, attraverso la gestione della marginalità. La concentrazione distributiva che si è realizzata in questi ultimi anni ha prodotto condizioni di forte competizione sui prodotti a marchio, tali da non poter permettere una oscillazione prezzi fra i vari distributori maggiore del 2 per cento.
- i secondi sono quei prodotti per i quali è stato studiato un apposito marchio che viene commercializzato in tutti i canali di vendita o solo in alcuni. L'azienda in questo caso può controllare il ciclo di produzione

o può intervenire sul *packaging* creando dei prodotti in “bundle” con altri prodotti o servizi e quindi, offrendo una soluzione differenziata sul mercato, la strategia di prezzo è in questo caso più libera di essere valorizzata in base all'appetibilità di mercato del momento.

Interfree

Interfree ricava le proprie revenues da quattro diverse tipologie di prodotto: i servizi ISP, svolti prevalentemente per le società del gruppo, la pubblicità, nelle varie forme in cui Interfree è in grado di proporla (banner, evidenziazione prodotti ecc.), la vendita di prodotti pacchettizzati e la reverse charge.

- i servizi ISP sono proposti alle società del gruppo a condizioni di mercato per servizi di livello professionale e costituiscono una base di fatturato che si incrementa via via che i siti del gruppo si espandono ed includono nuovi servizi.
- la pubblicità viene venduta direttamente (senza utilizzare la concessionaria pubblicitaria) ai vendor di IT, che sono già in stretta relazione con CDC e tra i maggiori acquirenti di pubblicità Internet, a condizioni competitive.
- la vendita dei “pacchetti” di banner tramite le catene distributive consentirà di aumentare la percentuale di pubblicità venduta rispetto al totale disponibile, con un prezzo per *impression* leggermente inferiore a quello delle vendite dirette. Si prevede di selezionare entro breve termine anche una concessionaria pubblicitaria, per operare comunque anche in modo tradizionale ed a prezzi di mercato per la vendita dei banner.
- *reverse charge* che viene corrisposta dai proprietari delle reti nazionali in base ai minuti di traffico generato dagli utenti che utilizzano Interfree Access.

Policom

Policom intende fornire i servizi con una strategia di prezzo coerente con i segmenti di mercato serviti e con la gamma di offerta descritta. Si prevede una distinzione tra il mercato consumer e small business e tra i servizi tradizionali e servizi integrati.

- per il mercato consumer l'offerta attraverso carte prepagate avrà un posizionamento di prezzo competitivo così pure l'offerta post-pagata tradizionale.
- per il mercato small business l'offerta tradizionale verrà fornita a prezzi competitivi rispetto ai concorrenti nazionali e anche per questo segmento sarà possibile acquistare i servizi di fonia, secondo formule a canone fisso. Policom intende offrire a condizioni vantaggiose i servizi integrati con l'offerta di prodotti di fonia e informatica (centralini in rete, reti di PC etc).

1.2.13 Disciplina giuridica delle telecomunicazioni

In Italia, il quadro normativo relativo alle telecomunicazioni ha subito negli ultimi anni significative modifiche in seguito all'adozione della legge n. 249 del 31 luglio 1997 (la “Legge 249/97”), del Decreto Presidenziale n. 318 del 19 settembre 1997 e di vari decreti ministeriali di attuazione delle Direttive comunitarie. La fornitura di tutti i servizi di telecomunicazioni, inclusi i servizi di telefonia, così come l'installazione e la fornitura delle reti a supporto di tali servizi sono stati aperti alla concorrenza a far data dal 1° gennaio 1998, sebbene il quadro normativo necessario per l'effettiva attuazione della liberalizzazione sia stato completato successivamente.

La Legge 249/97 ha istituito un'autorità indipendente responsabile del settore delle telecomunicazioni, denominata "Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni" ("Autorità"). L'Autorità è, fra l'altro, competente in materia di licenze ed autorizzazioni, in materia di interconnessione ed accesso alla rete, ed è incaricata della risoluzione delle controversie fra operatori o fra operatori ed utenti. Le decisioni dell'Autorità sono impugnabili innanzi al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio. Il Ministero delle Comunicazioni conserva talune competenze nel campo delle telecomunicazioni, come, ad esempio, in materia di frequenze radio.

Dal 1991, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, competente in materia di concorrenza ("Antitrust"), ha svolto un ruolo importante nell'incentivare la liberalizzazione delle telecomunicazioni ed ha condotto una serie di indagini per presunti abusi compiuti dall'operatore dominante, Telecom Italia. L'Antitrust deve sentire il parere dell'Autorità prima di adottare determinate decisioni in materia di concorrenza tra gli operatori delle telecomunicazioni. L'Antitrust, a sua volta, viene sentita dall'Autorità quando, ad esempio, quest'ultima impone modifiche all'offerta di interconnessione di riferimento pubblicata dagli operatori.

Rilascio delle licenze e autorizzazioni

Licenze individuali. La legislazione italiana prevede un regime di autorizzazioni generali e di licenze individuali. La licenza individuale è richiesta per la fornitura di servizi di telefonia pubblica, per l'installazione e la fornitura di reti di telecomunicazioni pubbliche, per l'assegnazione delle frequenze e per l'assegnazione di altri diritti o risorse che siano disponibili solo in modo limitato. In base al Decreto sulle Licenze del 25 novembre 1997, in Italia esistono le seguenti licenze individuali:

- *Licenza per l'installazione e la fornitura di reti di telecomunicazioni pubbliche* ("Licenza Rete"). Questa licenza consente di installare una rete di telecomunicazioni, sia attraverso la stesura di fibra di proprietà, sia attraverso una configurazione tramite infrastrutture non proprietarie, quali ad esempio le linee affittate. La Licenza Rete conferisce al titolare pieni diritti di interconnessione e costituisce titolo per l'ottenimento di diritti di passaggio. L'attuazione di tali ultimi diritti richiede l'ottenimento di concessioni da parte di autorità pubbliche nell'ipotesi in cui l'installazione della rete avvenga sul suolo pubblico. Questo tipo di licenza consente, oltre all'installazione della rete, anche la fornitura della rete installata.
- *Licenza per la prestazione del servizio di fonia vocale* ("Licenza Voce"). La Licenza Voce autorizza la fornitura di servizi di telefonia agli utenti finali. La licenza conferisce al titolare pieni diritti di interconnessione e costituisce titolo per l'assegnazione di un codice di selezione del vettore (carrier selection) nonché delle necessarie risorse di numerazione. I titolari della Licenza Voce hanno diritto di portare a "termine" il traffico sull'intero territorio nazionale, mentre possono raccogliere traffico esclusivamente sulla porzione del territorio che costituisce l'oggetto della copertura geografica della rispettiva licenza (che può estendersi ad una parte o all'intero territorio italiano).
- *Licenza per l'installazione di una rete di telecomunicazioni allo scopo di prestare il servizio di telefonia vocale* ("Licenza Unica"). La Licenza Unica consente le attività permesse dalla Licenza Voce e l'installazione della rete oggetto della Licenza Rete. Per converso, questo tipo di licenza non permette la "fornitura della rete".
- *UMTS.* Nel corso del 2000 verranno rilasciate le prime cinque licenze individuali per la prestazione di servizi di telefonia mobile di terza generazione. Tali licenze consentiranno l'avvio della commercializzazione del relativo servizio a partire dal 2002.

Autorizzazioni. Sulla base del DPR n. 318/97, gli operatori possono fornire agli utenti finali tutti i servizi di telecomunicazioni non soggetti a licenze individuali in forza di autorizzazioni generali, anch'esse rilasciate dall'Autorità.

Interconnessione ed accesso ad altre reti

Gli accordi di interconnessione sono liberamente negoziati fra le parti, pur se nel rispetto di talune regole prestabilite, quali la promozione della concorrenza nelle reti e servizi, la proporzionalità e la non discriminazione.

Qualora non venga raggiunto un accordo tra le parti, l'Autorità ha facoltà di adottare decisioni vincolanti per le stesse. In determinate circostanze, l'Autorità può imporre la modifica degli accordi di interconnessione già conclusi.

Telecom Italia, in quanto operatore dominante, è tenuta alla pubblicazione di una offerta di interconnessione di riferimento ("RIO") contenente i termini e le condizioni di offerta dell'interconnessione agli altri operatori di telecomunicazioni. Secondo la legge italiana, Telecom Italia deve offrire l'interconnessione a condizioni trasparenti e non discriminatorie e deve applicare tariffe orientate ai costi. L'Autorità può imporre modifiche alla RIO finalizzate al rispetto di detti principi.

Secondo la normativa attualmente in vigore, gli operatori nuovi entranti hanno la possibilità di raccogliere e portare a "termine" il traffico sull'intero territorio nazionale anche a partire da un unico punto di interconnessione con la rete di Telecom Italia.

Secondo il Decreto Ministeriale sull'Interconnessione dell'8 aprile 1998, le tariffe di interconnessione di Telecom Italia devono collocarsi all'interno dell'intervallo di valori stabilito nella raccomandazione della Commissione europea C(98)50, e successivi aggiornamenti. Si tratta delle tariffe standard raccomandate dall'Unione Europea, le quali vengono determinate in base alle tre tariffe di interconnessione più basse all'interno dell'UE. Telecom Italia può pubblicare tariffe superiori ai livelli indicati nella raccomandazione solo in casi oggettivamente giustificati e sotto la vigilanza dell'Autorità.

Secondo l'attuale RIO, pubblicata nel luglio 1999, Policom ha diritto alle seguenti tariffe:

Tipo di interconnessione	Prezzo al minuto (tariffa di punta) (*) (in Euro)	Prezzo al minuto (tariffa ridotta) (**) (in Euro)
Interconnessione locale (VIA SGV)	0,90	0,63
Raccolta/terminazione transito singolo (VIA SGV)	1,48	1,04
Raccolta/terminazione transito doppio (DOPPIO SGT)	1,80	1,26

(*) Per 'Tariffa di punta' si intendono i giorni feriali dalle ore 8 alle 18.30 e il sabato dalle ore 8 alle ore 13

(**) Per 'Tariffa ridotta' si intendono i giorni feriali dalle 18.30 alle ore 8 del giorno successivo, il sabato dalle 13 alle 24, la domenica e i giorni festivi

Le tariffe di interconnessione di Telecom Italia sono diminuite notevolmente in seguito all'intervento dell'Autorità e oggi si situano all'interno dei valori previsti dalla raccomandazione della Commissione europea. In data 15 novembre 2000, l'Autorità, con decisione n. 1/00/CIR, ha apportato talune modifiche alla RIO attualmente in vigore, imponendo, con effetto retroattivo a decorrere dal 1° gennaio 1999, la diminuzione di alcune tariffe e la modifica di talune condizioni tecniche di offerta.

Numerazione e portabilità del numero (number portability)

L'Autorità ha reso obbligatoria la preselezione del vettore (o "carrier selection") per le chiamate interurbane, internazionali e da fisso a mobile dal 1° gennaio 2000. Grazie a tale funzione gli utenti possono preselezionare un operatore diverso da Telecom Italia, mantenendo tuttavia la possibilità di modificare la propria scelta per ogni chiamata. Nonostante la legge imponesse di rendere disponibile la preselezione dal gennaio 2000, Telecom Italia ha integrato soltanto recentemente (febbraio 2000) la propria RIO mediante indicazione delle condizioni volte alla realizzazione di tale prestazione. Nelle more della concreta introduzione della preselezione del vettore, al fine di instradare il traffico dei clienti sulla propria rete, Policom continuerà ad installare dei *dialer* presso i propri clienti.

In conformità alla Direttiva UE 98/61, l'Autorità con decisione del 7 dicembre 1999 ha imposto l'introdu-

zione della “portabilità” del numero a far data dal 1° gennaio 2000. Grazie a tale funzione, gli utenti di telefonia fissa potranno cambiare operatore senza modificare il proprio numero telefonico.

Accesso indiretto al loop locale

In base alla Delibera dell’Autorità del 25 novembre 1998, l’accesso disaggregato alla rete locale (*local loop unbundling*) è diventato obbligatorio in Italia. Di conseguenza, Telecom Italia è tenuta a fornire l’accesso locale alla propria rete a tutti i nuovi operatori, ivi inclusa Policom. Nella propria decisione, l’Autorità ha specificato che Telecom Italia è tenuta a fornire l’accesso alla rete locale in corrispondenza del permutatore sito presso lo “stadio di gruppo urbano” e del permutatore sito presso apparati periferici di rete. Secondo i comunicati stampa dell’Autorità, l’*unbundling* del *local loop* verrà definitivamente attuato nel secondo semestre del 2000. L’*unbundling*, unitamente a soluzioni ADSL, faciliterà l’introduzione dei servizi di accesso ad Internet ad alta velocità e permetterà a CDC, attraverso la controllata Policom S.p.A., di competere con l’operatore dominante nel segmento della rete di accesso senza dover procedere alla duplicazione di tale rete.

1.2.14 Il mercato dell’ICT

Premessa

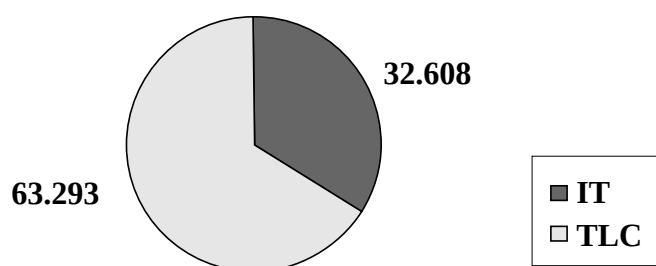
CDC opera nel settore della distribuzione e produzione di prodotti informatici, nonché nel settore delle telecomunicazioni. Nel corso degli ultimi anni, il mercato ha evidenziato una progressiva convergenza e integrazione delle piattaforme tecnologiche e, in particolare, dei servizi informatici con le telecomunicazioni (la c.d. *Information and Communication Technology* o “ICT”).

Nel 1999, la spesa mondiale nel settore dell’ICT è stata pari a 1.873 miliardi di dollari, con un incremento rispetto al 1998, del 11,4%. La spesa mondiale nel settore delle telecomunicazioni è stata nel 1999 pari a 1.083 miliardi di dollari, con un incremento rispetto al 1998 del 12%, mentre la spesa mondiale nel settore dei prodotti informatici è stata, sempre nel 1999, pari a 790 miliardi di dollari, con un incremento rispetto al 1998 del 10,5%.

In particolare, in Italia, la spesa complessiva nel settore dell’ICT è stata nel 1999 pari a 95.898 miliardi di Lire, mentre nel 1998 è stata pari a 84.721 miliardi di Lire, con un incremento del 13,2%.

Nel 1999, come mostra il seguente grafico, il 66,0% della spesa del mercato italiano dell’ICT si è registrato nel settore delle telecomunicazioni, mentre il rimanente 34,0% nel settore dei prodotti informatici (IT).

Il mercato italiano dell’ICT nel 1999 (Lit. mld)



Fonte: Il mercato dell’ICT nel 1999, Rapporto Assinform 2000

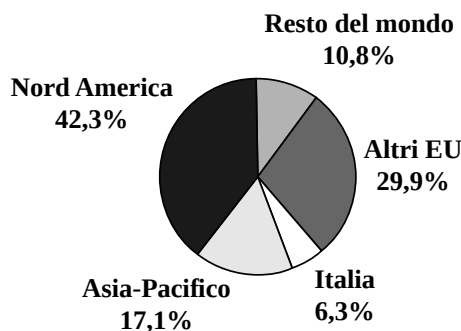
La spesa nel settore delle telecomunicazioni nel mercato italiano è stata nel 1999 pari a 63.290 miliardi di Lire, con un incremento, rispetto al 1998, del 14,6%, mentre la spesa nel settore dei prodotti informatici è stata pari a 32.608 miliardi di Lire con un incremento, rispetto al 1998, del 10,6%.

1.2.14.1 Il mercato dei prodotti informatici

Il mercato dei prodotti informatici è in continua espansione per effetto della crescita della domanda sia nel segmento di mercato dell'utenza *business* (aziende, studi professionali, esercizi commerciali e non), sia di quello dell'utenza *consumer*.

Il seguente grafico indica la domanda di prodotti informatici per area geografica nel 1999.

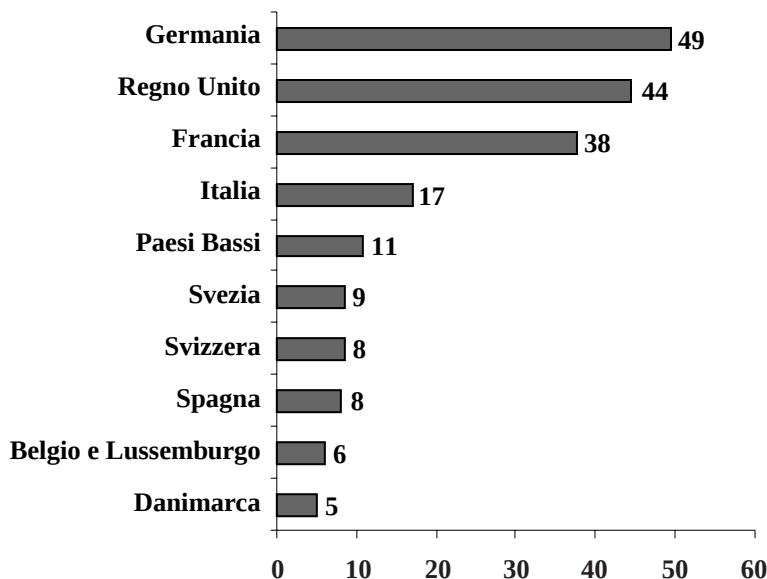
Domanda di prodotti informatici per area geografica 1999



Fonte: Il mercato dell'ICT nel 1999, Rapporto Assinform 2000

Nel 1999, il Nord America (Stati Uniti e Canada), con una spesa complessiva di 334 miliardi di dollari, pari al 42,3% della domanda globale, è stato il principale mercato dei prodotti informatici. Nel medesimo anno, il mercato europeo, con 236 miliardi di dollari spesi, ha rappresentato il 29,9% della domanda. Il seguente grafico riporta la ripartizione del mercato IT nei Paesi Europei nel 1999.

Mercato IT nei Paesi europei nel 1999 (Euro mld)

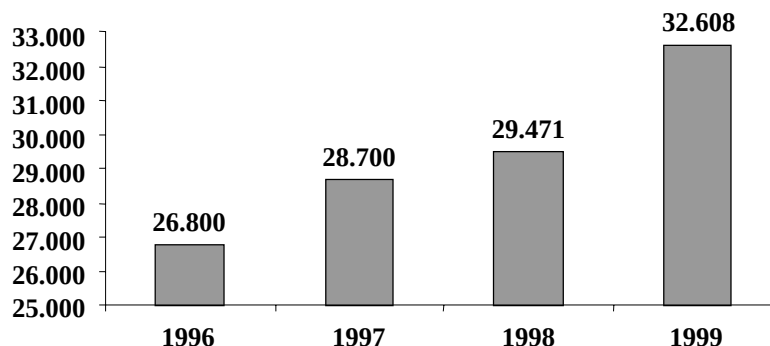


Fonte: EITO - RAPPORTO 2000

Nel 1999, la spesa per prodotti informatici in Italia è passata da 29.471 miliardi di Lire a 32.608 miliardi di Lire, registrando un incremento del 10,6%, sostanzialmente in linea con la crescita del mercato mon-

diale, ma in aumento rispetto al mercato italiano degli anni precedenti ¹¹. Il grafico seguente indica la dimensione del mercato dell'informatica italiano dal 1996 al 1999.

Mercato italiano dell'informatica (Lit. mld)



Fonte: Il mercato dell'ICT nel 1999, Rapporto Assinform 2000

Le ragioni dell'elevato tasso di crescita del mercato italiano è dovuta, principalmente, alla forte espansione in Italia di Internet e degli strumenti di accesso alla rete, nel contesto della convergenza tra informatica e telecomunicazione da una parte e tra personal computer e telefonia dall'altra.

1.2.14.2 I prodotti

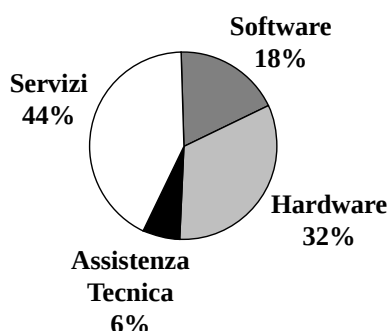
I prodotti del mercato dell'informatica si differenziano in base alle loro caratteristiche (*hardware* e *software*) e sulla base delle caratteristiche dei sistemi cui essi si riferiscono (grandi sistemi e microinformatica).

Per prodotti *hardware* si intendono i computer (*desktop*, *server*, portatili, *work station*, sistemi intermedi e Unix), le periferiche (stampanti, scanner, monitor, lettori cd, ecc.) e la componentistica ad essi relativa; per prodotti *software* si intendono tutti i sistemi destinati al controllo e alla gestione dell'*hardware*, nonché dei pacchetti applicativi utilizzati dall'utente finale.

I prodotti *hardware*, a loro volta, si distinguono tra prodotti di microinformatica (*desktop*, *server*, portatili) e grandi sistemi (*work station*, sistemi intermedi e Unix).

Il seguente grafico indica la ripartizione del mercato italiano nel 1999 tra prodotti *hardware*, *software*, servizi, con indicazione anche della quota di mercato dell'assistenza tecnica.

Ripartizione del mercato italiano dell'IT nel 1999



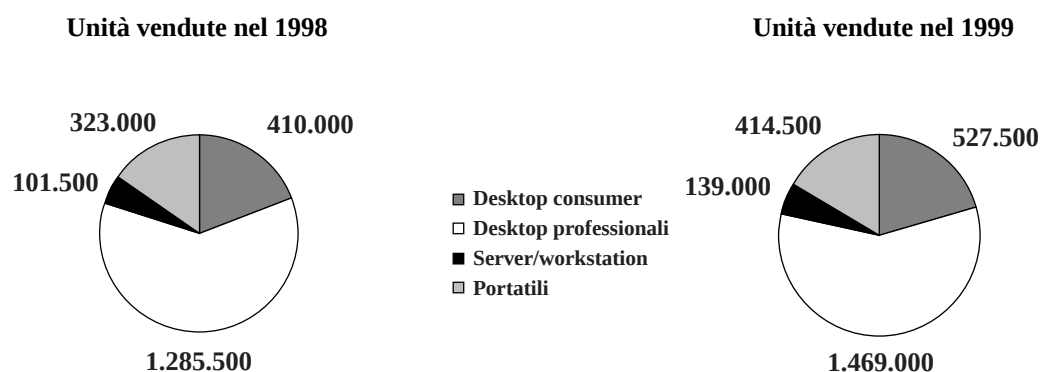
Fonte: Sirmi, Stato dell'arte, evoluzione e nuove strategie per SSI e canali ICT 20 gennaio 2000

¹¹ Fonte: Assinform, Sirmi: Crescita del 10% nel 1998, del 7,1% nel 1997 e 4,3% nel 1996.

Nel 1999, la spesa per prodotti *hardware* è stata di 10.553 miliardi di Lire, pari al 32,4% del mercato italiano dei prodotti informatici, mentre la spesa per prodotti *software* è stata di Lire 5.880 miliardi di Lire, pari al 18%. La spesa per servizi ¹², pari a 14.070 miliardi di Lire, ha rappresentato il 43,1% del mercato.

Nel 1999, la spesa per prodotti *hardware* ha evidenziato una crescita rispetto al 1998 del 9,7%, mentre la spesa per prodotti *software* del 10,9%.

I seguenti grafici indicano la suddivisione dell'area personal computer in Italia nel biennio 1998 – 1999, tra desktop, portatili e server.



Fonte: Sirmi, Osservatorio trimestrale mercato del PC

Nel 1999, sono stati venduti nel mercato italiano complessivamente 2.550.000 computer, con un incremento del 20,3% rispetto alle unità vendute nel 1998, pari complessivamente a 2.120.000.

Il segmento dei *desktop consumer* e professionali, con 1.996.500 unità vendute nel 1999, ha rappresentato il 78,29% del mercato dei computer in Italia, il segmento dei portatili con 414.500 unità vendute il 16,25% e il segmento dei server/workstation con 139.000 unità vendute il 5,45%.

Nel 1999, l'incremento delle unità *desktop* vendute rispetto al 1998 è stato pari al 17,8%, quello dei portatili pari al 28,3% e quello dei server/workstation al 36,9%.

1.2.14.3 Le categorie degli utenti del mercato dei prodotti informatici

Il mercato dei prodotti informatici si rivolge a due macro categorie di utenti: gli utenti *business* (rappresentati dall'industria, dalle attività commerciali e non, dal settore dei servizi e dell'attività professionale) e gli utenti *consumer* (rappresentati dai soggetti che utilizzano il personal computer in casa per lavoro, affari, studio ed altro).

La macro-categoria del mercato *business* comprende oltre al mercato rivolto alla grande industria e alla pubblica amministrazione, il mercato rivolto al segmento *Large Medium Business*, *Small Business*, *Small Office Home Office* ("SOHO") ¹³.

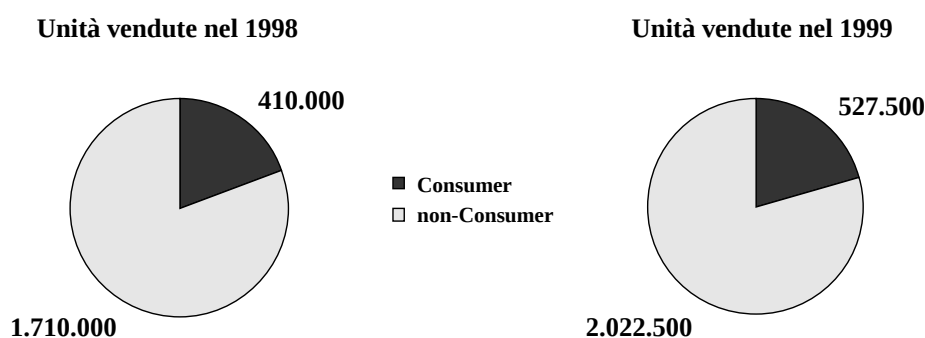
Il mercato *consumer* è, invece, sostanzialmente rappresentato da oltre 22 milioni di nuclei familiari ¹⁴.

I seguenti grafici indicano la ripartizione del mercato totale dei personal computer in Italia nel biennio 1998 - 1999 tra mercato *consumer* e non *consumer*.

¹² I servizi si devono intendere "project service, management service, VAS, enhanced support services".

¹³ Per *Large e Medium Business* si intende il mercato rivolto all'industria, il commercio e i servizi con più di 100 dipendenti; per *Small Business* si intende il mercato rivolto all'industria, il commercio e i servizi con 10 - 100 dipendenti; per *SOHO* si intende il mercato rivolto all'industria, il commercio e i servizi con 1 - 10 dipendenti (Classificazione Sirmi).

¹⁴ Fonte: Sirmi.



Fonte: Sirmi, Osservatorio trimestrale del mercato del PC, 2000.

Nel 1999, il mercato *consumer* ha rappresentato, con 527.500 unità vendute, il 20,7% del mercato complessivo dei personal computer.

Il mercato *consumer* rappresenta, attualmente, una percentuale ancora limitata del mercato complessivo dei personal computer, ma negli ultimi anni ha assunto dimensioni sempre più rilevanti. La domanda di personal computer destinati al segmento *consumer*, infatti, ha registrato nel 1999 un incremento del 29,0% rispetto al 1998, mentre l'incremento complessivo della domanda di personal computer in Italia è stato del 20,3%.

La sostenuta crescita del mercato *consumer* è dovuta alla diffusa penetrazione dei personal computer nelle famiglie, per effetto del crescente interesse nei confronti di Internet come innovativo strumento di informazione e comunicazione.

1.2.14.4 Il posizionamento competitivo di CDC nel mercato della distribuzione di prodotti informatici

La seguente tabella indica i primi dieci distributori di prodotti informatici sul territorio italiano al 31 dicembre 1998 ¹⁵.

	Società	Fatturato (mld/Lire)(*)	Quota di mercato
1	CDC	593	7,9%
2	Ingram	580	7,8%
3	Opengate	513	6,9%
4	Computer 2000	434	5,8%
5	Olidata	389	5,2%
6	Celo	371	5,0%
7	Vobis	220	2,9%
8	Datamatic	196	2,6%
9	Raphael	189	2,5%
10	Tecnodiffusione	140	1,9%
	Altri distributori(**)	3.856	51,5%
	Totale	7.481	100%

(*) Fonte: Bilanci delle società 1998.

(**) Sirmi

¹⁵ Dati ufficiali attualmente disponibili.

1.2.14.5 Il posizionamento competitivo di CDC nel mercato della produzione di prodotti informatici

CDC, con 138.000 *PC desktop* venduti nel 1999, è il settimo produttore di personal computer venduti in Italia, dopo Compaq, IBM, HP, Siemens Fujitsu, Olidata e Acer, e il secondo produttore italiano, dopo Olidata, con una quota del mercato complessivo dei personal computer pari al 5,4%.

La seguente tabella indica le consegne totali di personal computer in Italia nel triennio 1997 – 1999, suddivise per produttore, con indicazione della quota di mercato di ciascun produttore.

Produttore	31 12 1997	Quota di mercato 1997(%)	31 12 1998	Quota di mercato 1998 (%)	31 12 1999	Quota di mercato 1999 (%)
1 Compaq	235.600	13,6%	298.800	14,1%	395.400	15,5%
2 IBM	177.500	10,2%	226.400	10,7%	265.700	10,4%
3 HP	148.500	8,6%	185.700	8,8%	244.100	9,6%
4 Siemens Fujitsu	85.000	4,9%	121.100	5,7%	175.000	6,9%
5 Olidata	93.000	5,4%	143.000	6,7%	172.500	6,8%
6 Acer	93.000	5,4%	105.000	5,0%	168.000	6,6%
7 CDC (*) (**)	81.072	4,7%	111.033	5,2%	138.000	5,4%
8 Apple	60.000	3,5%	74.600	3,5%	87.500	3,4%
9 Packard Bell-N	48.000	2,8%	57.000	2,7%	77.750	3,0%
10 Vobis (*)	60.000	3,5%	71.800	3,4%	70.300	2,8%
11 Dell	10.500	0,6%	25.000	1,2%	67.000	2,6%
12 Toshiba	26.000	1,5%	35.500	1,7%	51.000	2,0%
13 Opengate (*)	10.000	0,6%	20.500	1,0%	41.000	1,6%
14 Tecnodiffusione	22.700	1,3%	30.000	1,4%	40.000	1,6%
15 Data Pool	25.000	1,4%	36.000	1,7%	38.000	1,5%
16 ICS Olivetti	147.500	8,5%	140.700	6,6%	30.000	1,2%
17 Centro HL (*)	14.000	0,8%	24.000	1,1%	28.500	1,1%
18 Si Computer	14.500	0,8%	21.500	1,0%	28.000	1,1%
19 Video Computer	31.000	1,8%	32.000	1,5%	24.000	0,9%
20 BULL	50.600	2,9%	45.000	2,1%	18.200	0,7%
Primi 20	1.433.472	82,7%	1.804.633	85,1%	2.159.950	84,7%
Altri	299.600	17,3%	315.367	14,9%	390.050	15,3%
Totale	1.733.072	100,0%	2.120.000	100,0%	2.550.000	100,0%

Fonte: SIRMI Gennaio 1999 e Gennaio 2000

(*) Solo prodotti con marchio proprio

(**) Fonte: interna CDC

La produzione di *pc desktop* di CDC è rivolta principalmente alla clientela appartenente ai segmenti di mercato *consumer* (uso domestico per lavoro, affari e studio) e “*SOHO*” (industria, commercio e servizi con 1 – 10 dipendenti e il mercato dei liberi professionisti); parte della produzione è, altresì, rivolta a clientela appartenente al segmento “*small business*” (industria, commercio e servizi con 10 – 100 dipendenti).

Il 78% dei *pc desktop* prodotti da CDC è, infatti, destinato ai segmenti *consumer* (53%), *SOHO* (25%) e *small business* (16%).

La seguente tabella indica le consegne totali di personal computer destinati al segmento di mercato *consumer* (uso domestico per lavoro, affari e studio) in Italia nel 1999 suddivise per produttore, con indicazione della quota di mercato di ciascun produttore e la ripartizione percentuale del segmento di mercato *consumer* sul totale della produzione di ciascun produttore nel 1999.

	Produttore	31 12 1999	Quota di mercato 1999 (%)	Ripartizione % sul totale 1999 del Produttore
1	CDC (*)	110.000	20,9%	79,7%
2	Compaq	47.000	8,9%	11,9%
3	Packard Bell Nec	46.600	8,8%	59,9%
4	Vobis (*)	44.500	8,4%	63,3%
5	IBM	41.500	7,9%	15,6%
6	Tecnodiffusione (*)	23.100	4,4%	57,8%
7	Olidata	21.000	4,0%	12,2%
8	HP	19.800	3,8%	8,1%
9	Acer	18.500	3,5%	11,0%
10	Data Pool	17.400	3,3%	45,8%
11	Siemens Fujitsu	16.500	3,1%	9,4%
12	Si Computer	13.500	2,6%	48,2%
13	Apple	12.000	2,3%	13,7%
14	Centro HL (*)	12.000	2,3%	42,1%
15	Video Computer	10.200	1,9%	42,5%
16	Opengate (*)	2.500	0,5%	6,1%
17	ICS Olivetti	2.000	0,4%	6,7%
18	Toshiba	1.800	0,3%	3,5%
19	Bull	1.110	0,2%	6,0%
20	Dell	1.000	0,2%	1,5%
	Primi 20	462.000	87,6%	19,0%
	Altri	65.500	12,4%	18,0%
	Totale	527.500	100,0%	19,0%

Fonte: SIRMI Gennaio 1999 e Gennaio 2000

(*) Fonte: CDC

Nel segmento *consumer*, CDC ha sempre mantenuto, nel triennio 1997 – 1999, il ruolo di *leader* del mercato. Nel 1999, CDC, con 110.000 *PC desktop* venduti, su un totale di *PC desktop* con configurazione *consumer* di 527.500, è risultato il primo produttore di personal computer venduti in Italia, con una quota di mercato nel segmento del 20,9%.

1.2.14.6 Il mercato dei servizi di telecomunicazione

Premessa

Nel corso degli ultimi anni, il mercato delle telecomunicazioni è stato caratterizzato da una molteplicità di cambiamenti, che ne hanno rivoluzionato struttura e fisionomia. Sino alla metà degli anni '90, il settore era caratterizzato dalla presenza di monopoli pubblici a base nazionale, che si limitavano, per lo più, a fornire servizi di telefonia vocale ad un'utenza poco sofisticata. Progressivamente, in seguito alla liberalizzazione, il settore si è trasformato in un'arena competitiva a dimensione mondiale in cui operano diversi nuovi attori, in concorrenza con i tradizionali gestori ex-monopolisti in buona parte privatizzati, che offrono una molteplice varietà di servizi ad una clientela sempre più articolata e che sono sottoposti alla disciplina dei mercati finanziari. (Più ampiamente sul processo di liberalizzazione dei servizi di telecomunicazioni, cfr Paragrafo 1.2.13).

Tale cambiamento è dovuto principalmente ai radicali mutamenti tecnologici che si sono venuti ad intrecciare, in un ristretto arco di tempo, con cambiamenti non meno significativi sul versante della regolamentazione dei mercati e della domanda. Per quanto concerne il cambiamento tecnologico, le principali innovazioni sono state rappresentate, da un lato, dal rapido sviluppo delle tecnologie digitali che hanno reso possibile la conversione di molti tipi di informazione (testi, voci, suoni, immagini in movimento) in

messaggi binari codificati e, dall'altro, dall'ancor più rapido progresso della microelettronica che ha reso disponibili a basso prezzo elaboratori molto potenti.

Dette innovazioni hanno avuto un impatto rilevantissimo anche sulla realizzazione delle reti di telecomunicazioni, per le quali si è sviluppato e, successivamente imposto, il protocollo TCP-IP (*Transmission Control Protocol-Internet Protocol*) che consente ai dati di giungere a destinazione seguendo percorsi casuali e differenti, transitando attraverso gli *host*, cioè gli snodi della rete, che possono appartenere a reti aziendali come a *network* di comunicazione internazionali. La crescente potenzialità delle reti si è accompagnata ad un progresso straordinario della domanda di telecomunicazioni, attribuibile alla crescita economica generale ed alle nuove opportunità create dalla tecnologia e dalla liberalizzazione dei mercati. Ciò si è tradotto in un'elevata richiesta di interconnettività globale delle imprese e dei privati, facilitata da una drastica riduzione dei costi.

La seguente tabella indica il mercato mondiale dei servizi di telecomunicazione (miliardi di dollari) e i tassi di incremento per area geografica.

Il mercato mondiale dei servizi di telecomunicazione

Area Geografica	1995	1996	1997	1998	% 95/96	% 96/97	% 97/98	% media annua
Unione Europea	142,58	151,81	160,40	169,05	6,5%	5,7%	5,4%	5,8%
Resto d'Europa	20,06	22,45	24,90	27,28	11,9%	10,9%	9,6%	10,8%
Nord America - Brasile	221,28	237,45	250,21	266,80	7,3%	5,4%	6,6%	6,4%
Giappone - Cina - India	75,02	89,55	101,73	109,94	19,4%	13,6%	8,1%	13,6%
Resto del mondo	138,90	144,92	151,96	159,48	4,3%	4,9%	4,9%	4,7%
Totale	597,84	646,18	689,20	732,55	8,1%	6,7%	6,3%	7,0%

Fonte: Elaborazione Agcom su dati Omsyc

La seguente tabella indica il mercato dei servizi di telecomunicazione (miliardi di dollari) e i tassi di incremento nell'Unione Europea. E' possibile rilevare la forte crescita dell'Italia, la cui progressione media annua (7,7%) si colloca significativamente al di sopra del valore comunitario (7%).

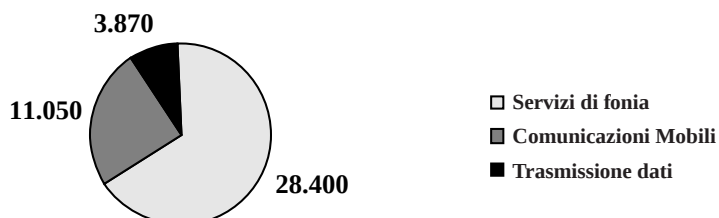
Il mercato dei servizi di telecomunicazione nell'Unione Europea

Paese (miliardi di dollari)	1995	1996	1997	1998	1995/1996	1996/1997	1997/1998	Media annua
Francia	22,12	21,76	22,45	23,41	1,6%	3,2%	4,3%	1,9%
Germania	34,60	34,84	35,32	36,03	0,7%	1,4%	2,0%	1,4%
Italia	19,45	21,66	22,63	24,32	11,4%	4,5%	7,5%	7,7%
Regno Unito	28,34	31,97	33,63	35,21	12,8%	5,2%	4,7%	7,5%
Spagna	9,24	11,53	13,23	14,81	24,8%	14,7%	11,9%	17,0%
Altri Paesi UE	28,83	30,05	33,14	35,27	4,2%	10,3%	6,4%	7,0%
Totale	142,58	151,81	160,40	169,05	6,5%	5,7%	5,4%	5,8%

Fonte: Elaborazione Agcom su dati Omsyc

Nell'ambito dei servizi di telecomunicazione in Italia, nel 1998, i servizi di fonia rappresentavano circa il 65% del totale, le comunicazioni mobili circa il 25% e il servizio di trasmissione dati la parte restante. La trasmissione dati, in particolare, registra tassi di crescita doppi rispetto alla telefonia fissa, che, secondo gli analisti di settore, consentiranno di colmare il divario in breve tempo.

Il mercato dei servizi di telecomunicazione in Italia nel 1998
(Lit mld)



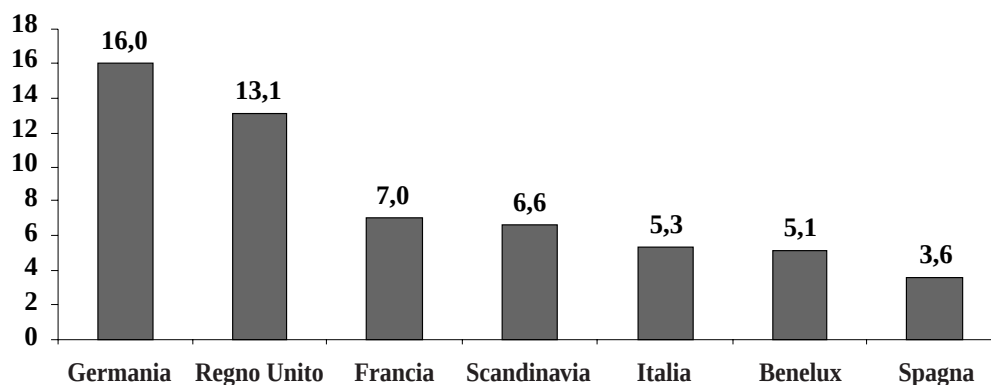
Fonte: EITO 2000

Internet e E-commerce

Secondo le stime di un recente rapporto dell'European Information Technology Observatory (Eito) entro la fine del 2002 gli utenti Internet in Europa saranno 136 milioni contro i 63 di fine 1999 e in particolare 34 milioni utilizzeranno la rete per fare acquisti rispetto ai 9 milioni del 1999. Per quanto riguarda l'Italia in particolare, alla fine del 1999 gli utenti Internet hanno superato i 5 milioni di persone con una penetrazione notevolmente minore rispetto alla media dell'UE. La diffusione di Internet in Italia è tuttavia in continua crescita grazie alla crescente diffusione dei PC, degli ISP che forniscono accesso gratuito ad Internet con copertura nazionale. Inoltre le nuove tecnologie quali ADSL e UMTS contribuiranno ulteriormente alla diffusione di Internet in quanto garantiranno una migliore qualità e una maggiore velocità delle trasmissioni.

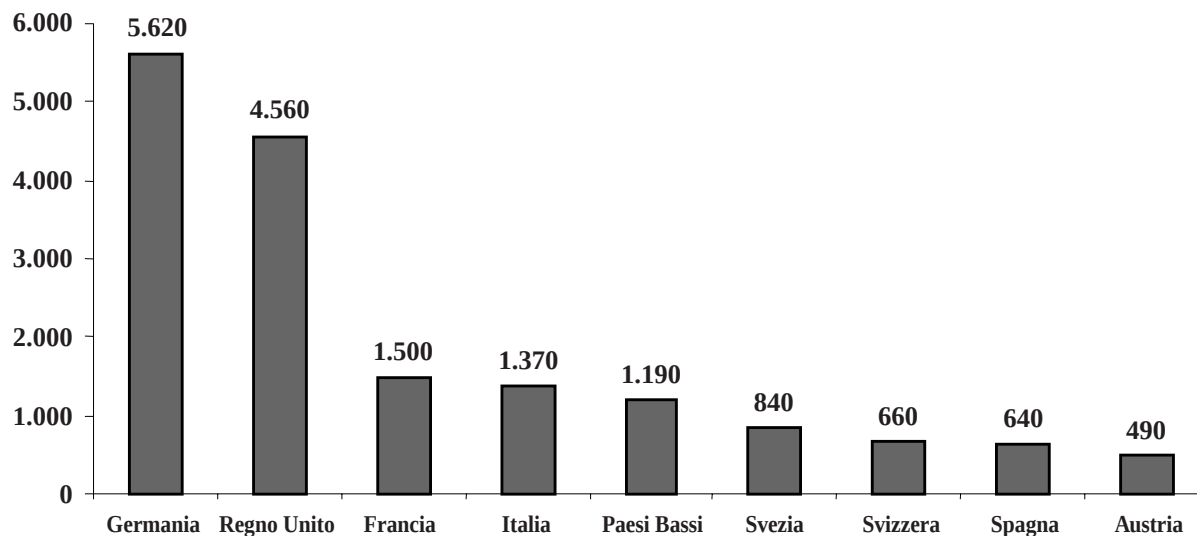
I grafici seguenti evidenziano il numero di utenti Internet e la spesa di e-commerce nei Paesi europei nel 1999.

Utenti Internet nei Paesi europei al 31-12-1999 (mln)



Fonte: EITO 2000

Spesa E-commerce nei Paesi europei nel 1999 (U\$ mln)



Fonte: IDC

1.2.15 Marchi e brevetti

CDC non ha dipendenza nei confronti di brevetti, licenze, contratti industriali, commerciali e finanziari, marchi, concessioni e autorizzazioni.

CDC è titolare e ha registrato i seguenti marchi:

Amico	Going
Amico (Logo)	Ink Drops (Logo)
CD Computer Discount	Informatizzarsi
CDC	Informario
CDC Point	Laris
CDC Point (Logo)	Laris (Logo)
Crown Accessories	La Grande Catena Italiana Informatica
Compy (Logo)	L'informatica più facile che c'è
Dex	Livin
Dex (Logo)	Silver Play
Dexprinter	

1.2.16 Beni gratuitamente devolvibili

CDC non possiede beni gratuitamente devolvibili.

1.2.17 Rapporti con parti correlate

Si riportano di seguito le operazioni ritenute di rilievo dalla Società con le parti correlate effettuate nel triennio 1997 – 1999. La Società ritiene che dette operazioni siano state effettuate a condizioni economiche e finanziarie di mercato.

C.D.C. S.r.l.

Cessione dei marchi. La C.D.C. S.r.l., azionista di CDC Point S.p.A., con contratti stipulati nel 1993, nel 1995 e nel 1997 con la CDC Point S.p.A. ha concesso in uso alla Società i marchi relativi alla attività di distribuzione e produzione di prodotti informatici (tra cui CDC, Computer Discount, Compy, AmiCo, Dex, Laris, etc.) ad un corrispettivo fissato, nell'ultimo triennio, nella misura di un miliardo di Lire annuo. Nel dicembre 1999, tutti i diritti sui marchi sono stati definitivamente ceduti in proprietà alla CDC Point S.p.A., per un corrispettivo di 25 miliardi di Lire, pari a circa il 60% del valore di perizia effettuata da un perito indipendente (compreso tra i 37 e 42 miliardi di Lire).

Rapporto di conto corrente. Nel 1997, la CDC Point e la C.D.C. S.r.l. hanno instaurato un rapporto di conto corrente regolato al tasso prime rate ABI diminuito del 2%. Al 31 dicembre 1997, il saldo era a credito di CDC Point S.p.A. per un importo di Lire 1.628.737.600; al 31 dicembre 1998 era a credito di CDC Point S.p.A. per un importo di Lire 10.876.190.382; al 31 dicembre 1999 il saldo era pari a zero ed il conto corrente è stato estinto.

Computer Discount S.r.l.

Rapporti con la Computer Discount S.r.l. e le società da essa controllate. Computer Discount S.r.l., società facente capo ai coniugi Diomelli, controlla 21 società, a loro volta titolari di 36 punti vendita Computer Discount, tra cui i 26 negozi formato *Maxi*. Il rapporto di franchising relativo a tali punti vendita prevede le medesime condizioni applicate a tutti gli altri *franchisee*, salvo che per il formato *Maxi* vi sono margini commerciali lordi predefiniti e minori rispetto a quelli praticati ad altri formati, come anche termini di pagamento della merce più brevi; inoltre, per i punti vendita *Maxi* è prevista la fornitura della merce in conto vendita. Nell'anno 1997, le vendite complessive ai suddetti 36 tali punti vendita ammontavano a circa L. 101 miliardi di Lire; nel 1998 a circa 98 miliardi di Lire e nel 1999 a 114 miliardi di Lire. I crediti complessivi di CDC Point S.p.A. nei confronti dei medesimi punti vendita ammontavano, al 31.12.1997, a 7,1 miliardi di Lire; al 31.12.1998, a 5,6 miliardi di Lire e, al 31.12.1999, a 6,7 miliardi di Lire.

Affitto di azienda.

CDC Point S.p.A., con successivi contratti stipulati tra il 1995 e il 1996, e tuttora vigenti, ha concesso in affitto di ramo di azienda i punti vendita delle società (i) CD NAPOLI 2 S.r.l.; (ii) CD MILANO 4 S.r.l.; (iii) CD MILANO 5 S.r.l.; (iv) CD CAGLIARI S.r.l.; (v) CD ROMA 2 S.r.l.,.

Il corrispettivo complessivo corrisposto ciascun anno dai suddetti *franchisee* per l'affitto dei rami di azienda afferenti i predetti punti vendita è complessivamente pari a 912 milioni di Lire anno. I suddetti punti vendita sono stati aperti e allestiti da CDC, al fine di accelerare i tempi di apertura, nelle more della costituzione delle società-*franchisee* cui, successivamente, sono stati concessi in affitto di ramo di azienda.

Pluricom

Nell'aprile 2000, Interfree ha stipulato un accordo con Pluricom S.r.l., società controllata da C.D.C. S.r.l., per la fornitura di articoli e contenuti da pubblicare sul portale di Interfree (www.interfree.it). Pluricom, società editrice della rivista Mc Microcomputer, si è impegnata a fornire detti articoli e contenuti ad Interfree in via esclusiva. Quale corrispettivo per i servizi prestati da Pluricom, Interfree si è impegnata ad inserire in modo visibile la fonte di ogni articolo pubblicato, aggiungendo logo e URL di Pluricom e/o della testata giornalistica che ha redatto l'articolo.

1.2.18 Strategia

Il principale obiettivo di CDC è essere uno dei *leader* italiani del mercato dell'*Information and Communication Technology (ICT)*. La Società intende, pertanto, rafforzare il proprio ruolo di operatore integrato nel mercato dell'ICT, mediante: (i) lo sviluppo della nuova rete di telecomunicazioni; (ii) l'offerta di servizi Internet innovativi; (iii) l'ampliamento della attività di *E-commerce Business to Business* e *E-commerce Business to Consumer*; (iv), il consolidamento della propria *leadership* nel settore della distribuzione di prodotti informatici e della produzione di personal computer e *small server*.

Sviluppo della rete di telecomunicazioni

Come descritto nel precedente Paragrafo 1.2.5.2, un elemento fondamentale della strategia del gruppo CDC è costituito dallo sviluppo della rete di telecomunicazioni di Policom che consentirà: la gestione e garanzia della qualità del servizio; l'offerta al pubblico di servizi a valore aggiunto ad alto contenuto di innovazione; il progressivo potenziamento dell'infrastruttura trasmissiva e l'espansione della rete verso una maggiore capillarità e presenza sul territorio.

La società ritiene che il rapido sviluppo del *business* nel settore delle telecomunicazioni potrà essere realizzato grazie alle notevoli sinergie tra le società del gruppo CDC nel settore della distribuzione di prodotti informatici e dei servizi Internet.

Infatti, la società ritiene che nel mercato *consumer* esistano forti opportunità di integrazione tra (i) gli oltre 350 punti vendita sull'intero territorio nazionale, che costituiscono la rete distributiva di CDC, nei quali è stimato l'ingresso di circa 3,5 milioni di clienti per anno, (ii) il *database* di circa 1,2 milioni di clienti registrati del gruppo CDC; (iii); gli oltre 420.000 iscritti al servizio di connessione gratuita ad Internet di Interfree.

Nel mercato *small business* la società ritiene che le migliori opportunità siano rappresentate dall'esistenza di un duplice ordine di potenziali clienti dei servizi di telecomunicazioni, rappresentati (i) in via diretta dalla clientela *business* del gruppo CDC, costituita dagli oltre 18.000 rivenditori di prodotti informatici e software house del canale Cash & Carry, dalle imprese e studi professionali che degli altri canali *retail* della rete di distribuzione di CDC (Computer Discount e Amico) e (ii) in via indiretta, dalla clientela *business* dei suddetti rivenditori di prodotti informatici e delle *software house*.

La società intende privilegiare, quale strategia di ingresso nei mercati, la presenza nelle città di provincia e nei distretti industriali caratterizzati da alti volumi di traffico, dalla radicata presenza della rete di CDC e dalla prevista minore concorrenza da parte di altri operatori del settore.

Un'ulteriore linea di sviluppo del gruppo CDC nel settore delle telecomunicazioni, attribuisce grande importanza alle alleanze e *partnership* strategiche. A tal fine si intendono ricercare intese con tre principali categorie di soggetti: (i) operatori telefonici, anche locali, per lo sviluppo di accordi relativi all'interconnessione al cliente finale (c.d. "ultimo miglio"); (ii) *partner* tecnologici, per lo sviluppo di servizi avanzati di telecomunicazioni; (iii) fornitori di servizi ausiliari correlati all'attività di telecomunicazioni, quali banche, assicurazioni e società finanziarie.

Sviluppo del Portal specializzato

CDC intende sviluppare l'attuale Portal Interfree, creando un Portal specializzato (cd. Vortal) nell'informazione tecnologica e nei prodotti tecnologici (informatica, elettronica, foto/video digitale, telefonia, etc.). Il Vortal tecnologico di CDC offrirà alla propria community servizi di informazione e aggiornamento dedicati alle novità nel settore delle nuove tecnologie, servizi di mailing list, chat e newsgroup tecnologici, nonché sarà utilizzato come piattaforma per l'offerta di servizi di *E-commerce* di prodotti legati all'informatica, all'elettronica e al digitale.

E-commerce

CDC intende consolidare la propria posizione nell'*E-commerce B2C*, massimizzando l'esperienza acquisita in tale settore nell'*E-commerce B2B*.

In particolare, CDC intende utilizzare il proprio Portale Interfree quale accesso ad una rete virtuale di negozi specializzati nelle tecnologie, così da poter offrire agli utenti della community "Club Interfree" non solo servizi specializzati di natura informativa, attraverso i propri servizi di community, ma anche la possibilità di acquistare *on-line* prodotti tecnologici. Per i servizi di *e-payment*, CDC beneficerà dell'esperienza maturata nel settore dell'*E-commerce B2B*, nel quale CDC utilizza una propria piattaforma di pagamento.

CDC ritiene che la propria presenza sul territorio italiano, attraverso gli oltre 350 punti vendita della rete di distribuzione, sia un elemento fondamentale per lo sviluppo dei propri servizi di *E-commerce B2C*. Gli utenti della community Interfree che intendano acquistare prodotti informatici attraverso i canali di vendita virtuale di CDC potranno, infatti, non solo usufruire dei servizi *on line*, ma potranno rivolgersi direttamente ai punti vendita per ricevere assistenza. Attualmente, CDC sta, inoltre, implementando un innovativo programma per la gestione di un *virtual shop*, che permetterà agli utenti del Club Interfree di navigare all'interno di un punto vendita virtuale.

CDC utilizzerà la propria esperienza nel settore della distribuzione e il proprio innovativo sistema di logistica per garantire alla propria clientela un servizio altamente efficiente nella fase di consegna dei prodotti venduti. CDC intende, inoltre, fornire a soggetti terzi, che vogliano utilizzare Interfree quale Portal per il loro *E-commerce*, il proprio *know how* e i propri servizi di logistica. Il nuovo impianto logistico di CDC è stato, infatti, concepito per poter soddisfare fabbisogni ampiamente superiori a quelli attuali di CDC.

Sviluppo e consolidamento della propria rete di distribuzione

CDC intende consolidare il proprio ruolo di *leader* della distribuzione di prodotti informatici in Italia attraverso l'apertura di nuovi punti vendita.

In particolare, CDC prevede di aprire entro la fine del 2000 20 punti vendita Computer Discount, 22 punti vendita Compy e 2 Cash & Carry.

1.3 Patrimonio Immobiliare

CDC, attraverso la società controllata Micronica S.r.l., è proprietaria di un immobile sito in Pontedera, Via Calabria n. 1 nella Zona Industriale di Gello, con superficie coperta di circa mq. 13.500, con destinazione industriale, in parte concesso ad uso uffici a CDC.

1.4 Beni in uso

Immobili in locazione

La situazione degli immobili in locazione alla data del presente Prospetto Informativo è la seguente:

Località	Uso	Indirizzo	Superficie (mq)
Ancona	Cash & Carry	Via Grandi 13	1.100
Bari	Cash & Carry	Via Amendola 106	900
Cagliari	Cash & Carry	Viale Marconi 212	650
Cagliari	Computer Discount	Viale Marconi 222	300
Casalnuovo (NA)	Cash & Carry	Via Nazionale Puglie km36400	800
Cinisello Balsamo (Mi)	Cash & Carry	Viale Fulvio testì 188	1.940
Fornacette	Magazzino	Via Fermi 34	820
Fornacette	Magazzino	Via Toscoromagnola	910
Fornacette	Magazzino	Piazza Fermi	1.000
Fornacette	Magazzino	V.Fermi-V.Toscoromagnola	1.910
Fornacette	Produzione	Via Dante Alighieri	1.000
Milano	Computer Discount	Piazzale Cardona	220
Milano	Cash & Carry	Via Montalbino 4	984
Milano	Computer Discount	Piazza Principessa Clotilde 8	270
Milano	Computer Discount	Via Cenisio 61	200
Milano	Computer Discount	Stazione Centrale	15
Napoli	Computer Discount	Via C.Colombo 55-6-7-8-9 60	180
Peschiera Borromeo (MI)	Cash & Carry	Via G. Di Vittorio 61	780
S.Giovanni Teatini (Ch)	Cash & Carry	Via Pietro Nenni	700
Sesto Fiorentino (Fi)	Cash & Carry	Via Arno 90	1.065
Settimo Torinese (to)	Cash & Carry	Via Regio Parco 82	1.000
San Lazzaro di Savena (Bo)	Cash & Carry	Via Ca' Ricchi 20-22	1.000
Padova	Cash & Carry	Via Portogallo 11	960
Roma	Cash & Carry	Via Cerzeto	540
Roma	Cash & Carry	Via Idrovore Magliana 175	1.000
Roma	Computer Discount	Via C.Colombo 211-3-5-7-9	200
Verona	Computer Discount	Largo don Bosco 4/5	170

Beni in locazione finanziaria

La seguente tabella indica gli investimenti in contratti di locazione finanziaria di CDC S.p.A al 31 dicembre 1999:

Tipologia beni	Numero contratti	Canoni di leasing in scadenza				
		2000	2001	2002	2003	Totale
Arredamenti e attrezzature Negozi	9	324	245	149	56	774

Per l'esercizio 2000 non è attualmente prevista la stipulazione di nuovi contratti di leasing.

Nell'aprile 2000 è stata acquisita la Società Micronica S.r.l. (cfr. Capitolo 5, Paragrafo 5.1), la quale ha stipulato nel dicembre 1999 un contratto di locazione finanziaria relativo all'acquisto dell'impianto completo di movimentazione logistica che è previsto entri in funzione a pieno regime nel settembre del 2000 di valore capitale pari a Lire 14.058 milioni. Detto contratto, della durata di cinque anni, prevede il pagamento di n. 59 canoni mensili di Lire 127 milioni con decorrenza a partire dal primo giorno del mese successivo a quello di consegna del bene (previsto nell'agosto/settembre 2000), un valore di riscatto di Lire 141 milioni ed un maxicanone di Lire 7.029 milioni già pagato al 31 dicembre 1999.

1.5 Eventi eccezionali

Nell'ultimo triennio non si sono verificati eventi eccezionali che abbiano influito sull'attività di CDC.

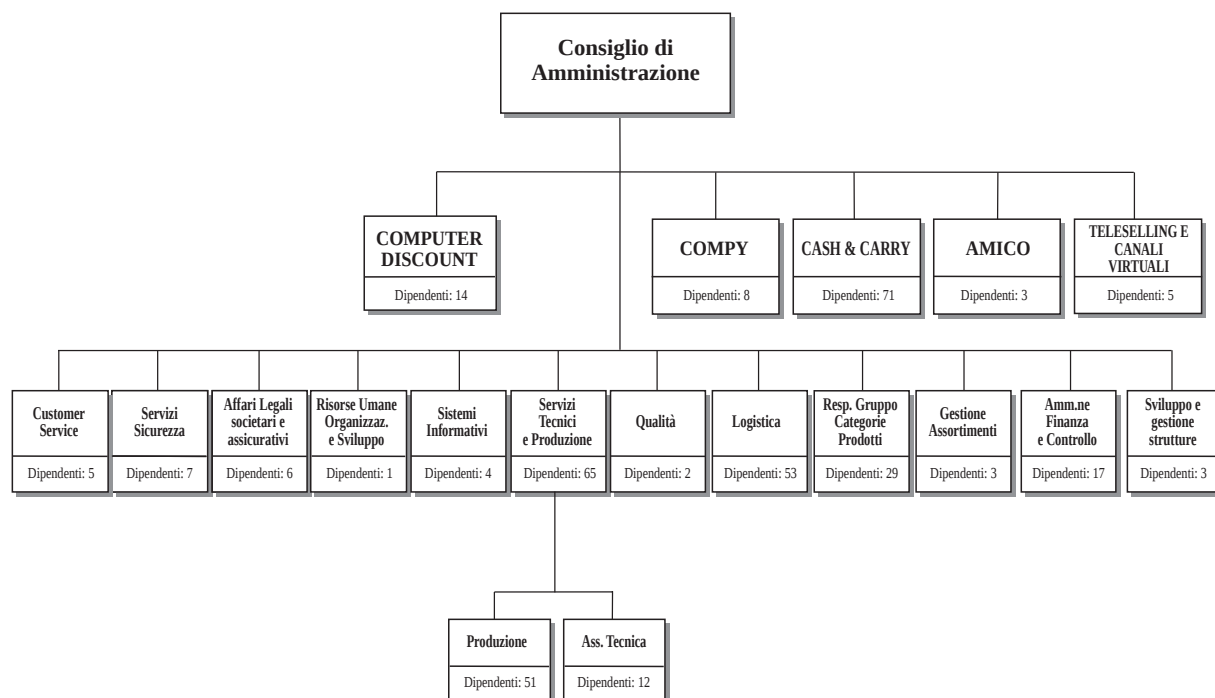
1.6 Altre informazioni su CDC

1.6.1 Il Management di CDC – Responsabili chiave

Responsabile	Funzione
Luca Arletti	Responsabile Canale Compy
Michele Barsacchi	Responsabile Gestione Rete di Telecomunicazione
Sandro Bertelli	Responsabile Servizi Tecnici e Produzione
Maurizio Cavalli	Responsabile delle Attività Interfree
Flavio Catelani	Responsabilie Qualità
Andrea Del Chicca	Responsabile Risorse Umane, Organizzazione e Sviluppo
Claudio Dini	Responsabile del canale Cash & Carry
Valtere Fiori	Responsabile Logistica
Luciana Lecci	Responsabile Gestione Assortimenti
Simonetta Meini	Responsabile Gruppo Categorie Prodotti
Marco Pandinelli	Responsabile Gruppo Categorie Prodotti
Sergio Pistolesi	Responsabile Sviluppo Rete di Telecomunicazione
Luca Pucciarelli	Responsabile Servizi Sicurezza
Paolo Soldaini	Responsabile Gestione Franchisee Computer Discount
Pier Giorgio Spagli	Responsabile Marketing di Canale Computer Discount

a) Organigramma funzionale di CDC

Alla data del presente Prospetto Informativo, l'organigramma funzionale di CDC è il seguente:



b) Il Personale dipendente di CDC

Alla data del 30 aprile 2000, il personale complessivo del Gruppo CDC era di 297.

L'evoluzione della composizione del personale del Gruppo CDC nell'ultimo triennio è indicata nella seguente tabella:

Categorie	1997		1998		1999	
	Media	31 dicembre	Media	31 dicembre	Media	31 dicembre
Dirigenti	2	2	1	1	2	2
Impiegati	106	115	120	125	137	150
Operai	38	42	46	49	62	75
Totale	146	159	167	175	201	227

CDC e le società del gruppo CDC non hanno mai fatto ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni.

1.6.2 Investimenti

Investimenti in corso di attuazione

L'ammontare dei principali investimenti effettuati da CDC negli ultimi tre esercizi e nei primi tre mesi dell'esercizio in corso è riportato nella seguente tabella:

(Lire milioni)	31.12.1997		31.12.1998		31.12.1999		31.03.2000	
	Leasing	Acquisti	Leasing	Acquisti	Leasing	Acquisti	Leasing	Acquisti
Attrezzature industriali e commerciali	490	1.176	200	1.080	0	1.078	-	2
Terreni e fabbricati		0	0	46	0	0	-	-
Impianti e macchinari	0	671	0	382	0	614	-	26
Altri beni	0	530	0	605	0	954	-	53
Costi di impianto e ampliamenti	0	0	0	0	0	70	-	-
Concessioni, licenze, marchi e simili	0	119	0	246	0	25.366	-	17
Altre immobilizzazioni immateriali	0	756	0	824	0	758	-	141

Per ulteriori informazioni sugli investimenti effettuati da CDC nel triennio 1997 – 1999 si rinvia al successivo Capitolo 4, Paragrafo 4.4.4.

Investimenti futuri

Il piano di investimenti futuri della Società sarà principalmente concentrato sugli investimenti per l'avvio delle nuove attività nel campo delle telecomunicazioni da parte delle Società Policom S.p.A. e Interfree S.p.A. I nuovi investimenti nei settori telecomunicazione e Internet sono indicativamente stimabili in circa Lire 54 miliardi da sostenersi nel triennio 2000-2002 per l'attività di Interfree S.p.A. e in circa Lire 63 miliardi da sostenersi nel medesimo triennio per l'attività di Policom S.p.A. che comprendono i 45 miliardi di Lire destinati alla realizzazione della rete di telecomunicazioni. Gli investimenti previsti per Interfree S.p.A. sono riconducibili per circa la metà a costi immateriali di start-up relativi alla penetrazione commerciale e per l'ulteriore 50% a costi tecnici per investimenti funzionali all'operatività di ISP e allo sviluppo prodotti. Per Policom S.p.A. gli investimenti sono sostanzialmente riconducibili ad acquisto e installazione di centrali telefoniche, nonché adeguamento dei locali e sviluppo software.

1.6.3 Ricerca e sviluppo

Alla data del presente Prospetto, CDC non svolge specificamente attività di ricerca. I settori della distribuzione di prodotti informatici e delle telecomunicazioni comportano, comunque, per CDC un costante e approfondito monitoraggio e analisi del mercato, dei prodotti e dei servizi.

1.6.4 Procedimenti giudiziari ed arbitrali

CDC è parte in un limitato numero di procedimenti legali, derivanti dal normale svolgimento dell'attività economica. CDC ritiene che detti procedimenti, sia singolarmente che congiuntamente considerati, non possano avere effetti di rilievo sull'attività, sulla situazione finanziaria o sui risultati economici della Società. Il contenzioso in essere è stato debitamente analizzato da CDC e, alla luce di tale analisi, le società del gruppo CDC espongono nei propri bilanci un appostamento nella misura ritenuta congrua nelle circostanze, ovvero ne hanno dato menzione nella nota integrativa al bilancio, ove ritenuto opportuno, secondo corretti principi contabili.

1.6.5 Posizione e contenzioso fiscale.

Ultimo esercizio definito

Gli ultimi esercizi definiti di CDC e delle società controllate sono il 1993, ai fini delle imposte sul reddito, e il 1994, ai fini dell'imposta sul valore aggiunto.

Perdite fiscali riportabili a nuovo

Né CDC, né le società controllate hanno perdite fiscali riportabili a nuovo.

Esenzioni o riduzioni d'imposta

Né CDC né le società controllate fruiscono, o hanno fruito nell'ultimo triennio, di alcuna esenzione di imposta.

CDC nel 1997 ha fruito della riduzione IRPEG per effetto dell'applicazione della *dual income tax* (DIT), in misura ritenuta non significativa dalla Società.

Nel 1997 e nel 1998, Micronica ha beneficiato della riduzione IRPEG per effetto dell'applicazione della *dual income tax*. Nei suddetti esercizi si è generata una eccedenza di reddito agevolabile, pari a complessive Lire 315.010.000, computabili nei cinque periodi d'imposta successivi.

Contenzioso fiscale

La Società ritiene che il contenzioso fiscale di cui CDC e le sue controllate sono parti sia di importo non significativo.

In data 12 giugno 2000, è stata avviata dalla Guardia di Finanza "*una verifica generale ai fini dell'IVA, delle Imposte Dirette e degli altri tributi*". Sulla base delle informazioni disponibili alla Società, si tratta di una verifica rientrante nei normali accertamenti fiscali.

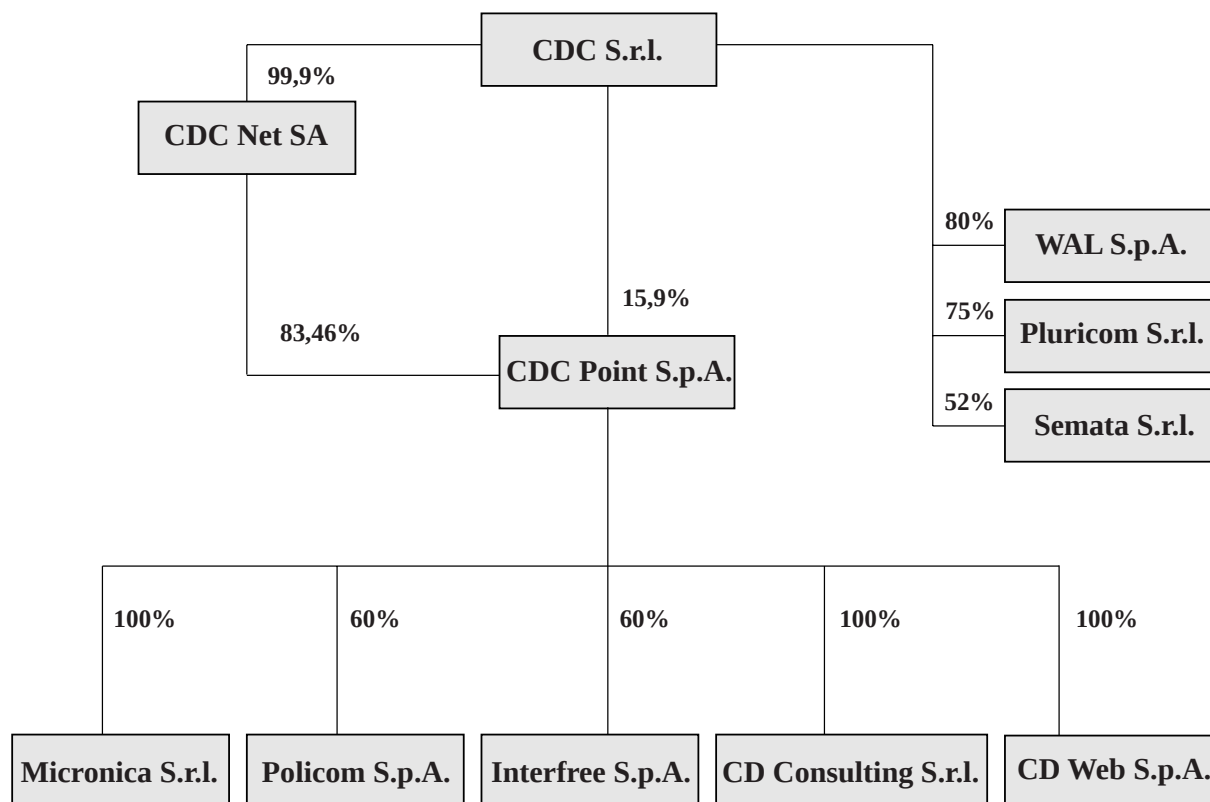
Data la concomitanza dei fatti sopra riferiti con l'avvio della presente Offerta Pubblica e anche nell'interesse del mercato, la C.D.C. S.r.l. — che alla data del presente Prospetto Informativo controlla, direttamente ed indirettamente, circa il 99,9% del capitale sociale della CDC Point S.p.A. — in data 16 giugno 2000 ha rilasciato una garanzia a favore di CDC Point S.p.A. ai sensi della quale si è impegnata irrevocabilmente a tenere la stessa indenne e manlevata da ogni passività (non coperta da fondi rischi specifici iscritti in bilancio) derivante da eventuali violazioni di norme tributarie con riguardo alla suddetta verifica della Guardia di Finanza. L'obbligo di indennizzo e manleva si riferisce all'integralità degli importi posti a carico della CDC Point S.p.A. ed alle passività, a qualsiasi titolo richieste, siano esse a titolo definitivo o soltanto provvisorio, per imposte, tributi, tasse, sanzioni, interessi, oneri, costi e spese (ivi incluse le spese per consulenti, procedimenti legali o contenziosi) relativi, dipendenti o connessi alla suddetta verifica della Guardia di Finanza. La garanzia di C.D.C. S.r.l. è altresì concessa nei confronti delle società controllate da CDC Point S.p.A. nel caso in cui la suddetta verifica della Guardia di Finanza comporti l'estensione della stessa anche a queste società. A garanzia degli obblighi di indennizzo e manleva, C.D.C. S.r.l. provvederà altresì a costituire un deposito vincolato presso un primario istituto bancario italiano per l'importo di lire dieci miliardi e per la durata di ventiquattro mesi, a partire dalla data di avvio delle negoziazioni delle azioni CDC Point S.p.A. sul Nuovo Mercato. La garanzia di C.D.C. S.r.l. è rilasciata per un importo pari al valore di borsa, alla data di avvio delle negoziazioni sul Nuovo Mercato, delle azioni di CDC Point S.p.A. possedute direttamente o indirettamente da C.D.C. S.r.l. a tale data. La garanzia potrà essere escussa dalla CDC Point S.p.A. a prima richiesta, a condizione che contestualmente la stessa consegni alla C.D.C. S.r.l. copia della richiesta esecutiva di pagamento da parte dell'Amministrazione Finanziaria per i suddetti titoli e salvo il diritto di opporsi agli accertamenti e di percorrere i vari gradi del giudizio. Per fornire alla CDC Point S.p.A. i mezzi finanziari necessari per effettuare l'eventuale pagamento esecutivo richiesto, dal momento della ricezione della richiesta stessa, e qualora il deposito vincolato non fosse sufficiente, C.D.C. S.r.l. metterà a disposizione la somma necessaria cosicché la CDC Point S.p.A. non abbia a subire, neppure

sotto il profilo finanziario, alcun onere o pregiudizio in relazione a tali eventuali passività. E' previsto che, qualora ne vengono meno i presupposti — a richiesta di C.D.C. S.r.l., previa approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione di CDC Point S.p.A. e parere positivo da parte della società incaricata della revisione contabile nominata ai sensi dell'Art. 159 del D.Lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 — la garanzia sia ridotta o azzerata.

1.7 Informazioni sul Gruppo CDC

Alla data del presente Prospetto Informativo, CDC S.p.A. è controllata all'83,46% da CDC Net SA e partecipata al 15,90% da CDC S.r.l. e allo 0,64% da altri azionisti di minoranza. CDC Net SA, società di diritto lussemburghese, è a sua volta controllata al 99,9% da C.D.C. S.r.l., Quest'ultima è controllata pariteticamente dai coniugi Giuseppe Diomelli e Floriana Andolfi, ciascuno titolare di una partecipazione del 50% del capitale sociale. Il seguente grafico indica le società del Gruppo CDC alla data del presente Prospetto Informativo.

Il seguente grafico indica le società del Gruppo CDC alla data del presente Prospetto Informativo.



Micronica S.r.l. Costituita in data 9 maggio 1990 e acquisita da CDC in data 6 aprile 2000 (cfr. Capitolo 5, Paragrafo 5.1), ha sede legale in Pontedera, Via Calabria, n. 1. Micronica ha un capitale sociale di Lire 5.000.000.000, interamente sottoscritto e versato, ed ha ad oggetto la produzione e la vendita di prodotti informatici, nonché il ricevimento, lo stoccaggio, l'assemblaggio, il confezionamento, il deposito, la spedizione e la custodia di merci.

Interfree S.p.A. Costituita in data 20 luglio 1999, ha sede legale in Calcinaia (Pi), frazione Fornacette, Piazza E. Fermi snc, Interfree ha un capitale sociale di Lire 10.000.000.000, sottoscritto per 4.000.000.000 ed ha ad oggetto la progettazione, realizzazione, gestione, manutenzione e commercializzazione, anche per corrispondenza, di reti, prodotti e servizi di telecomunicazioni, teleinformatica, informatica ed elettronica

in postazione fissa e mobile inclusi i sistemi satellitari e le radio comunicazioni di qualsiasi genere. La quota del capitale sociale di Interfree non controllata da CDC è partecipata al 21% da C.D.C. S.r.l., al 10% da Dada S.p.A., al 6% dai coniugi Diomelli, al 2% da Paolo Barberis, Presidente del Consiglio di Amministrazione di Dada S.p.A. e all'1% da Maurizio Cavalli, amministratore delegato di Interfree. Interfree ha iniziato ad operare nell'ottobre 1999 e al 31 dicembre 1999 presentava un volume di ricavi non significativo (cfr. Capitolo 4, Paragrafo 4.4.1).

Policom S.p.A. Costituita in data 15 settembre 1999, ha sede legale in Calcinaia (Pi), frazione Fornacette, Piazza E. Fermi snc. Policom ha un capitale sociale di Lire 10.000.000.000, sottoscritto per 1.000.000.000 ed ha ad oggetto la progettazione, realizzazione, gestione, manutenzione e commercializzazione, anche per corrispondenza, di reti, prodotti e servizi di telecomunicazioni, teleinformatica, informatica ed elettronica in postazione fissa e mobile inclusi i sistemi satellitari e le radio comunicazioni di qualsiasi genere. La quota del capitale sociale di Policom non controllata da CDC è partecipata al 15% da C.D.C. S.r.l., al 12% dai coniugi Diomelli, al 5% da Roberto Saviane, amministratore delegato di Policom, e al rimanente 8% da altri soci di minoranza. È previsto che Policom inizia ad operare nel settembre 2000.

CD Consulting S.r.l. Costituita in data 28 settembre 1995 e acquista da CDC in data 6 aprile 2000, ha sede legale in Calcinaia (Pi), frazione Fornacette, Piazza E. Fermi snc. CD Consulting ha un capitale sociale di Lire 20.000.000, interamente sottoscritto e versato, ed ha ad oggetto la prestazione di servizi, di consulenza, di assistenza nei confronti di aziende commerciali, industriali e servizi, nel settore tecnico organizzativo, delle tecniche di mercato, di logistica, di marketing, di comunicazione, di controllo gestione, di elaborazione dati, della meccanizzazione, in specie con fornitura di *software* per elaborazioni di natura gestionale e finanziaria con esclusione della produzione e commercializzazione di *hardware* (cfr. Capitolo 5, Paragrafo 5.1).

CD Web S.p.A. Costituita in data 15 dicembre 1999, ha sede legale in Calcinaia (Pi), frazione Fornacette, Piazza E. Fermi snc. CD Web ha un capitale sociale di Lire 200.000.000, interamente sottoscritto e versato, ed ha ad oggetto il commercio all'ingrosso, per corrispondenza e/o al minuto di elaboratori elettronici e loro componenti, software, prodotti e materiali elettronici in genere, prodotti per telefonia e telematica, di apparecchi fotografici, cinematografici e ottici ed apparecchi per la riproduzione del suono e dell'immagine, nonché l'assistenza tecnica relativa a tali prodotti; il commercio all'ingrosso, per corrispondenza e/o al minuto di tutti i prodotti non alimentari; la progettazione, realizzazione, gestione, manutenzione e commercializzazione, anche per corrispondenza di reti, prodotti, servizi e sistemi di telecomunicazioni, teleinformatica, informatica e elettronica in postazione fissa e mobile, inclusi i sistemi satellitari e le radio comunicazioni di qualsiasi genere; attività di collegamento e supporto per il conseguimento dello scopo sociale, quali: attività editoriali, pubblicitarie, informatiche, telematiche, multimediali e di intermediazione commerciale. CD Web ha iniziato ad operare nel mese di aprile 2000.

Alla data del presente Prospetto, la società Polinet, costituita in data 15 dicembre 1999, non svolge alcuna attività operativa e non ha alcun dipendente. Polinet è controllata al 60% da CDC.

C.D.C. S.r.l. a sua volta controlla le società WAL S.p.A. all'80%, Pluricom S.r.l. al 75% e Semata S.p.A. al 52%.

WAL S.p.A. Costituita in data 9 febbraio 2000, ha sede legale in Milano, Via Asiago, n. 45. WAL ha un capitale sociale di Euro 500.000, interamente sottoscritto e versato, ed ha ad oggetto la progettazione e la realizzazione di siti Internet e di prodotti editoriali o audiovisivi, la prestazioni di servizi nel campo delle ricerche di mercato, della pianificazione strategica, della informativa.

Pluricom S.r.l. Costituita in data 14 dicembre 1998, ha sede legale in Roma, Viale Ettore Franceschini, n. 73. Pluricom ha un capitale sociale di Lire 150.000.000, interamente sottoscritto e versato, ed ha ad oggetto l'edizione, redazione, traduzione, pubblicazione diffusione e vendita di riviste, libri, pubblicazioni periodiche e ogni altro prodotto editoriale, nonché la realizzazione di *software*. Pluricom è titolare della rivista MC Microcomputer.

Semata S.r.l. Costituita in data 17 marzo 1998, ha sede legale in Pisa, Via Case Dipinte, n. 17. Semata ha un capitale sociale di Lire 190.000.000, interamente sottoscritto e versato, ed ha ad oggetto la ricerca nel campo dell'informatica, la progettazione, la produzione, la fornitura, lo sviluppo, la manutenzione, l'installazione e l'integrazione di sistemi informativi, programmi per elaboratori elettronici e terminali intelligenti.

Capitolo 2. Informazioni relative agli organi sociali

2.1 Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione in carica è stato nominato dall'Assemblea del 30 giugno 1999 per il triennio 1999 -2002. I Componenti del Consiglio di Amministrazione, domiciliati per la carica presso CDC, sono i seguenti:

Nome e cognome	Carica	Luogo e data di nascita
Giuseppe Diomelli	Presidente	Pontedera (Pi) 10 gennaio 1949
Claudio Andolfi	Consigliere	Casciana Terme (Pi) 30 giugno 1957
Paolo Lenzi*	Consigliere	Pontedera (Pi) 19 gennaio 1953
Enrico Barachini(**)	Consigliere	Pisa 27 luglio 1935
Mario Garraffo(**)	Consigliere	Giarre (CT) 2 agosto 1937

* Paolo Lenzi ricopre anche il ruolo di Direttore Generale

** Amministratori indipendenti nominati dall'Assemblea di CDC in data 21 aprile 2000 con scadenza 30 giugno 2002 secondo le disposizioni del Codice Corporate Governance della Borsa Italiana.

Il comitato esecutivo in carica è stato nominato dal Consiglio di Amministrazione del 5 aprile 2000 ed è composto da Giuseppe Diomelli, Claudio Andolfi e Paolo Lenzi.

2.2 Collegio Sindacale

Il Collegio Sindacale in carica è stato nominato dall'Assemblea del 30 giugno 1999 per il triennio 1999 — 2002. I componenti del Collegio Sindacale, domiciliati per la carica presso CDC, sono i seguenti:

Nome e cognome	Carica	Luogo e data di nascita
Enzo Polidori	Presidente	Palaia (Pi) 19 maggio 1942
Enrico Fabbri	Sindaco effettivo	Laiatico (Pi) 12 giugno 1930
Daniela Carli	Sindaco effettivo	Pontedera (Pi) 17 ottobre 1951
Stefano Vallini	Sindaco supplente	Pontedera (Pi) 11 marzo 1960
Giulietta Deri	Sindaco supplente	Lari (Pi) 12 marzo 1954

2.3 Dirigenza

La seguente tabella indica i principali dati relativi ai dirigenti di CDC.

Nome e cognome	Data di nascita	Anzianità di servizio	Funzioni e Società di appartenenza
Simonetta Meini	23 agosto 1961	12 febbraio 1988	Responsabile Gruppo Categorie Prodotti - CDC
Marco Pandinelli	19 febbraio 1963	3 febbraio 1997	Responsabile Gruppo Categorie Prodotti - CDC

2.4 Principali attività svolte dai componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, dal Direttore Generale al di fuori di CDC, aventi rilevanza per la società stessa

Le seguenti tabelle indicano le principali attività svolte dai componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale, nonché dal Direttore Generale.

Consiglio di Amministrazione

Nome e Cognome	Attività
Giuseppe Diomelli	Presidente del Consiglio di Amministrazione di Interfree S.p.A e di Policom S.p.A., Amministratore Unico di Polinet S.p.A. e CD Web S.p.A.. Consigliere di Amministrazione di WAL S.p.A.
Claudio Andolfi	Amministratore Unico di Micronica S.r.l., Presidente del Consiglio di Amministrazione di CD Consulting S.r.l., Consigliere di Pluricom S.r.l., di Policom S.p.A. e di Interfree S.p.A.
Paolo Lenzi(*)	Amministratore unico di SOFIM S.r.l., Consigliere di Amministrazione di CD Consulting e di Policom.
Enrico Barachini	Presidente del Consiglio di Amministrazione Casse del Tirreno S.p.A., Consigliere di Amministrazione di Piaggio S.p.A., Parmalat S.p.A., Alleanza Assicurazioni S.p.A.
Mario Garraffo	Consulente

(*) Paolo Lenzi ricopre anche il ruolo di Direttore Generale

Collegio Sindacale

Nome e Cognome	Attività
Enzo Polidori	Presidente del Collegio Sindacale di CDC S.r.l., Micronica S.r.l., SOFIM S.r.l., Interfree S.p.A., Policom S.p.A., CD Web S.p.A. e Polinet S.p.A..
Enrico Fabbri	Sindaco effettivo del Collegio Sindacale di C.D.C. S.r.l..
Daniela Carli	Sindaco effettivo di CDC S.r.l., Micronica S.r.l, Policom S.p.A., CD Web S.p.A. Polinet S.p.A. e SOFIM S.r.l.
Stefano Vallini	Sindaco supplente in CDC S.r.l., Interfree S.p.A., Policom S.p.A., CD Web S.p.A. e Polinet S.p.A.
Giulietta Deri	Sindaco effettivo di Micronica S.r.l., SOFIM S.r.l..

2.5 Compensi destinati nell'ultimo esercizio a qualsiasi titolo e sotto qualsiasi forma ai componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e al Direttore Generale CDC e da società direttamente o indirettamente controllate

Per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 1999, i compensi destinati a qualsiasi titolo e sotto qualsiasi forma ai componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e al Direttore Generale da parte di CDC e delle sue controllate sono stati i seguenti:

Consiglio di Amministrazione

(Lire)	Da CDC	Da società direttamente o indirettamente controllate
Giuseppe Diomelli	1.800.000.000	-
Claudio Andolfi	240.000.000	-
Paolo Lenzi(*)	240.000.000	-
Enrico Barachini (**)	-	-
Mario Garraffo (**)	-	-
Totale	2.280.000.000	-

(*) Paolo Lenzi ricopre anche il ruolo di Direttore Generale.

(**) Nominati in data 21 aprile 2000.

Collegio Sindacale

(Lire)	Da CDC	Da società direttamente o indirettamente controllate
Enzo Polidori	6.120.000	1.836.000
Enrico Fabbri	8.976.000	-
Daniela Carli	8.976.000	5.304.000
Stefano Vallini	-	-
Giulietta Deri	-	5.304.000
Totale	24.072.000	12.444.000

I compensi sopra indicati comprendono gli emolumenti ed ogni altra somma avente natura retributiva, previdenziale ed assistenziale dovuta per lo svolgimento della funzione.

2.6 Azioni di CDC e delle sue controllate, detenute direttamente o indirettamente dai componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e dal Direttore Generale.

Alla data del presente Prospetto, i componenti il Consiglio di Amministrazione e il Direttore Generale di CDC detengono le seguenti partecipazioni:

CDC

Nome e cognome	Direttamente		Indirettamente		Totale	
	n. azioni	% cap. soc.	n. azioni	% cap. soc.	n. azioni	% cap. soc.
Giuseppe Diomelli (*)	7.176	0,07%	-	-	7.176	0,07%
Claudio Andolfi	26.000	0,25%	-	-	26.000	0,25%
Paolo Lenzi (**)	26.000	0,25%	-	-	26.000	0,25%
Enrico Barachini	-	-	-	-	-	-
Mario Garraffo	-	-	-	-	-	-

(*) Floriana Andolfi, coniuge di Giuseppe Diomelli, detiene n. 7.176 azioni, pari allo 0,07% del capitale sociale.

(**) Paolo Lenzi ricopre anche il ruolo di Direttore Generale.

Interfree

Nome e cognome	Direttamente		Indirettamente		Totale	
	n. azioni	% cap. soc.	n. azioni	% cap. soc.	n. azioni	% cap. soc.
Giuseppe Diomelli(*)	12.000	3%	-	-	12.000	3%
Claudio Andolfi	-	-	-	-	-	-
Paolo Lenzi	-	-	-	-	-	-
Enrico Barachini	-	-	-	-	-	-
Mario Garraffo	-	-	-	-	-	-

(*) Floriana Andolfi detiene n. 6.000 azioni, pari allo 3% del capitale sociale.

Policom

Nome e cognome	Direttamente		Indirettamente		Totale	
	n. azioni	% cap. soc.	n. azioni	% cap. soc.	n. azioni	% cap. soc.
Giuseppe Diomelli ^(*)	10.000	10%	-	-	10.000	10%
Claudio Andolfi	2.000	2%-	-	-	2.000	2%-
Paolo Lenzi	-	-	-	-	-	-
Enrico Barachini	-	-	-	-	-	-
Mario Garraffo	-	-	-	-	-	-

* Floriana Andolfi detiene n. 2.000 azioni, pari allo 2% del capitale sociale.

Nessuno dei componenti il Consiglio di Amministrazione di CDC detiene azioni di Micronica S.r.l., di CD Consulting S.r.l. e di CD Web S.p.A. Nessuno dei componenti il Collegio Sindacale detiene azioni del Gruppo CDC.

2.7 Interessi dei componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e del Direttore Generale in operazioni straordinarie

Nessuno dei componenti il Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, né il Direttore Generale, ha avuto interessi in operazioni straordinarie effettuate dalla società nell'ultimo esercizio o nell'esercizio in corso, né in operazioni comunque pendenti.

2.8 Interessi dei dirigenti rispetto a CDC ed al gruppo ad essa facente capo.

Nessuno dei dirigenti ha interessi rispetto a CDC e alle società controllate.

2.9 Prestiti e garanzie concessi da CDC o da società controllate ai componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e al Direttore Generale

Alla data del presente Prospetto, non risultano in essere prestiti erogati da CDC o società controllate ad Amministratori, Sindaci della Società o al Direttore Generale, né vi sono garanzie costituite a favore di Amministratori, Sindaci o del Direttore Generale da parte di CDC o sue controllate.

Capitolo 3. Informazioni relative agli assetti proprietari

3.1 Composizione dell'azionariato di CDC

La seguente tabella indica gli azionisti di CDC alla data del presente Prospetto:

	N. azioni possedute	Percentuale sul totale capitale sociale
CDC Net SA	8.680.000	83,46%
C.D.C. S.r.l.	1.651.048	15,88%
Azionisti di minoranza	68.952	0,66%
Totale	10.400.000	100,00 %

CDC Net SA è controllata al 99,9% da C.D.C. S.r.l. che a sua volta è controllata pariteticamente dai coniugi Diomelli (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.7).

3.2 Descrizione dell'azionariato risultante a seguito dell'Offerta Globale

La seguente tabella indica gli azionisti di CDC nell'ipotesi di integrale adesione all'Offerta Globale (senza tenere in considerazione l'eventuale esercizio della *Greenshoe* di cui al Capitolo 11, Paragrafo 11.19):

Azionisti	N. azioni prima dello aumento di capitale e dell'Offerta Globale	% del capitale sociale	N. Azioni offerte in vendita	Aumento di capitale al servizio dell'OPVS	N. delle azioni dopo l'aumento di capitale e l'Offerta Globale	% del capitale sociale
CDC Net SA	8.680.000	83,46%	-		8.680.000	71,74%
C.D.C. S.r.l.	1.651.048	15,88%	750.000		901.048	7,44%
Azionisti di minoranza	68.952	0,66%	-		68.952	0,57%
Mercato	-	-	-	1.700.000	2.450.000	20,25%
Totale	10.400.000	100,00%	750.000	1.700.000	12.100.000	100,00%

La seguente tabella indica gli azionisti di CDC nell'ipotesi di integrale adesione all'Offerta Globale e di completo esercizio della *Greenshoe* di cui al (Capitolo 11, Paragrafo 11.19):

Azionisti	N. azioni prima dello aumento di capitale e dell'Offerta Globale	% del capitale sociale	N. Azioni offerte in vendita	Aumento di capitale al servizio dell'OPVS	N. delle azioni dopo l'aumento di capitale e l'Offerta Globale	% del capitale sociale	N. Azioni Green shoe	N. Azioni dopo l'Offerta Globale (compresa la Greenshoe)	% del capitale sociale
CDC Net SA	8.680.000	83,46%	-		8.680.000	71,74%		8.680.000	70,0%
C.D.C. S.r.l.	1.651.048	15,88%	750.000		901.048	7,44%		901.048	7,27%
Azionisti di minoranza	68.952	0,66%	-		68.952	0,57%		68.952	0,55%
Mercato	-	-	-	1.700.000	2.450.000	20,25%	300.000	2.750.000	22,18%
Totale	10.400.000	100,00%	750.000	1.700.000	12.100.000	100,00%	300.000	12.400.000	100,00%

3.3 Indicazione dell'eventuale soggetto controllante ai sensi dell'art. 93 del Testo Unico

Alla data del presente Prospetto, il capitale sociale di CDC risulta detenuto al 83,46% da CDC Net SA. In caso di integrale adesione all'Offerta Globale e di integrale esercizio della *Greenshoe*, il capitale sociale di CDC sarà detenuto al 70% da CDC Net SA, che a sua volta è controllata al 99,9% da C.D.C. S.r.l. Quest'ultima è controllata pariteticamente dai coniugi Giuseppe Diomelli e Floriana Andolfi, ciascuno titolare di una partecipazione del 50% del capitale sociale. (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.7).

3.4 Patti parasociali

Alla data del presente Prospetto, non esistono patti parasociali, quali definiti dall'art. 122 del Testo Unico.

Capitolo 4. Informazioni riguardanti il patrimonio, la situazione finanziaria e i risultati economici di CDC

Premessa

In questo capitolo vengono presentati i bilanci d'esercizio della CDC S.p.A. al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999, corredati dalle relative note esplicative. I bilanci sono stati riclassificati secondo criteri di analisi finanziaria che hanno consentito di ottenere una rappresentazione della situazione economica e patrimoniale agevolmente riconducibile ai bilanci redatti secondo i criteri previsti dagli articoli 2423 e seguenti del Codice Civile.

I bilanci d'esercizio della CDC S.p.A. al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 sono stati assoggettati a revisione contabile completa da parte della società di revisione Arthur Andersen S.p.A., le rispettive relazioni sono riportate in appendice.

Lo stato patrimoniale e il conto economico sono stati redatti in milioni di Lire per favorire una migliore chiarezza espositiva. In appendice al presente Prospetto Informativo sono allegati gli schemi dello stato patrimoniale e del conto economico chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997, in forma di tabella comparativa, redatti in Lire ed in Euro. In appendice al presente Capitolo sono presentati i prospetti riclassificati secondo l'analisi finanziaria, nonché i rendiconti finanziari ed i prospetti di variazione nei conti di patrimonio netto espressi in migliaia di Euro.

Come evidenziato nel Capitolo 1 al paragrafo 1.7 nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 1999 sono state costituite le società controllate Interfree S.p.A., Policom S.p.A., Polinet S.p.A. e Polidata S.p.A. (ora CD Web S.p.A.), per le quali si rimanda al suddetto paragrafo relativamente alla analisi della attività e delle prospettive di business.

In considerazione del fatto che al 31 dicembre 1999 Interfree S.p.A. presentava dati non significativi e che Policom S.p.A., Polinet S.p.A. e CD Web S.p.A. non risultavano ancora operative, non viene presentato il bilancio consolidato di Gruppo ai sensi dell'art. 28, comma 2 del D.Lgs. n. 127/91. Al 31 dicembre 2000 verrà presentato il bilancio consolidato del Gruppo CDC che comprenderà tutte le suddette società controllate, oltre alla Micronica S.p.A. ed alla CD Consulting S.r.l., acquisite nel corso del 2000.

La società intrattiene rapporti di fornitura con la Micronica S.r.l., controllata dalla prima a partire dal 1 aprile 2000. Inoltre CDC S.p.A. intrattiene rapporti commerciali con società correlate facenti parte della rete di vendita Computer discount, rapporti di conto corrente e di corrispondenza con la controllante C.D.C. S.r.l. e rapporti relativi all'utilizzo dei marchi trasferiti alla CDC S.p.A. dalla controllante stessa in data 31 dicembre 1999. Per la disamina in dettaglio dei suddetti rapporti si fa rinvio al Capitolo 1, paragrafo 1.2.17 del presente prospetto informativo.

Di seguito, a commento delle singole voci patrimoniali ed economiche, vengono indicati i saldi relativi a dette entità correlate.

Si segnala che nell'esercizio 1999 la società a seguito dell'introduzione del Principio contabile n. 25 ha iscritto le imposte differite attive ricorrendone i presupposti. L'adozione di tale principio contabile ha comportato l'iscrizione di proventi nell'esercizio 1999 per Lire 944 milioni, di cui Lire 638 milioni relativi ad esercizi precedenti ed iscritti tra i proventi straordinari e Lire 306 milioni iscritti a riduzione delle imposte dell'esercizio. Qualora tale principio fosse stato seguito anche per gli esercizi precedenti i proventi straordinari dell'esercizio 1999 ed il risultato netto dell'esercizio alla stessa data sarebbero risultati inferiori di Lire 638 milioni; le imposte dell'esercizio 1997 e 1998 sarebbero risultate inferiori rispettivamente di Lire 184 milioni e Lire 165 milioni, mentre il risultato degli esercizi 1997 e 1998 sarebbe risultato superiore rispettivamente per i corrispondenti importi. Viceversa il patrimonio netto al 31 dicembre 1999 non avrebbe subito modifiche.

4.1 Bilancio riclassificato secondo i criteri dell'analisi finanziaria di cdc relativo agli esercizi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997.

4.1.1 Stato patrimoniale relativo agli esercizi 1999, 1998 e 1997

(Milioni di Lire)	1999	1998	1997
Immobilizzazioni immateriali	26.948	1.721	1.523
Immobilizzazioni materiali	3.595	3.649	3.632
Immobilizzazioni finanziarie	2.308	266	273
Capitale Immobilizzato (A)	32.851	5.636	5.428
Rimanenze	109.500	85.007	66.639
Crediti commerciali	63.580	59.600	42.539
Crediti verso controllante	304	11.296	1.715
Altri crediti (*)	33.546	13.089	5.960
Ratei e risconti attivi	1.270	559	872
Attività di esercizio a breve (B)	208.200	169.551	117.725
Debiti commerciali ed altri debiti	(168.943)	(119.130)	(105.960)
Debiti verso controllanti/controllate	(1.428)	0	(12)
Ratei e risconti passivi	(1.087)	(577)	(1.040)
Passività di esercizio a breve (C)	(171.458)	(119.707)	(107.012)
Capitale di esercizio netto (D) (B + C)	36.742	49.844	10.713
Trattamento di fine rapporto (E)	(1.995)	(1.455)	(1.184)
Fondi per rischi ed oneri (F)	(542)	(206)	(203)
Capitale investito netto (A + D + E + F)	67.056	53.819	14.754
Patrimonio netto	17.169	17.152	12.851
Indebitamento finanziario a medio-lungo termine	-	-	-
Indebitamento finanziario netto a breve termine (**)	49.887	36.667	1.903
Mezzi propri e debiti finanziari	67.056	53.819	14.754
Conti d'ordine			
Impegni di acquisto	-	9.918	10.559
Impegni per canoni di leasing	774	1.237	1.604
Merci da ricevere	2.850	4.715	6.810
Totale conti d'ordine	3.624	15.870	18.973

(*) La voce include note di credito da ricevere da fornitori per Lire 11.556 milioni nel 1999, Lire 8.250 milioni nel 1998 e Lire 2.698 milioni nel 1997.

(**) Il dettaglio dell'indebitamento finanziario netto a breve termine, per il triennio considerato, è il seguente:

Milioni di Lire	1999	1998	1997
Debiti verso altri finanziatori	(8.691)	-	-
Debiti verso banche scadenti entro 12 mesi	(51.648)	(38.598)	(6.180)
Disponibilità liquide	10.452	1.931	4.277
Totale	(49.887)	(36.667)	(1.903)

4.1.2 Conto economico relativo agli esercizi 1999, 1998 e 1997

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
	%	%	%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	746.481 99,5%	592.569 99,4%	540.784 99,3%
Altri ricavi e proventi (A)	3.369 0,5%	3.841 0,6%	3.705 0,7%
Valore della produzione	749.850 100,0%	596.410 100,0%	544.489 100,0%
Costi di acquisto materie prime, suss.e merci (B)	(703.732)	(553.616)	(509.924)
Variazione rimanenze di merci	24.492	18.368	19.503
	(679.240) 90,58%	(535.248) 89,74%	(490.421) 90,07%
Margine lordo delle vendite	70.610 9,42%	61.162 10,26%	54.068 9,93%
Costi per servizi (C)	(31.934) 4,26%	(27.825) 4,67%	(24.209) 4,45%
Costi per godimento beni di terzi	(5.289) 0,71%	(5.198) 0,87%	(4.892) 0,90%
Valore aggiunto	33.387 4,45%	28.139 4,72%	24.967 4,58%
Costo del lavoro	(13.710) 1,83%	(11.533) 1,94%	(9.449) 1,73%
Margine operativo lordo	19.677 2,62%	16.606 2,78%	15.518 2,85%
Ammortamenti	(3.107) 0,41%	(2.768) 0,46%	(2.393) 0,44%
Accantonamenti e svalutazioni	(608) 0,08%	(339) 0,06%	(267) 0,05%
Oneri diversi di gestione	(979) 0,13%	(946) 0,16%	(1.611) 0,29%
Risultato operativo	14.983 2,00%	12.553 2,10%	11.247 2,07%
Proventi (oneri) finanziari netti	(3.108) 0,42%	(3.546) 0,59%	(2.088) 0,39%
Risultato della gestione ordinaria	11.875 1,58%	9.007 1,51%	9.159 1,68%
Proventi (oneri) straordinari netti	521 0,07%	11 0%	(111) 0,02%
Risultato prima delle Imposte	12.396 1,65%	9.018 1,51%	9.048 1,66%
Imposte sul reddito	(5.829) 0,77%	(4.717) 0,79%	(5.203) 0,95%
Risultato netto	6.567 0,88%	4.301 0,72%	3.845 0,71%

(A) il valore della voce 'altri ricavi e proventi' è esposta al netto di rimborsi e recuperi pubblicitari per Lire 11.998 milioni nel 1999, Lire 9.207 milioni nel 1998 e Lire 8.823 milioni nel 1997, classificati a riduzione dei costi commerciali inclusi nei costi per servizi.

(A) il valore della voce 'costi di acquisto materie prime, sussidiarie e merci' è stato diminuito dei premi da fornitori per raggiungimento obiettivi per campagne di vendita e stock protection per un ammontare pari Lire 20.837 milioni nel 1999, Lire 18.859 milioni nel 1998 e Lire 11.060 milioni nel 1997.

(C) la voce "costi per servizi" include principalmente i costi commerciali e pubblicitari, i trasporti su acquisti e su vendite e i compensi agli amministratori.

4.2. Rendiconti finanziari relativi agli esercizi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997

Qui di seguito sono riportati i rendiconti finanziari relativi agli esercizi 1999, 1998 e 1997.

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
UTILE (PERDITA) DEL PERIODO	6.567	4.301	3.845
Variazione netta fondi, rischi e oneri	335	1	(4)
Ammortamenti	3.107	2.768	2.393
Variazione netta del fondo trattamento di fine rapporto	540	270	335
FLUSSO DI CASSA DELLA GESTIONE CORRENTE	10.549	7.340	6.569
Variazione delle attività e passività del periodo			
(Incremento) Decremento dei crediti del circolante	(13.446)	(33.770)	(12.791)
(Incremento) Decremento delle rimanenze	(24.492)	(18.368)	(19.503)
Incremento (Decremento) dei debiti verso fornitori ed altri debiti	51.238	13.159	28.595
(Incremento) Decremento di altre voci del capitale circolante	(268)	(149)	(191)
A. FLUSSO DI CASSA DA (PER) ATTIVITA' DI ESERCIZIO	23.581	(31.788)	2.679
Investimenti in immobilizzazioni:			
Immateriali	(26.093)	(961)	(875)
Materiali	(2.647)	(2.022)	(2.377)
Finanziarie	(2.040)	7	(15)
Prezzo di realizzo o valore di rimborso di immobilizzazioni	529		
B. FLUSSO DI CASSA DA (PER) ATTIVITA' DI INVESTIMENTO	(30.251)	(2.976)	(3.267)
Conferimenti dei soci	500	-	-
Distribuzione di utili	(7.050)	-	(4.200)
C. FLUSSO DI CASSA DA (PER) ATTIVITA' FINANZIARIE	(6.550)	-	(4.200)
D. FLUSSO MONETARIO DEL PERIODO (A + B + C)	(13.220)	(34.764)	(4.788)
E. (INDEBITAMENTO) DISPONIBILITA' FINANZIARIO NETTO INIZIALE	(36.667)	(1.903)	2.885
F. INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO A BREVE (D + E)	(49.887)	(36.667)	(1.903)

4.3 Prospetti delle variazioni delle voci di patrimonio netto relativi agli esercizi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997

(milioni di Lire)

Descrizione	Capitale Sociale	Riserva Legale	Altre riserve	Utile (Perdita) dell'esercizio	Totale patrimonio netto
Saldi 31.12.1996	3.000	307	3.593	6.306	13.206
Distribuzione straordinaria di dividendo deliberata dall'assemblea dei soci il 27 marzo 1997			(2.100)		(2.100)
Ripartizione utile d'esercizio 1996 (Assemblea del 30 giugno 1997)		293	3.913	(4.206)	-
Distribuzione dividendi deliberata il 30 giugno 1997				(2.100)	(2.100)
Utile dell'esercizio				3.845	3.845
Saldi 31.12.1997	3.000	600	5.406	3.845	12.851
Ripartizione risultato dell'esercizio 1997 (Assemblea del 30 giugno 1998)			3.845	(3.845)	-
Utile dell'esercizio				4.301	4.301
Saldi 31.12.1998	3.000	600	9.251	4.301	17.152
Ripartizione risultato dell'esercizio 1998 (Assemblea del 30 aprile 1999)			4.301	(4.301)	-
Distribuzione dividendi (Assemblea del 14 luglio 1999)			(7.050)		(7.050)
Aumento Capitale Sociale mediante imputazione da riserva straordinaria (Ass. Str. del 15 settembre 1999)	6.500		(6.500)		
Aumento Capitale Sociale mediante conferimenti in danaro (Ass. Str. del 15 settembre 1999)	500				500
Utile dell'esercizio				6.567	6.567
Saldi 31.12.1999	10.000	600	2	6.567	17.169

4.4 Analisi e commento dei risultati economici, patrimoniali e finanziari dei periodi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998, 1997

Principali indici di bilancio

Gli indici che seguono sono stati determinati sulla base dei bilanci riclassificati riportati nelle pagine seguenti:

Redditività	1999	1998	1997
R.O.I. (risultato operativo/totale attivo)	5,96%	7,09%	8,83%
R.O.E. (risultato netto/patrimonio netto)	38,25%	25,08%	29,92%
R.O.S. (risultato operativo/ricavi delle vendite e delle prestazioni)	2,01%	2,12%	2,08%
Liquidità	1999	1998	1997
Liquidità corrente (attività correnti/passività correnti)	0,94	1,08	1,08
Disponibilità (attività correnti — rimanenze/passività correnti)	0,47	0,55	0,49
Indipendenza finanziaria (patrimonio netto/totale passivo)	0,07	0,10	0,10
Rapporto patrimonio netto/situazione debitoria (Patrimonio netto/indebitamento finanziario netto)	0,34	0,47	6,75
Solidità patrimoniale	1999	1998	1997
Copertura capitale proprio (patrimonio netto/totale immobilizzazioni)	0,52	3,04	2,37
Copertura capitale immobilizzato (patrimonio netto + debiti m-l/totale immobilizzazioni)	0,60	3,34	2,62
Rotazione	1999	1998	1997
Rotazione del magazzino (giorni) (rimanenze/c. del venduto X 365 gg)	59	58	50
Rotazione dei crediti (giorni) (crediti commerciali/ricavi delle vendite e delle prestazioni X 365 gg)	31	37	29
Rotazione dei fornitori (giorni) (debiti commerciali/costi di acquisto mat. prime, suss. e merci X 365 gg)	81	69	71

Indici di redditività

L'indice di redditività R.O.I. ha mostrato nell'arco del triennio un trend decrescente in ragione dell'incremento del totale attivo, dovuto alla crescita del capitale circolante netto nel 1998 ed all'aumento del capitale immobilizzato nel 1999.

L'indice di redditività R.O.E. ha registrato una lieve flessione nel 1998 da attribuirsi all'aumento del patrimonio netto registrato nel suddetto esercizio a fronte dei risultati conseguiti; nel 1999 la rilevante crescita del R.O.E. è determinata dal significativo aumento del risultato netto.

L'indice di redditività R.O.S. nell'arco del triennio ha manifestato una sostanziale stabilità.

Indici di liquidità

L'indice di liquidità corrente, pur mostrando un andamento sostanzialmente stabile nel triennio considerato, ha subito una riduzione nel 1999 (da 1,08 del 1998 a 0,94 nel 1999) per effetto dell'assorbimento di risorse finanziarie a breve termine a sostegno dell'attività corrente.

L'indice di disponibilità ha registrato un incremento nel 1998, in ragione dell'incremento dei crediti verificatosi alla fine del suddetto esercizio.

L'indice di indipendenza finanziaria, ha registrato una diminuzione nel 1999 a seguito delle necessità di finanziamento dell'attività a fronte di un patrimonio netto costante.

Indici di solidità patrimoniale

Il grado di copertura patrimoniale ha mostrato nel 1998 un lieve aumento rispetto all'esercizio 1997 in ragione dell'incremento avutosi nel patrimonio netto in costanza del capitale immobilizzato; la significativa diminuzione avutasi nell'esercizio 1999 è da attribuirsi principalmente agli investimenti effettuati nell'esercizio a fronte di un patrimonio netto sostanzialmente invariato.

Anche l'indice di copertura del capitale immobilizzato mostra un andamento analogo al precedente indice in quanto la Società non presenta alcuna esposizione debitoria a medio/lungo termine verso il sistema bancario.

Indici di rotazione

L'indice di rotazione del magazzino risulta omogeneo nel triennio, tenuto conto dello sviluppo dell'attività e dei volumi, nonché delle esigenze di assortimento e disponibilità dei prodotti.

L'indice di rotazione dei crediti ha registrato un incremento nell'esercizio 1998 in ragione dell'aumento dei crediti verificatosi al termine del suddetto esercizio.

L'indice di rotazione dei fornitori registra un significativo incremento nel 1999 a seguito dell'aumento dei debiti verificatosi al termine dell'esercizio.

4.4.1 Ricavi delle vendite e prestazioni

In tale parte del Prospetto Informativo sono commentati i soli dati di CDC S.p.A. poiché Interfree, Policom, CD Web e CD Consulting presentano attività non significative. Per completezza si rappresenta che i ricavi di vendita del Gruppo derivano essenzialmente dalla vendita da parte di CDC di prodotti informatici mediante i diversi canali di distribuzione descritti nella Sezione Prima Capitolo I e in misura marginale (circa 176 milioni di Lire) dall'attività di ISP di Interfree S.p.A., i ricavi di questa ultima sono originati da un corrispettivo (*kickback*) riconosciuto dagli operatori telefonici (Telecom, Infostrada e Albacom) sulla base del traffico generato. L'*hardware* commercializzato dalla società è costituito da prodotti informatici di

marca e da PC prodotti dalla società con marchio proprio per i quali si rimanda a quanto descritto nella Sezione I del presente Prospetto Informativo.

4.4.2 Costi operativi

I costi per acquisto di materie prime, sussidiarie e di merci, essenzialmente rappresentate dagli acquisti di componenti da assemblare o di prodotti da commercializzare, comprensivi della variazione di magazzino, rappresentano circa il 92% dei costi operativi totali della società.

Tali costi nell'esercizio 1999 si riferiscono ad acquisti effettuati in Italia per circa il 66%, ad acquisti nell'Unione Europea per circa il 23% e per il restante 11% ad acquisti da fornitori extra UE.

Nello stesso periodo le altre componenti dei costi operativi sono rappresentate da:

- costi commerciali, rappresentati da investimenti pubblicitari ed incentivi alla rete di vendita (al 31 dicembre 1999 pari al 2,2% dei costi operativi totali);
- costo del lavoro, rappresentato da personale commerciale, tecnico ed amministrativo (al 31 dicembre 1999 pari all'1,9% dei costi operativi totali);
- ammortamenti, che al 31 dicembre 1999 incidono per lo 0,4% dei costi operativi totali e sono rappresentati da ammortamenti su immobilizzazioni tecniche per lo 0,3% e da ammortamenti su immobilizzazioni immateriali (principalmente rappresentati da migliorie su immobili in affitto) per il restante 0,1%;

Da quanto sopra evidenziato, risulta che la struttura generale dei costi totali della società è principalmente costituita da costi variabili di acquisto e costi direttamente correlati al fatturato di vendita.

4.4.3 Commento sulla situazione economica e finanziaria degli esercizi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997

Introduzione

Nel presente paragrafo viene fornito un commento all'andamento gestionale della CDC negli ultimi tre esercizi, sotto il profilo economico e finanziario. Le analisi ed i commenti di seguito riportati vanno letti congiuntamente alla restante parte del Capitolo IV.

Ricavi delle vendite e delle prestazioni

La società consegue i propri ricavi di vendita quasi interamente in Italia, dove viene realizzato circa il 99,7% del fatturato totale della società.

L'effetto dell'inflazione sui prezzi di vendita dei prodotti non è significativo, in quanto i prezzi sono influenzati da fattori commerciali e di mercato non dipendenti dall'andamento del costo della vita. Per la descrizione dell'andamento dei prezzi nel settore si veda quanto riportato di seguito a commento dell'andamento delle categorie di prodotto.

La tabella seguente evidenzia i tassi di crescita delle vendite della CDC S.p.A. comparati con quelli del mercato dell'Information Technology:

(Miliardi di Lire)	1999	Var. %	1998	Var. %	1997
Totale fatturato CDC (*)	747	26,0%	593	9,8%	540
Totale vendite hardware della società (*)	694	27,8%	543	9,0%	498
Totale vendite software della società (*)	53	6,0%	50	19,0%	42
Mercato IT in Italia (**)	32.608	10,6%	29.471	9,0%	27.042
Mercato Hardware in Italia (**)	10.553	9,7%	9.620	10,3%	8.722
Mercato Software e servizi (**)	19.950	12,9%	17.676	9,9%	16.090

(*) Elaborazioni della società

(**) Fonte Assinform, febbraio 2000

Dalla tabella soprariportata si evince una forte crescita della società nel settore dell'*hardware* e della componentistica che ha permesso alla Società di incrementare la quota di mercato. La vendita di *software* riporta tassi di crescita inferiori al mercato che tuttavia non è immediatamente confrontabile in quanto comprende il segmento dei *software* gestionali e quello dei servizi, all'interno dei quali CDC S.p.A. non è presente.

I ricavi delle vendite della società sono analizzabili per categorie di prodotto e per canale distributivo di vendita. Per maggiori informazioni in merito ai prodotti ed ai servizi si rinvia al Capitolo I, paragrafo 1.2.

31 dicembre 1999 vs. 31 dicembre 1998

I ricavi netti della società sono aumentati del 26% rispetto all'esercizio 1998, in particolare grazie alla crescita registrata nel settore dei PC prodotti dalla società (+27,7%), alle significative *performances* di crescita realizzate dai principali canali distributivi. In particolare i canali Computer Discount e Compy hanno riportato rispettivamente una crescita in termini di fatturato del 28 e del 52%, il canale Cash & Carry ha fatto registrare un aumento del fatturato del 21%.

31 dicembre 1998 vs. 31 dicembre 1997

I ricavi netti della società sono incrementati del 9,6% rispetto all'esercizio 1997.

L'esercizio 1998 ha rappresentato un momento di consolidamento della Società in seguito alla forte crescita registrata nell'esercizio precedente (+30%). La capacità di adeguare la propria offerta in termini di tipologia di prodotto alla crescente domanda ha permesso alla Società di realizzare un buon incremento di fatturato, principalmente realizzato nella seconda metà dell'esercizio.

Analisi del fatturato per categorie di prodotto e per canale di distribuzione

Di seguito si forniscono considerazioni riferite all'andamento nel triennio delle categorie di prodotto della società.

Milioni di Lire	1999		1998		1997	
		%		%		%
PC prodotti CDC	177.512	23,8%	139.010	23,5%	107.102	19,8%
Componenti per PC	143.101	19,2%	116.975	19,7%	123.770	22,9%
Periferiche	86.225	11,5%	81.378	13,7%	80.496	14,9%
Monitor	66.738	8,9%	57.955	9,8%	49.349	9,0%
Accessori vari	59.356	7,9%	46.945	7,9%	45.976	8,5%
Software	52.752	7,1%	49.649	8,4%	41.866	7,7%
Portatili	67.838	9,1%	35.652	6,0%	39.335	7,3%
Prodotti di consumo	51.180	6,9%	37.978	6,4%	28.129	5,2%
Modem Fax	22.599	3,0%	15.989	2,7%	13.475	2,5%
Computers di marca	19.180	2,6%	11.038	1,9%	11.286	2,1%
Totale	746.481	100,0%	592.569	100,0%	540.784	100,0%

Le categorie di prodotto che generano i maggiori ricavi di vendita sono costituite dagli elaboratori prodotti con marchio proprio e dai componenti e parti staccate vendute principalmente tramite il canale Cash and Carry.

L'incremento della incidenza sul fatturato totale dei PC prodotti dalla società nel triennio dipende essenzialmente dalla affermazione sul mercato dei marchi propri della società (Dex, Compy, Laris, etc), nonché dalle certificazioni di qualità ISO 9001 e ISO 9002 che hanno contribuito ad affermare l'immagine di qualità del prodotto.

La diminuzione della incidenza delle periferiche, nonostante la crescita dei volumi, dipende essenzialmente dalla forte discesa dei prezzi che si è riscontrata nel triennio di riferimento.

La categoria dei modem/fax ha subito nel triennio un incremento significativo, anche in termini percentuali, nonostante il decremento dei prezzi, principalmente per il forte sviluppo dei collegamenti ad Internet.

Il *software* ha subito nel periodo 1998 un forte incremento a seguito della spinta commerciale effettuata sui *software* a marchio proprio (Dex, Crown, etc) ed a seguito della vendita a pagamento dei collegamenti ad Internet. Nell'esercizio 1999 il tasso di crescita delle vendite di *software* è diminuito a causa della razionalizzazione della gamma di prodotti offerta congiuntamente all'interruzione della vendita di *software* per il collegamento a favore degli abbonamenti free.

La vendita di prodotti di consumo, rappresentati da carta, nastri, dischetti, etc, aumenta in funzione della crescente diffusione dei prodotti informatici.

L'andamento delle vendite di PC portatili ha registrato nel 1999 un forte incremento dei volumi (circa 90%) rispetto al 1998 anche grazie al miglioramento dell'offerta della società ed alla forte crescita degli utenti Internet. Nel 1998 si è invece registrata una diminuzione delle vendite a seguito della cessata commercializzazione da parte della società dei PC portatili venduti con marchio proprio.

I PC di marca evidenziano una forte crescita nel corso del 1999 a seguito di un miglior sostegno commerciale dedicato a questo tipo di prodotto, oltre alla crescita del numero dei punti vendita Compy, dove i prodotti di marca sono maggiormente richiesti.

La minore incidenza percentuale sul fatturato nel corso del triennio dei componenti per PC è da correlarsi all'incremento della vendita di PC completi e dotati di accessori che hanno minori esigenze di periodici *upgrades*.

La ripartizione del fatturato nel triennio per canale distributivo è analizzabile come segue:

(milioni di Lire)	1999		1998		1997	
		%		%		%
Cash & Carry	357.508	47,9%	296.664	50,1%	279.243	51,6%
Computer Discount	301.834	40,4%	235.922	39,8%	213.697	39,5%
Compy	58.827	7,9%	38.819	6,6%	26.518	4,9%
E-Commerce B2B	28.312	3,8%	21.164	3,5%	21.326	4,0%
di cui:						
Teleselling	12.184	43%	17.950	85%	21.326	100%
Internet	16.128	57%	3.214	15%	-	0%
Totale	746.481	100 %	592.569	100 %	540.784	100 %

La tabella riportata sopra evidenzia la politica perseguita dalla società di significativo sviluppo dei canali *retail* (Computer Discount e Compy), nonché lo sviluppo delle vendite B2B via Internet.

I forti incrementi del fatturato registrati nei canali *retail* sono imputabili all'incremento del numero dei punti vendita che ha consentito una maggiore copertura del territorio.

Costi operativi totali

Costi di acquisto delle materie prime e merci

Va osservato quale considerazione preliminare che l'andamento dei prezzi di acquisto dei prodotti dipende anche dall'andamento delle principali valute di riferimento (principalmente Dollaro Usa) e dalle coperture cambi effettuate, che a loro volta possono influenzare la determinazione dei listini di vendita e dei margini commerciali realizzati.

Gli acquisti effettuati in Italia sono denominati quasi esclusivamente in Lire italiane e marginalmente in Euro. Gli acquisti UE sono denominati prevalentemente in Dollari, Euro, Marchi e Lire italiane. Gli acquisti Extra UE sono regolati prevalentemente in dollari USA.

I costi per acquisti di materie e merci sono esposti al netto dei premi da fornitori per raggiungimento obiettivi, per campagne di vendita e stock protection.

I "costi diretti accessori" si riferiscono ai costi per imballaggi e confezionamenti, assemblaggi, prove e collaudi.

L'evoluzione del costo di acquisto delle materie prime e merci è illustrata nella seguente tabella:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Valore della produzione	749.850	596.410	544.489
Costo per acquisto di materie e merci	697.449	548.963	506.503
Costi diretti accessori	6.283	4.653	3.421
Variazione delle rimanenze di magazzino	(24.492)	(18.368)	(19.503)
Totale costo dei consumi	679.240	535.248	490.421
Margine lordo delle vendite	70.610	61.162	54.068
Incidenza % del margine lordo delle vendite sul valore della produzione	9,41%	10,26%	9,93%

31 dicembre 1999 vs. 31 dicembre 1998

L'incidenza sul Valore della produzione dei consumi è leggermente aumentata (91%) a causa della crescente competitività del mercato: i consumi, infatti, sono cresciuti del 27%, a fronte di un incremento del fatturato del 26%.

31 dicembre 1998 vs. 31 dicembre 1997

Anche nel corso dell'esercizio in esame si conferma la stretta correlazione dell'andamento dei consumi, i quali fanno registrare un incremento complessivo dell'9,1% rispetto all'esercizio 1997, con l'andamento del fatturato, che aumenta del 9,5%.

In tale esercizio inoltre si evidenzia un miglioramento del margine lordo delle vendite, nonostante il minor incremento del fatturato rispetto agli esercizi precedenti.

Altri costi operativi

La seguente tabella mostra il dettaglio dei costi operativi e di struttura con evidenza della relativa incidenza percentuale sul valore della produzione:

(milioni di Lire)	1999		1998		1997	
Valore della produzione	749.850	100,0%	596.410	100,0%	544.489	100,0%
Costi commerciali (*)	16.371	2,18%	14.657	2,46%	13.220	2,43%
Trasporti su acquisti, spedizioni e servizi accessori	6.904	0,92%	5.714	0,96%	4.434	0,81%
Affitti, noleggi e leasing	5.289	0,71%	5.198	0,87%	4.892	0,90%
Compensi organi sociali	2.309	0,31%	2.190	0,37%	2.185	0,40%
Costo del lavoro	13.710	1,83%	11.533	1,93%	9.449	1,73%
Ammortamenti	3.107	0,41%	2.768	0,46%	2.393	0,44%
Altri costi operativi	7.937	1,06%	6.549	1,10%	6.248	1,15%
Totale costi operativi e di struttura	55.627	7,42%	48.609	8,15%	42.821	7,86%

(*) Al netto di contributi e rimborsi per operazioni di marketing congiunto e altri recuperi pubblicitari, e comprensivo di trasporti su vendite.

31 dicembre 1999 vs. 31 dicembre 1998

I costi commerciali aumentano del 11,8% e si riferiscono agli investimenti pubblicitari effettuati sui vari canali distributivi, nonché agli incentivi di vendita concessi ai canali stessi. In particolare si segnala che la loro crescita è inferiore all'aumento del fatturato (+26%) registrato nel corso dell'esercizio.

Nonostante l'incremento delle merci movimentate sia stato superiore all'incremento del fatturato, i costi di trasporto aumentano del 21% e sono sostanzialmente correlabili all'incremento delle vendite avutosi nel periodo.

I costi per leasing e noleggi non subiscono nel periodo significative variazioni, mentre il costo del lavoro aumenta del 19% a seguito dell'incremento del personale, passato da n. 175 unità a fine 1998 a n. 227 unità a fine 1999.

Gli ammortamenti aumentano del 12% a seguito degli investimenti effettuati nell'esercizio, descritti nel successivo paragrafo 4.6.1.

Gli altri costi operativi si riferiscono ad oneri per spese generali (utenze, consulenze, manutenzioni, assicurazioni ed altri oneri indiretti) ed aumentano del 21% a seguito dello sviluppo del volume di affari e della rete di vendita.

31 dicembre 1998 vs. 31 dicembre 1997

I costi commerciali aumentano dell'11% nell'esercizio a seguito dei significativi investimenti pubblicitari (Lire 6.453 milioni, al netto dei recuperi per marketing congiunto ed altri recuperi pubblicitari) effettuati nell'esercizio per promuovere i canali di vendita Compy, Computer discount e Amico (E-commerce), che registrano i maggiori tassi di crescita.

I costi di trasporto registrano un incremento del 29% a seguito dell'incremento del numero dei colli movimentati superiore all'incremento delle vendite.

I costi per noleggi, fitti passivi e leasing registrano un aumento del 6% relativo alle nuove aperture di punti vendita.

Il costo del lavoro si incrementa del 22% a causa dell'incremento del personale, che passa da n. 159 unità a fine 1997 a n. 175 unità a fine 1998, del *mix* del personale e delle politiche incentivanti in essere.

Gli ammortamenti aumentano del 16% e confermano la loro stabile incidenza sul fatturato.

Gli altri costi operativi registrano nel periodo un lieve incremento (+5%), unitamente ad una diminuzione della loro incidenza sul valore della produzione.

Risultato operativo

La seguente tabella evidenzia l'evoluzione del risultato operativo suddiviso per canali di vendita nei periodi considerati:

(milioni di Lire)	1999					1998					1997				
	C&C	C.D	COMPY	B2B	Totale	C&C	C.D	COMPY	B2B	Totale	C&C	C.D	COMPY	B2B	Totale
Ricavi delle vendite	357.508	301.834	58.827	28.312	746.481	296.664	235.922	38.819	21.164	592.569	279.243	213.697	26.518	21.326	540.784
Costo del venduto (*)	333.146	286.269	56.969	26.635	703.019	275.795	219.419	37.770	19.746	552.730	261.299	196.924	26.651	19.879	504.753
Costi per servizi	14.549	8.428	1.432	963	25.372	12.178	9.950	1.676	714	24.518	10.149	10.429	1.067	746	22.391
Ammortamenti	1.802	1.181	62	62	3.107	1.605	1.051	56	56	2.768	1.387	910	48	48	2.393
Risultato operativo	8.011	5.956	364	652	14.983	7.086	5.502	-683	648	12.553	6.408	5.434	-1.248	653	11.247
Incidenza % del Ris. Oper. sui ricavi delle vendite	2,2%	1,9%	0,6%	2,3%	2,0%	2,4%	2,2%	(1,7%)	3%	2,1%	2,3%	2,5%	(4,7%)	3%	2,1%

(*) Comprende i costi di acquisto di materie prime e i relativi oneri accessori, la variazione delle rimanenze di merci, i costi commerciali e i contributi da fornitori.

I margini sui PC prodotti da CDC sono più elevati di quelli sui PC di altre marche distribuiti da CDC.

L'effetto combinato della leggera diminuzione del margine delle vendite e della minore incidenza dei costi di struttura sul fatturato determina un margine operativo pressoché costante.

Nel 1999, l'incremento dell'attività di marketing a sostegno del lancio di AmiCo ha determinato per il canale B2B un incremento del costo del venduto.

Oneri finanziari netti

La seguente tabella illustra l'incidenza del risultato netto della gestione finanziaria sul reddito operativo netto:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Reddito operativo netto	14.983	12.553	11.247
Oneri finanziari	(2.337)	(1.619)	(680)
Differenze cambio	(771)	(1.927)	(1.408)
Risultato netto della gestione finanziaria	(3.108)	(3.546)	(2.088)
Incidenza % del risultato della gestione finanziaria sul ris. operativo netto	20,7%	28,2%	18,6

L'incremento degli oneri finanziari avutosi nel 1998 è dipeso dalle maggiori esigenze di finanziamento del capitale circolante derivanti dalla crescita del magazzino ed in particolare dei crediti verso clienti.

Nell'esercizio 1998 l'andamento del dollaro ha registrato una forte volatilità che ha determinato differenze cambio rilevanti, parzialmente recuperate attraverso il ribaltamento sui prezzi di vendita.

L'acquisizione di un nuovo *software* gestionale, che permette una migliore previsione dei flussi finanziari in valuta, ha consentito una più efficace gestione del rischio cambi, anche su un arco temporale maggiore (2-3 mesi).

Il dettaglio degli oneri finanziari netti è riportato nelle note esplicative al conto economico (paragrafo 4.6.2).

Componenti straordinari di reddito

La seguente tabella illustra l'evoluzione del risultato della gestione straordinaria rispetto al reddito operativo netto:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Reddito operativo netto	14.983	12.553	11.247
Componenti straordinari positivi di reddito	697	253	53
Componenti straordinari negativi di reddito	(176)	(242)	(164)
Risultato netto della gestione straordinaria	521	11	(111)
Incidenza % del risultato della gestione straordinaria sul ris. operativo netto	3,4%	0,09%	0,99%

Nel triennio in questione l'incidenza della gestione straordinaria è stata scarsamente significativa. Nell'esercizio 1999 si segnala l'iscrizione del provento straordinario per Lire 638 milioni relativo alla iscrizione delle imposte differite attive calcolate sui fondi tassati in essere al 31 Dicembre 1998.

Il dettaglio dei componenti straordinari di reddito è riportato nelle note esplicative al conto economico (paragrafo 4.6.2).

Incidenza delle imposte sul risultato lordo

L'evoluzione dell'incidenza delle imposte sul risultato prima delle imposte nel triennio considerato è stata la seguente:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Risultato economico prima delle imposte	12.396	9.018	9.048
Imposte sul reddito: Irpeg/Ilor	4.441	3.561	5.203
Irap	1.388	1.156	
Incidenza % delle imposte sul risultato lordo	47%	52,3%	57,50%

I motivi che hanno determinato un'incidenza delle imposte sul risultato prima delle imposte diversa rispetto all'aliquota teorica applicabile alle società sono evidenziati dalla seguente tabella:

(%)	1999	1998	1997
Incidenza teorica delle imposte dirette sul risultato lordo	41,25	41,25	53,2
Differenze temporanee di tassazione	0	1,7	2,3
Differenze permanenti di tassazione	0,85	0,5	2,1
IRAP su costi indeducibili IRAP	7,2	8,85	-
Effetto Dual Income Tax	(0,2)	-	(0,1)
Effetto imposte differite attive – provento straordinario non rilevante fiscalmente	(2,1)	-	-
Incidenza effettiva delle Imposte dirette sul reddito lordo	47	52,3	57,5

L'incidenza teorica delle imposte dirette sul risultato di esercizio della società corrisponde all'aliquota di tassazione prevista dalla normativa vigente. Per l'esercizio 1997 tale aliquota è stata considerata pari alla somma dell'IRPEG (37%) e dell'ILOR (16,2%).

Per gli esercizi 1998 e 1999 è stato considerato l'effetto congiunto di IRPEG e di IRAP, indicando l'incidenza dell'IRAP sul risultato lordo.

La riduzione della incidenza percentuale delle imposte totali registratasi dal 1997 al 1998, pari al 5,2%, è essenzialmente riconducibile alla differenza di aliquota tra ILOR ed IRAP (11,95%), parzialmente compensata dalla incidenza dell'IRAP sui componenti di reddito indeducibili per tale imposta.

La differenza della incidenza percentuale tra 1998 e 1999 è per lo più riconducibile ad una riduzione dei costi indeducibili ai fini IRAP e all'effetto delle imposte differite attive.

Le differenze permanenti di tassazione sono fondamentalmente da ricondurre a tasse e costi non deducibili, alla quota indeducibile dei costi per telefonia mobile ed ammortamenti nonché a vari costi minori.

Si evidenzia che dai bilanci ufficiali degli esercizi 1998 e 1997 che non includono le imposte differite attive emerge una incidenza effettiva delle imposte pari rispettivamente al 52,3% ed al 57,5%.

Risultato netto

La seguente tabella evidenzia l'evoluzione del risultato netto nei periodi considerati:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Ricavi delle vendite	746.481	592.569	540.784
Risultato netto	6.567	4.301	3.845
Incidenza % del risultato netto sui ricavi delle vendite	0,87%	0,72%	0,71%

Il risultato netto registra un incremento del 52,7% rispetto al 1998 da riferirsi in primo luogo alla crescita del reddito operativo, nonché al miglioramento dell'incidenza degli oneri finanziari ed alla riduzione della incidenza fiscale.

Evoluzione dei principali risultati economici sul valore della produzione

La tabella seguente illustra l'evoluzione dell'incidenza del risultato operativo (lordo e netto), del risultato della gestione ordinaria e del risultato economico netto sul valore della produzione:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Valore della produzione (VdP)	749.850	596.410	544.489
Risultato operativo lordo	19.677	16.606	15.518
Incidenza % del risultato operativo lordo sul VdP	2,6%	2,8%	2,9%
Risultato operativo netto	14.983	12.552	11.247
Incidenza % del risultato operativo netto sul VdP	2,0%	2,1%	2,1%
Risultato della gestione ordinaria	11.875	9.007	9.159
Incidenza % del risultato ordinario lordo sul VdP	1,6%	1,5%	1,7%
Risultato netto dell'esercizio	6.567	4.301	3.845
Incidenza % del risultato ordinario netto sul VdP	0,9 %	0,7%	0,7%

4.4.4 Analisi dell'andamento patrimoniale e finanziario della società per gli esercizi 1999, 1998 e 1997

Posizione finanziaria netta

La seguente tabella evidenzia in sintesi la posizione finanziaria netta della Società nel periodo considerato:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Debiti verso altri finanziatori	(8.691)	-	-
Debiti verso banche scadenti entro 12 mesi	(51.648)	(38.598)	(6.180)
Disponibilità liquide	10.452	1.931	4.277
Totale	(49.887)	(36.667)	(1.903)

La posizione finanziaria netta della società risulta significativamente influenzata dallo sviluppo del fatturato e dai crescenti volumi di vendita, che hanno aumentato le esigenze di finanziamento del capitale circolante d'esercizio netto, in particolare nel 1998 in cui si è registrato un consistente aumento nei crediti verso clienti. Nel 1999 il livello di crescita del circolante netto è risultato più contenuto sia per la stabilizzazione del livello dei crediti che per l'aumento dei debiti verso fornitori che è risultato superiore all'incremento del magazzino. Per la evidenziazione del debito residuo relativo ai canoni di leasing a scadere (pari a Lire 697 milioni nel 1999) si veda quanto evidenziato nel successivo paragrafo 4.6.1.

I debiti verso altri finanziatori consistono in un'operazione di anticipo crediti, realizzata attraverso un primario istituto di factoring.

In particolare l'andamento della posizione finanziaria netta registrata nei trimestri dell'esercizio 1999 è così sintetizzabile:

(milioni di Lire)	31.12.99	30.09.99	30.06.99	31.03.99
Debiti verso altri finanziatori	(8.691)	-	-	-
Debiti verso banche scadenti entro 12 mesi	(51.648)	(58.523)	(41.598)	(34.691)
Disponibilità liquide	10.452	1.564	2.881	8.197
Totale	(49.887)	(56.959)	(38.717)	(26.494)

L'incremento registrato nel corso del secondo semestre dell'esercizio riflette i maggiori volumi di vendita e di operatività che caratterizzano il suddetto periodo.

Cash flow

Il Cash flow netto è così determinato:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Flusso di cassa da attività d'esercizio (A)	23.581	(31.788)	2.679
Flusso di cassa da attività di investimento (B)	(30.251)	(2.976)	(3.267)
Flusso di cassa da attività di finanziamento (C)	(6.550)	-	(4.200)
Flusso di cassa netto di periodo (A)+(B)+(C)	(13.220)	(34.764)	(4.788)

Il 1998 ha registrato un flusso di cassa da attività d'esercizio negativo a seguito del maggior ricorso all'indebitamento a breve conseguente alle accresciute esigenze di finanziamento del capitale circolante, come risulta dalla evoluzione del capitale d'esercizio esposto nel paragrafo successivo.

Il flusso di cassa da attività d'investimento dell'esercizio 1999 risulta principalmente influenzato dall'acquisto dei marchi per Lire 25 miliardi ceduti dalla controllante CDC S.r.l.

Il flusso di cassa da attività di finanziamento dell'esercizio 1997 deriva dalla distribuzione di dividendi per Lire 4.200 milioni e nel 1999 dalla distribuzione di dividendi per Lire 7.050 milioni e da un aumento di capitale a pagamento per Lire 500 milioni.

Capitale d'esercizio netto

Il capitale d'esercizio netto è così determinato:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Rimanenze	109.500	85.007	66.639
Crediti commerciali	63.580	59.600	42.539
Crediti verso controllante	304	11.296	1.715
Altri crediti (*)	33.546	13.089	5.960
Ratei e risconti attivi	1.270	559	872
Attività di esercizio a breve (B)	208.200	169.551	117.725
Debiti commerciali ed altri debiti	(168.943)	(119.130)	(105.960)
Debiti verso controllanti	(1.428)	0	(12)
Ratei e risconti passivi	(1.087)	(577)	(1.040)
Passività di esercizio a breve (C)	(171.458)	(119.707)	(107.012)
Capitale di esercizio netto (D) (B + C)	36.742	49.844	10.713

(*) comprensivi di note di credito da ricevere da fornitori per premi e protezione di magazzino.

Durante il triennio di riferimento il capitale d'esercizio è strutturalmente positivo, a causa della significativa incidenza delle giacenze di magazzino.

L'incremento dei crediti commerciali avutosi nel 1998 rispetto al 1997 è stato contenuto nell'esercizio 1999 a seguito della attenta politica commerciale seguita, mentre risulta più correlata all'incremento del fatturato la dinamica del magazzino il quale, finanziariamente, trova compensazione nell'incremento dei debiti verso fornitori. Per ulteriori commenti riguardo alla rotazione delle principali componenti del capitale d'esercizio si fa rimando al successivo paragrafo 4.6.1.

Nel 1999 il finanziamento concesso alla controllante CDC S.r.l. è stato estinto a seguito dell'acquisto dei marchi dalla controllante stessa.

La voce "Altri crediti" è essenzialmente composta da anticipi a fornitori su acquisti di materiali e merci, accrediti per premi e contributi da fornitori.

Si sottolinea inoltre il significativo incremento dei debiti commerciali a seguito del miglioramento complessivo del periodo medio di dilazione.

Politica di indebitamento e di gestione del rischio cambi

La società ha fatto ricorso essenzialmente all'indebitamento a breve termine stante la sua diretta correlazione con la struttura del capitale d'esercizio netto che si caratterizza per una elevata rotazione nelle sue componenti principali (giacenze di magazzino e crediti verso clienti). Ciò anche in considerazione del non

elevato livello di investimenti in attività fisse e della capacità della società di ricorrere a forme di indebitamento a breve a condizioni favorevoli. A tale proposito si segnala che nel corso del 1999 è stato stipulato un prestito sindacato con una linea di fido di Lire 46 miliardi per un periodo di 18 mesi, utilizzata per Lire 30 miliardi al 31 dicembre 1999 ad un tasso Euribor + 0,4%. Ciò ha permesso di razionalizzare anche la struttura del debito e facilitare la gestione complessiva dei finanziamenti.

La situazione dei fidi a disposizione della società al 31 dicembre 1999, comprensiva dei fidi per presentazioni effetti salvo buon fine, è la seguente:

(milioni di Lire)

Banca	Importo utilizzato	Importo affidato
Linea di credito consortile (finanziamento in pool - capofila Cassa di Risparmio di Firenze)	30.000	46.000
Banca Toscana	3.879	13.987
Comit	1.875	10.500
Iitalia (factor)	8.691	8.691
Unicredito	3.551	7.000
Banco Ambrosiano Veneto	-	6.545
Cariplo	3.009	6.500
Banca Nazionale Lavoro	2.914	6.100
Cassa di Risparmio di Firenze	1.355	6.100
Cassa di Risparmio di San Miniato	2.500	5.200
Cassa di Risparmio di Lucca	-	5.000
Monte dei Paschi di Siena	2.323	4.088
San Paolo IMI	1.865	4.000
Cassa di Risparmio di Pisa	190	4.000
Banca Popolare di Ancona	-	200
Totale	62.152	133.911

La società attua una politica di copertura del rischio di cambio, essenzialmente relativo ad acquisti in valuta, di carattere misto, composta da acquisti a termine di valuta e stipulazione di contratti di opzione valutaria, riservandosi un margine di manovra non coperto da specifici mezzi al fine di seguire l'andamento delle valute con la massima flessibilità. Negli ultimi mesi dell'esercizio 1999, la società ha stipulato anche finanziamenti all'importazione in dollari che sono stati movimentati sulla base dell'andamento della valuta stessa, in quanto tali finanziamenti consentono dal punto di vista gestionale una maggiore flessibilità rispetto alle coperture a termine.

Investimenti

Il dettaglio degli investimenti realizzati nel corso del 1999 in sintesi risulta dalla seguente tabella:

(milioni di Lire)

Categoria	Importo
Impianti generici e specifici	614
Attrezzatura	1.078
Insegne	394
Macchine elettroniche	262
Automezzi e autoveicoli	299
Software	255
Marchi	25.000
Ristrutturazione locali	651
Sottoscrizione partecipazioni Interfree, Policom, Polidata e Polinet	2.040
Altri	187
Totale	30.780

Nell'esercizio 1999, come indicato nella Sezione I del presente Prospetto Informativo, sono stati acquisiti i marchi Computer Discount, Dex, Laris, Compy, Amico, CDC, Informatizzarsi, etc. dalla controllante CDC S.r.l. sulla base di una perizia di un esperto indipendente. Inoltre la società ha sottoscritto i 3/10 del capitale sociale delle società controllate sopraindicate.

4.5 Principi contabili e criteri di valutazione adottati per la predisposizione dei bilanci d'esercizio chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997

Il bilancio di esercizio è stato redatto in conformità alla normativa del Codice Civile ed è costituito dallo stato patrimoniale (preparato in conformità allo schema previsto dagli art. 2424 e 2424 bis C.C.), dal conto economico (preparato in conformità allo schema di cui agli artt. 2425 e 2425 bis C.C.) e dalla nota integrativa, che fornisce le informazioni richieste dall'art. 2427 C.C., da altre disposizioni del Codice Civile in materia di bilancio e da altre leggi precedenti. Inoltre, vengono fornite tutte le informazioni complementari ritenute necessarie a dare una rappresentazione veritiera e corretta, anche se non richieste da specifiche disposizioni di legge.

Criteri di valutazione

I più significativi criteri di valutazione adottati per la redazione del bilancio d'esercizio in osservanza dell'art. 2426 C.C. sono i seguenti:

Immobilizzazioni immateriali — Sono iscritte al costo di acquisto o di produzione, inclusivo degli oneri accessori ed ammortizzate sistematicamente per il periodo della loro prevista utilità futura.

I costi di impianto e di ampliamento aventi utilità pluriennale, nonché l'avviamento, acquisito a titolo oneroso, sono stati iscritti all'attivo previo consenso del collegio sindacale. Tali costi sono ammortizzati in un periodo di cinque anni. I costi di pubblicità, non essendo di utilità pluriennale, sono interamente imputati a costi di periodo nell'esercizio di sostenimento. I marchi sono ammortizzati in 10 anni a partire dal momento della loro acquisizione.

Immobilizzazioni materiali — Sono iscritte al costo di acquisto o di produzione. Nel costo sono compresi gli oneri accessori e i costi diretti e indiretti per la quota ragionevolmente imputabile al bene.

Le immobilizzazioni sono ammortizzate in ogni esercizio a quote costanti sulla base di aliquote economico — tecniche riportate nella sezione relativa alle note di commento dell'attivo. Inoltre sono effettuati ammortamenti anticipati nei limiti fiscalmente ammessi. Nel caso in cui, indipendentemente dall'ammortamento già contabilizzato, risulti una perdita durevole di valore, l'immobilizzazione viene corrispondentemente svalutata; se in esercizi successivi vengono meno i presupposti della svalutazione viene ripristinato il valore originario, rettificato dei soli ammortamenti.

I costi di manutenzione aventi natura ordinaria sono addebitati integralmente a conto economico. I costi di manutenzione aventi natura incrementativa sono attribuiti ai cespiti cui si riferiscono ed ammortizzati in relazione alle residue possibilità di utilizzo degli stessi.

Le aliquote di ammortamento applicate sono le seguenti:

Costruzioni leggere	10%
Impianti e macchinari	15% – 30%
Attrezzature industriali e commerciali	15%
Altri beni:	
- Macchine elettroniche di ufficio	20%
- Mobili e dotazioni di ufficio	20%
- Automezzi	20% – 25%

Le aliquote sono ridotte del 50% nel primo esercizio di utilizzo delle stesse.

Gli effetti sul patrimonio netto e sul risultato netto dell'esercizio della contabilizzazione di ammortamenti anticipati sono indicati nel successivo paragrafo 4.6.1.

Immobilizzazioni finanziarie — I crediti iscritti tra le immobilizzazioni finanziarie sono iscritti al presumibile valore di realizzo. Le partecipazioni sono iscritte al costo di sottoscrizione o di acquisto ridotto nel caso di perdite durevoli di valore. In caso di svalutazione viene ripristinato il costo originario se vengono meno i motivi della svalutazione stessa.

Rimanenze — Le rimanenze sono iscritte al minore tra il costo di acquisto o di produzione, determinato secondo la metodologia F.I.F.O., ed il valore di presumibile realizzazione desumibile dall'andamento del mercato. Il costo viene determinato secondo la stessa configurazione indicata con riferimento alle immobilizzazioni; il valore di presumibile realizzazione viene calcolato tenendo conto sia degli eventuali costi di fabbricazione ancora da sostenere che dei costi diretti di vendita. Le scorte obsolete e di lento rigiro sono svalutate in relazione alla loro possibilità di utilizzo o di realizzo.

Crediti — I crediti sono iscritti secondo il presumibile valore di realizzazione.

Operazioni di factorizzazione — Le cessioni di crediti effettuate mediante operazioni di factoring pro-soluto che non comportino rischi di regresso determinano lo storno dei corrispondenti ammontari dal saldo dei crediti verso clienti. Nel caso in cui vengano richiesti anticipi al factor, essi vengono esposti nella voce "Debiti verso altri finanziatori".

Ratei e risconti — Sono iscritte in tali voci quote di proventi e costi, comuni a due o più esercizi, per realizzare il principio della competenza temporale.

Fondi rischi ed oneri — I fondi per rischi ed oneri sono stanziati per coprire perdite o passività, di esistenza certa o probabile, dei quali tuttavia alla chiusura dell'esercizio non erano determinabili l'ammontare o la data di sopravvenienza. Gli stanziamenti riflettono la migliore stima possibile sulla base degli elementi a disposizione. I rischi per i quali il manifestarsi di una passività è soltanto possibile sono indicati nella nota di commento dei fondi, senza procedere allo stanziamento di un fondo rischi ed oneri.

Fondo trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato — Il fondo trattamento di fine rapporto viene stanziato per coprire l'intera passività maturata nei confronti dei dipendenti in conformità alla legislazione vigente ed ai contratti collettivi di lavoro e integrativi aziendali. Tale passività è soggetta a rivalutazione a mezzo di indici.

Debiti — I debiti sono iscritti al loro valore nominale.

Riconoscimento dei ricavi — I ricavi per la vendita dei prodotti sono riconosciuti al momento del passaggio di proprietà che generalmente coincide con la spedizione.

Imposte sul reddito dell'esercizio — Sono iscritte in base alla stima del reddito imponibile in conformità alle disposizioni in vigore, tenendo conto delle esenzioni applicabili e dei crediti d'imposta spettanti. Le imposte differite su eventuali differenze temporanee passive e attive sono rilevate in base al Principio contabile n. 25 emesso dalla Commissione per la statuizione dei Principi Contabili del Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri entrato in vigore nel 1999. Le imposte differite attive sono iscritte quando il loro realizzo è ragionevolmente certo. L'applicazione di tale principio ha comportato l'iscrizione di imposte differite attive a partire dal 1999. L'effetto dovuto al cambiamento di principio contabile ha comportato la iscrizione tra i proventi straordinari della quota riferibile al 31 dicembre 1998 e l'iscrizione a riduzione delle imposte sul reddito della quota dell'esercizio 1999.

Criteri di conversione delle poste in valuta — I crediti ed i debiti espressi originariamente in valuta estera sono convertiti in Lire ai cambi storici della data delle relative operazioni. Le differenze cambio realizzate in occasione dell'incasso dei crediti e del pagamento dei debiti in valuta estera sono iscritte al conto economico, dopo aver tenuto conto dell'apposito fondo oscillazione cambi, eventualmente esistente. Se a fine anno dalla conversione dei crediti e debiti in valuta estera esigibili entro l'esercizio successivo ai cambi in vigore alla data di bilancio, tenuto conto dei relativi contratti di copertura, si origina una differenza cambi netta, essa viene accertata e riflessa al conto economico del periodo, secondo quanto previsto dal Principio contabile n. 26 emesso dalla Commissione per la statuizione dei Principi Contabili del Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri.

Operazioni di leasing finanziario — Il sistema di contabilizzazione seguito per tali beni è conforme alla prassi civilistica vigente in Italia e prevede la contabilizzazione a conto economico dei canoni di locazione pagati. L'adozione della metodologia finanziaria avrebbe comportato la contabilizzazione a conto economico, in luogo dei canoni, degli interessi sul capitale residuo finanziato e delle quote di ammortamento sul valore dei beni acquisiti in leasing, commisurate alla residua possibilità di utilizzo dei beni stessi, oltre all'iscrizione dei beni nell'attivo e del residuo debito nel passivo. Gli effetti del ricalcolo secondo la metodologia finanziaria prevista dallo I.A.S. n. 17 sono comunque esposti nelle note al bilancio ed evidenziati nelle sezioni del presente principio al paragrafo 4.6.1.

Rischi ed impegni — Gli impegni contrattuali sono iscritti nei conti d'ordine al valore risultante dall'impegno contrattuale.

4.6 Analisi delle principali voci dello stato patrimoniale e del conto economico riclassificati relativi agli esercizi chiusi al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997

4.6.1 Commento alle principali voci patrimoniali

Capitale immobilizzato

ATTIVITÀ

Immobilizzazioni immateriali

La movimentazione intervenuta nel triennio è la seguente:

(milioni di Lire)	Saldo 1.1.1997	Acqui- sizioni	Ammor- tamenti	Saldo 31/12/97	Acqui- sizioni	Disinve- stimenti	Ammor- tamenti	Saldo 31/12/98	Acqui- sizioni	Disinve- stimenti	Ammor- tamenti	Saldo 31/12/99
Costi di impianto e di ampliamento	14		(7)	7			(7)	-	70		(14)	56
Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	113	119	(65)	167	246		(114)	299	25.366		(172)	25.493
Avviamento	180		(67)	113			(67)	46			(46)	0
Altre immobilizza- zioni Immateriali	919	757	(440)	1.236	824	(109)	(575)	1.376	758	(101)	(634)	1.399
Totale	1.226	876	(579)	1.523	1.070	(109)	(763)	1.721	26.194	(101)	(866)	26.948

Nel 1997 le voci in questione erano così composte e movimentate:

La voce “Costi d’impianto e di ampliamento” pari a Lire 7 milioni si riferisce alle spese di costituzione della società.

Tali costi sono stati iscritti in questa voce ed ammortizzati in 5 esercizi. Il decremento della voce è relativo all’ammortamento.

La voce “Concessioni, licenze, marchi e diritti simili” comprende marchi per Lire 0,5 milioni e licenze per l’utilizzo di *software* per Lire 167 milioni. Tali voci hanno subito modifiche per la quota di ammortamento dell’anno nonché per incrementi per acquisto di *software* pari a Lire 119 milioni.

La voce “Avviamento” ridottasi nell’esercizio per effetto dell’ammortamento, si riferisce essenzialmente all’avviamento iscritto nell’esercizio 1994 a seguito del conferimento del ramo d’azienda da parte della controllante CDC S.r.l.

La voce “Altre immobilizzazioni immateriali” comprende essenzialmente costi per migliorie su beni di terzi relative ad arredi di nuovi punti vendita. Nel corso del 1997 gli incrementi si riferiscono a ristrutturazioni di punti di vendita cash and carry ed a ristrutturazioni di sede.

Nel 1998 le voci in questione si sono così movimentate:

La voce “Concessioni, licenze, marchi e diritti simili” ha subito modifiche per la quota di ammortamento dell’anno (114 milioni) nonché per incrementi per acquisto di *software* pari a Lire 246 milioni.

La voce “Avviamento” si è ridotta nell’esercizio per effetto dell’ammortamento dell’anno (Lire 67 milioni).

La voce “Altre immobilizzazioni immateriali” si è incrementata per effetto delle migliorie su immobili di terzi a seguito delle nuove ulteriori aperture di punti vendita dell’esercizio.

Nel 1999 le voci si sono principalmente così movimentate:

La voce “Concessioni, licenze, marchi e diritti simili” si è incrementata principalmente di Lire 25.000 milioni per l’acquisto dei marchi dalla controllante CDC S.r.l., effettuato sulla base di una perizia di esperto indipendente, di Lire 254 milioni per acquisto di *software* nonché di Lire 112 milioni per l’ottenimento dell’autorizzazione amministrativa all’esercizio dell’attività di telefonia fissa.

Immobilizzazioni materiali

La movimentazione intervenuta nel triennio è la seguente:

Movimenti delle Immobilizzazioni Materiali nell’esercizio 1997

(ammontari in Lire milioni)	Costo Originario	Fondo Amm.to 1/1/97	Acquisizioni	Ammortam.	Costo originario	Fondo Amm.to 31/12/97.	Saldo 31/12/1997
Terreni e fabbricati	50	(22)		(5)	50	(27)	23
Impianti e macchinari	2.427	(1.045)	671	(759)	3.098	(1.804)	1.294
Attrezzature industriali e commerciali	1.744	(866)	1.176	(578)	2.920	(1.444)	1.476
Altri beni materiali	1.431	(650)	530	(472)	1.961	(1.122)	839
Totale	5.652	(2.583)	2.377	(1.814)	8.029	(4.397)	3.632

Movimenti delle Immobilizzazioni Materiali nell’esercizio 1998

(ammontari in Lire milioni)	Costo originario	Fondo Amm.to 31/12/97	Acquisizioni	Disinvestimenti netti	Ammortam.	Riclassificazioni	Costo Originario 31/12/98	Fondo Amm.to 31/12/98	Saldo 31/12/1998
Terreni e fabbricati	50	(27)	46	-	(10)	-	96	(37)	59
Impianti e macchinari	3.098	(1.804)	382	(110)	(712)	81	3.370	(2.435)	935
Attrezzature industriali e commerciali	2.920	(1.444)	1.080	(158)	(722)	98	3.842	(2.068)	1.774
Altri beni	1.961	(1.122)	605	(7)	(561)	5	2.559	(1.678)	881
Totale	8.029	(4.397)	2.113	(275)	(2.005)	184	9.867	(6.218)	3.649

Movimenti delle Immobilizzazioni Materiali dell’esercizio 1999

(ammontari in Lire milioni)	Costo originario	Fondo Amm.to	Acquisizioni	Utilizzo fondo	Disinvestim.	Amm.to	Costo originario	Fondo Amm.to	Saldo 31/12/1999
Terreni e fabbricati	96	(37)	0	5	(46)	(5)	50	(37)	13
Impianti e macchinari	3.370	(2.435)	614	69	(258)	(606)	3.726	(2.972)	754
Attrezzature industriali e commerciali	3.842	(2.068)	1.078	76	(305)	(929)	4.615	(2.921)	1.694
Altri beni materiali	2.559	(1.678)	955	27	(28)	(701)	3.486	(2.352)	1.134
Totale	9.867	(6.218)	2.647	177	(637)	(2.241)	11.877	(8.282)	3.595

I principali incrementi dell'esercizio 1997 hanno riguardato:

- acquisizione di nuovi impianti specifici e generici destinati alla produzione per Lire 671 milioni, essenzialmente rappresentati da impianti di condizionamento, telefonici, sistemi di cablaggio, etc.
- acquisto di attrezzature industriali e commerciali per Lire 1.176 milioni, rappresentati da porte automatiche, arredamento per negozi, scaffalature, mobili, automatismi scorrimento porte, etc.

Nel corso dell'esercizio non vi sono stati decrementi di rilievo nella voce immobilizzazioni tecniche. Inoltre non sono state effettuate svalutazioni di immobilizzazioni.

I principali incrementi dell'esercizio 1998 hanno riguardato:

- acquisizione di nuovi impianti destinati alla produzione per Lire 382 milioni, costituiti da impianti di condizionamento, telefonici, sistemi di cablaggio, etc.
- acquisto di attrezzature industriali e commerciali per Lire 1.080 milioni, rappresentati da porte automatiche, arredamento per negozi, scaffalature, mobili, automatismi scorrimento porte, etc.

Nel corso dell'esercizio sono state cedute immobilizzazioni tecniche per Lire 275 milioni. Inoltre non sono state effettuate svalutazioni di immobilizzazioni.

I principali incrementi dell'esercizio 1999 hanno principalmente riguardato:

- acquisizione di nuovi impianti destinati alla produzione per Lire 614 milioni, costituiti da impianti di condizionamento, telefonici, sistemi di cablaggio, etc.
- acquisto di attrezzature industriali e commerciali per Lire 1.078 milioni, rappresentati da porte automatiche, arredamento per negozi, scaffalature, mobili, automatismi scorrimento porte, etc.
- acquisto di insegne ed altro conseguenti alla apertura di nuovi negozi per Lire 394 milioni.

Nel corso dell'esercizio sono state cedute immobilizzazioni tecniche per Lire 637 milioni, registrando plusvalenze nette per circa Lire 67 milioni. Inoltre non sono state effettuate svalutazioni di immobilizzazioni.

La voce "Altri beni" nel triennio è così composta:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Macchine elettroniche d'ufficio	296	273	282
Automezzi	249	75	52
Insegne	589	494	428
Attrezzature per fiere	-	39	77
Totale	1.134	881	839

Ai sensi della legge n. 72/1983, art. 10, non vi sono beni in patrimonio sui quali sono state effettuate, in esercizi precedenti, rivalutazioni a norma di specifiche leggi.

Gli ammortamenti evidenziati nell'apposito prospetto sono stati calcolati sulla base di aliquote ritenute rappresentative della residua possibilità di utilizzo delle relative immobilizzazioni materiali, tenuto conto degli ammortamenti anticipati stanziati ai sensi della vigente normativa. Qualora la società avesse calcolato gli ammortamenti delle immobilizzazioni tecniche a quote costanti sulla stimata vita utile, nella fattispecie ragionevolmente rappresentata dalle massime aliquote di ammortamento ordinario stabilite dalla

normativa fiscale, l'effetto sulle immobilizzazioni tecniche nette del triennio e l'effetto sul patrimonio netto e sul risultato d'esercizio del triennio medesimo sarebbero stati i seguenti, al netto dell'effetto fiscale (dati in milioni di Lire):

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Aumento (Diminuzione)			
Immobilizzazioni tecniche nette	2.666	2.165	1.638
Patrimonio Netto (*)	1.566	1.272	962
Risultato Netto (**)	294	310	321

(*) al netto dell'effetto fiscale calcolato al 41,25%

(**) al netto dell'effetto fiscale calcolato al 53,2% per il 1997 ed al 41,25% per il 1998 e 1999

Immobilizzazioni finanziarie

La voce in oggetto accoglie crediti a medio e lungo termine ed include Lire 66 milioni relativi ad un deposito cauzionale verso la controllante CDC S.r.l. per il contratto di affitto dell'immobile infruttifero di interessi e Lire 200 milioni (Lire 207 milioni al 31 dicembre 1997) per depositi cauzionali verso terzi. La scadenza di tali crediti è compresa tra 1 e 5 anni.

La voce inoltre comprende al 31 dicembre 1998 e 1999 la partecipazione di Lire 1 milione al consorzio obbligatorio Conai.

Al 31 Dicembre 1999, la voce comprende le partecipazioni nelle imprese controllate per Lire 2.040 milioni relative alla sottoscrizione del capitale sociale per la costituzione delle medesime. Il saldo si riferisce ad Interfree S.p.A per Lire 1.200 milioni, alla Policom S.p.A per Lire 600 milioni, alla Polinet S.p.A per Lire 120 milioni ed alla Polidata S.p.A. (ora CD Web S.p.A.) per Lire 120 milioni. Per l'esame del business delle suddette società, possedute tutte al 60%, si rimanda a quanto descritto nella Sezione I, Capitolo I, par. 1.7.

La valutazione di tali partecipazioni con il metodo del patrimonio netto non avrebbe comportato effetti né sul patrimonio netto né sul risultato d'esercizio.

Capitale di esercizio

Rimanenze

La voce in oggetto a fine 1997 è così composta:

(milioni di Lire)	Lordo	Fondo Svalutazione	Valore netto
Merci	44.198	(900)	43.298
Merci in viaggio	23.341	-	23.341
Totale magazzino	67.539	(900)	66.639

L'aumento intervenuto rispetto all'esercizio precedente di Lire 19.503 milioni, al netto dell'incremento del fondo di Lire 400 milioni, è essenzialmente da attribuirsi al maggiore stoccaggio di prodotti finiti in relazione all'incremento del volume delle vendite.

Il fondo svalutazione magazzino, incrementato di Lire 400 milioni nel corso dell'esercizio è stato stanziato per considerare fenomeni di obsolescenza e lento movimento stimati alla fine dell'esercizio relativi alle giacenze di magazzino alla data di bilancio. La determinazione dello stanziamento considera altresì le condizioni di acquisto e le eventuali clausole di protezione dello stock.

A fine 1998 il magazzino è così composto:

(milioni di Lire)	Lordo	Fondo Svalutazione	Valore netto
Merci	71.436	(1.346)	70.090
Merci in viaggio	14.917	-	14.917
Totale magazzino	86.353	(1.346)	85.007

L'aumento intervenuto rispetto all'esercizio precedente di Lire 18.368 milioni, al netto dell'incremento del fondo di Lire 446 milioni, è essenzialmente da attribuirsi al maggiore stoccaggio di prodotti finiti in relazione all'incremento del volume delle vendite ed alle strategie commerciali adottate.

Il fondo svalutazione magazzino, incrementato di Lire 446 milioni nel corso dell'esercizio è stato stanziato per considerare fenomeni di obsolescenza e lento movimento stimati alla fine dell'esercizio relativi alle giacenze di magazzino alla data di bilancio.

A fine 1999 il magazzino è così composto:

(milioni di Lire)	Lordo	Fondo Svalutazione	Valore netto
Merci	87.946	(1.700)	86.246
Merci in viaggio	23.254	-	23.254
Totale magazzino	111.200	(1.700)	109.500

Il rischio della rapida senescenza ed obsolescenza tecnologica dei prodotti (cfr. Avvertenze per l'Investitore) che caratterizza il mercato di riferimento della società è fronteggiato dalla società mediante le seguenti principali azioni:

- monitoraggio continuo delle giacenze attraverso appositi gruppi di lavoro che sono preposti a definire le politiche di smaltimento;
- responsabilizzazione dei category managers con riferimento alla rotazione delle scorte anche in ordine alle politiche di incentivazione economica;
- individuazione delle giacenze con problemi di smaltimento attraverso attribuzione di "flags" graduati per livello di problematicità;
- misurazione continua dei livelli di rotazione delle scorte;
- ricorso a offerte speciali per lo smaltimento dei prodotti tramite i vari canali della rete;
- stipula di accordi di stock protection con i principali fornitori che salvaguardino il margine dei prodotti o che comportino la sostituzione dei vecchi modelli posti in phase out con quelli di recente uscita.

Il fondo obsolescenza magazzino è stato incrementato nell'esercizio di Lire 354 milioni a fronte dell'analisi effettuata sui codici che presentano problematiche di assorbimento.

Nel corso dei triennio l'incidenza dei magazzino sul fatturato e l'indice medio di rotazione sono ricavabili dalla seguente tabella:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Ricavi delle vendite	746.481	592.569	540.784
Magazzino totale	109.500	85.007	66.639
Incidenza sui ricavi delle vendite	14,6%	14,3%	12,3%
Indice di rotazione del magazzino (giorni)	53	52	45

L'andamento dell'indice di rotazione del magazzino è anche da riconnettersi alla politiche commerciali adottate volte ad evitare rotture di stock ed a poter disporre di un rapido riassortimento dei prodotti sulla rete di vendita.

Crediti commerciali

Sono così composti:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Rimesse dirette	29.989	26.974	25.467
Ricevute bancarie	32.780	31.203	15.290
Fatture da emettere	1.419	1.780	1.982
Fondo svalutazione crediti	(608)	(357)	(200)
Cred. commerciali v/clienti	63.580	59.600	42.539

L'indice di rotazione dei crediti commerciali nel 1997 era pari a 29 giorni, nel 1998 era pari 37 giorni e nel 1999 a 31 giorni, ed è particolarmente alto a causa della attenta politica adottata dalla società nella concessione del credito.

Come descritto nel Capitolo I, la società intrattiene inoltre rapporti con parti correlate per vendita di prodotti (Lire 98 miliardi circa nel 1998, Lire 101 miliardi nel 1997 e Lire 114 miliardi nel 1999) a condizioni contrattuali analoghe a quelle praticate con terzi.

I crediti relativi alle vendite sopra evidenziate con parti correlate ammontano a Lire 7,1 miliardi al 31 dicembre 1997, a Lire 5,6 miliardi al 31 dicembre 1998 e Lire 6,7 miliardi al 31 dicembre 1999.

Il dettaglio delle perdite su crediti e degli accantonamenti per perdite presunte su crediti rilevate dalla società nel triennio in considerazione è il seguente:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Perdite su crediti	174	-	70
Accantonamenti per perdite presunte su crediti	608	339	200
Totale	782	339	270

Crediti verso controllante

Tali crediti sono relativi al 31 dicembre 1997 e 1998 ad un rapporto di conto corrente di corrispondenza intrattenuto con la controllante CDC S.r.l. regolato al tasso di interesse pari al Prime Rate ABI meno 2 punti percentuali.

Al 31 dicembre 1999 il saldo di Lire 304 milioni si riferisce alla vendita di mobilio ed arredi effettuato alla controllante. Tale credito è stato saldato nel marzo 2000.

Altri crediti

Gli altri crediti sono così composti:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Crediti verso l'Erario	74	48	2.285
Imposte differite attive	944	-	-
Anticipi a fornitori	20.563	4.099	856
Note di credito da ricevere	11.556	8.250	2.698
Indennizzi assicurativi da ricevere	11	319	11
Crediti verso dipendenti	36	24	25
Crediti per premi su opzioni	-	229	-
Altri minori	168	120	85
Crediti verso Micronica	194	-	-
Totale	33.546	13.089	5.960

Il credito verso l'Erario è originato principalmente da crediti per rimborsi da ricevere e per le ritenute d'acconto subite. Nel 1997 era essenzialmente dovuto ai maggiori acconti d'imposta pagati nel corso dell'esercizio.

Le imposte differite attive si riferiscono prevalentemente alle imposte su accantonamenti tassati di competenza dell'esercizio corrente (Lire 306 milioni) e di quelli antecedenti (Lire 638 milioni).

La voce anticipi a fornitori accoglie gli anticipi corrisposti per forniture di merci.

La voce anticipi a dipendenti comprende gli anticipi erogati per trasferte.

La voce indennizzi assicurativi da ricevere include rimborsi assicurativi spettanti in conseguenza essenzialmente a furti subiti e danneggiamenti.

La voce note di credito da ricevere include prevalentemente premi da fornitori e si incrementa essenzialmente per i maggiori premi riconosciuti dai fornitori a seguito del raggiungimento dei targets definiti commerciali e di vendita.

Il saldo al 31 dicembre 1999 comprende inoltre crediti per Lire 194 milioni verso la Micronica S.r.l. relativi a rifatturazione di costi pervenuti da fornitori di attrezzature di competenza Micronica. Tali fatture sono state successivamente compensate con le fatture di assemblaggio dei PC pervenute da Micronica nel 2000.

Al 31 dicembre 1999 non erano in essere operazioni valutarie di copertura tramite opzioni.

La voce Altri minori accoglie essenzialmente il credito per acconto imposta sul T.F.R. dipendenti.

Tali crediti, che non presentano degli importi incassabili oltre l'esercizio successivo, sono tutti esigibili e pertanto su di essi non sono state effettuate rettifiche di valore.

Ratei e risconti attivi

I ratei attivi (Lire 40 milioni al 31 dicembre 1999, Lire 354 milioni al 31 dicembre 1998 e Lire 258 milioni al 31 dicembre 1997) accoglie prevalentemente cauzioni ed altri minori importi.

Il dettaglio dei risconti è il seguente:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Noleggio automezzi	9	31	30
Maxicanoni di leasing	36	56	88
Assicurazioni	-	-	389
Fitti passivi	51	65	37
Licenze	249	43	70
Royalties	796	-	-
Altri minori	89	10	-
Totale	1.230	205	614

La differenza nel saldo relativo alle assicurazioni è dovuta al pagamento dei premi in corrispondenza con l'esercizio. La differenza nelle royalties è dovuta alla diversa periodicità del contratto con Microsoft rispetto allo scorso esercizio.

Leasing

Il sistema di contabilizzazione seguito per tali beni è conforme alla prassi civilistica vigente in Italia e prevede la contabilizzazione a conto economico dei canoni di locazione pagati. L'adozione della metodologia finanziaria avrebbe comportato la contabilizzazione a conto economico, in luogo dei canoni, degli interessi sul capitale residuo finanziato e delle quote di ammortamento sul valore dei beni acquisiti in leasing, commisurate alla residua possibilità di utilizzo dei beni stessi, oltre all'iscrizione dei beni nell'attivo e del residuo debito nel passivo.

Qualora le operazioni di leasing finanziario fossero state contabilizzate secondo la metodologia finanziaria, gli effetti sulle immobilizzazioni materiali nette, sui debiti verso altri finanziatori, sul patrimonio netto e sul risultato d'esercizio sarebbero stati i seguenti:

(milioni di Lire)	1997	1998	1999
Aumento (Diminuzione)			
Immobilizzazioni tecniche nette	1.911	1.765	1.407
Debiti verso altri finanziatori	1.382	1.067	697
di cui:			
Entro 12 mesi	315	370	333
Oltre 12 mesi	1.067	697	364
Patrimonio Netto (*)	259	378	396
Risultato Netto (**)	61	119	18

(*) al netto dell'effetto fiscale calcolato al 41,25%

(**) al netto dell'effetto fiscale calcolato al 53,2% per il 1997 ed al 41,25% per il 1998 e 1999

PASSIVITÀ

Debiti commerciali ed altri debiti

La voce è così dettagliata:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Debiti verso fornitori	157.277	105.602	98.766
Debiti tributari per imposte dell'esercizio	1.538	58	39
Ritenute fiscali IRPEF	720	612	393
IVA a debito	42	1.827	112
Anticipi da clienti	413	778	-
Debiti verso dipendenti per competenze da liquidare	1.928	1.381	504
Note di credito da emettere	2.260	2.387	2.677
Royalties da liquidare	3.992	5.296	2.872
Debiti per premi su operazioni valutarie	-	314	-
Debiti verso istituti previdenziali	719	804	538
Altri debiti a breve termine	54	71	59
Totale	168.943	119.130	105.960

I giorni medi dei debiti verso fornitori nel 1997 erano pari a 71 giorni, nel 1998 erano scesi a 69 giorni e nel 1999 e sono risaliti a circa 81 giorni.

I debiti verso fornitori in essere alla fine di ciascun esercizio hanno tutti scadenza entro 12 mesi e sono interamente costituiti da debiti verso fornitori relativi all'acquisto di merci destinate alla rivendita e di servizi per il generale funzionamento dell'azienda.

Il debito per imposte dell'esercizio è interamente costituito dal saldo dell'IRPEG di competenza dell'esercizio corrente, al netto dei relativi acconti.

La variazione di Lire 877 milioni nei debiti verso dipendenti intervenuta dal 1997 al 1998 è dovuta alla riclassificazione contabile di alcune componenti del costo del personale, imputate a ratei passivi nell'esercizio precedente.

Le note di credito da emettere sono relative al sistema premiante maturato alla fine di ogni esercizio nei confronti della rete di vendita.

Le royalties da liquidare sono relative al *software* installato sulle macchine assemblate dalla società ed aumentano in funzione del maggior numero di pezzi assemblato.

Al 31 dicembre 1999 non erano in essere operazioni di opzioni valutarie.

I debiti verso istituti previdenziali si riferiscono alle quote a carico della società e a carico dei dipendenti per i salari e stipendi relativi al solo mese di dicembre. L'incremento avutosi tra il 1997 ed il 1998 è imputabile al maggior numero di dipendenti (n. 175 rispetto a n. 159).

Debiti verso controllate

Il saldo di Lire 1.428 milioni relativo al 1999 si riferisce ai residui decimi da versare relativi alla costituzione delle società controllate Policom, Polidata, Interfree e Polinet.

Debiti verso controllante

L'importo di circa Lire 12 milioni al 31 dicembre 1997 si riferisce ad un debito per interessi passivi nei confronti della controllante CDC S.r.l.

Ratei e risconti passivi

I ratei passivi sono così composti:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Interessi passivi su c/c bancari	560	225	85
Ratei verso il personale	387	293	860
Canoni di locazione	11	10	25
Spese telefoniche	95	14	44
Energia elettrica	21	20	9
Varie	13	15	17
Totale ratei passivi	1.087	577	1.040

I ratei su interessi passivi sono aumentati per effetto dell'incidenza dell'indebitamento netto.

I ratei verso il personale sono diminuiti nell'esercizio 1998 a causa della riclassifica descritta nel precedente paragrafo.

I risconti passivi al 31 dicembre 1998 si riferiscono a risconti su iscrizione al Conai.

Trattamento di fine rapporto

Il fondo trattamento di fine rapporto ha subito il seguente andamento:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Saldo Iniziale	1.455	1.184	848
Accantonamenti	669	504	394
Utilizzi	(129)	(233)	(58)
Totale	1.995	1.455	1.184

Il saldo del fondo rappresenta il debito della società verso il personale dipendente e corrisponde alla sommatoria delle singole indennità maturate a favore di ciascun dipendente ed è determinato in conformità ai contratti di lavoro vigenti e a quanto disposto della Legge 29 maggio 1982 n. 297. Inoltre esso risulta esposto al netto degli anticipi erogati ai dipendenti.

Fondi per rischi ed oneri

La composizione di tali fondi nel triennio in esame è la seguente:

Milioni di Lire	1999	1998	1997
Fondo rischi	200	200	200
Fondo indennità suppletiva di clientela	-	6	3
Fondo oscillazioni cambi	342	-	-
Totale	542	206	203

Il fondo rischi è costituito dall'accantonamento per un contenzioso in corso di natura previdenziale, stanziato prudenzialmente a fronte degli oneri previsti sullo stesso, tenuto anche conto delle indicazioni del consulente legale della società.

Al 31 dicembre 1998 e 1997 il confronto tra i crediti ed i debiti significativi in valuta estera inclusi nelle

rispettive voci al cambio della data dell'operazione e gli stessi crediti e debiti controvalutati al cambio di fine esercizio ha fatto emergere differenze cambio positive, prudenzialmente non accreditate a conto economico.

Al 31 dicembre 1999 le differenze cambio passive complessive ricalcolate alla data di bilancio ammontano a Lire 342 milioni e sono state accantonate nel fondo oscillazione cambi. Nei due precedenti esercizi, le differenze cambio totali erano positive.

Patrimonio netto

Di seguito sono indicate le voci che compongono il patrimonio netto della società nel triennio:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Capitale sociale	10.000	3.000	3.000
Riserva legale	600	600	600
Altre riserve	2	9.251	5.406
Utile dell'esercizio	6.567	4.301	3.845
Totale patrimonio netto	17.169	17.152	12.851

Capitale sociale

Il capitale sociale al 31 dicembre del 1997 e 1998, interamente sottoscritto e versato, risulta costituito da n. 300.000 azioni ordinarie da nominali Lire 10.000 cadauna, per Lire 3.000 milioni. In data 15 settembre 1999, l'Assemblea straordinaria ha deliberato l'aumento del capitale sociale a Lire 10 miliardi, effettuato per Lire 6.500 milioni mediante imputazione della riserva straordinaria e per Lire 500 milioni mediante conferimento in denaro di soci.

Riserva Legale

Rappresenta la quota di utili della Società destinata ai sensi di legge.

Altre riserve

La voce si riferisce alla riserva straordinaria che si è incrementata per effetto della destinazione del risultato dell'esercizio immediatamente precedente e decrementata per effetto dell'aumento di capitale sociale sopracitato. Si veda a tale proposito il prospetto riportato precedentemente di movimentazione delle voci componenti il patrimonio netto della società.

Basket a) e b)

Il basket a) disponibile al 31 dicembre 1999 ammonta a Lire 12.135 milioni, mentre il canestro b) alla stessa data ammonta a Lire 47 milioni.

Indebitamento finanziario netto

L'indebitamento finanziario netto nel triennio ha avuto la seguente evoluzione:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Debiti verso altri finanziatori	(8.691)	-	-
Conti correnti passivi	(5.717)	(18.575)	(1.710)
Linea di credito consortile	(30.000)		
Anticipazioni su s.b.f.	-	(2.314)	(1.617)
Anticipazioni su operazioni di importazione	(15.931)	(17.709)	(2.853)
Depositi bancari e postali	10.063	1.844	4.149
Cassa	389	87	128
Totale	(49.887)	(36.667)	(1.903)

L'indebitamento finanziario a breve termine è interamente rappresentato da anticipazioni di effetti e fatture salvo buon fine della durata media di 30-35 giorni; vengono inoltre effettuate operazioni di anticipi import mediamente della durata di 3 mesi.

Per maggiori dettagli in merito all'indebitamento finanziario ed alla politica di indebitamento, di gestione della tesoreria e del rischio di cambio si veda quanto esposto nel precedente paragrafo 4.4.4.

Il finanziamento in pool di Lire 30 miliardi stipulato nel 1999 si riferisce ad un finanziamento con banca capofila Cassa di Risparmio di Firenze, erogato nel secondo semestre 1999. Il fido su tale finanziamento in pool ammonta a Lire 46 miliardi. Tale finanziamento è acceso ad un tasso indicizzato pari all'Euribor + 0,4% ed è utilizzabile in unica o più tranches trimestrali e/o semestrali. L'incremento delle banche attive è relativo alle operazioni di finanziamento in valuta stipulati a fine anno nonchè all'operazione di factor effettuata a fine 1999.

I succitati conti includono debiti in valuta per 8,4 milioni di USD convertiti al cambio di fine esercizio mediante l'iscrizione nel passivo di un fondo oscillazione cambi.

CONTI D'ORDINE

I conti d'ordine hanno avuto nel corso del triennio in esame la seguente composizione:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Impegni di acquisto	-	9.918	10.559
Canoni di leasing a scadere	774	1.237	1.604
Merci da ricevere	2.850	4.715	6.810
Totale	3.624	15.870	18.973

Gli impegni di acquisto si riferiscono ad operazioni a termine "fuori bilancio" relative ad acquisti a termine di valuta, effettuate con finalità di copertura dai rischi di cambio sugli acquisti in valuta posti in essere dalla Società. Nella valutazione dei rischi di cambio è stato tenuto conto della valutazione dei suddetti contratti alla data del 31 dicembre di ciascun esercizio. Al 31 dicembre 1999 non erano in essere contratti a termine di copertura in valuta.

Gli impegni per canoni di locazione finanziaria a scadere rappresentano il valore complessivo dei canoni a scadere da corrispondere alle società locatrici incluso il valore di riscatto finale previsto dai contratti ed escluse le rate già pagate. L'effetto della contabilizzazione secondo la metodologia finanziaria sul patrimonio netto e sul risultato d'esercizio della società è stato esposto nella nota relativa al leasing.

Gli impegni per merce da ricevere si riferiscono ad acquisti di merce su cui sono state aperte lettere di credito a favore della società da parte di istituti bancari.

4.6.2 Commenti alle principali voci del conto economico

Valore della produzione

La composizione di tale voce è illustrata dalla seguente tabella:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	746.481	592.569	540.784
Altri ricavi e proventi	3.369	3.841	3.705
Totale	749.850	596.410	544.489

Ricavi delle vendite e delle prestazioni

Il fatturato della società è quasi interamente realizzato in Italia e la valuta di riferimento è la lira italiana.

Per quanto riguarda le caratteristiche del settore di appartenenza e la ripartizione del volume d'affari secondo i principali canali e categorie di prodotto si veda quanto evidenziato precedentemente.

Per quanto concerne il fenomeno della stagionalità si veda inoltre quanto commentato nel Capitolo 1 del presente prospetto informativo.

Altri ricavi e proventi

Il dettaglio degli altri ricavi e proventi è il seguente:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Fitti attivi	1.178	1.191	1.406
Indennizzi per sinistri e incendi	477	1.180	1.049
Diritti di entrata franchising	994	702	240
Provvigioni attive	1	208	154
Assistenza tecnica sede	86	117	111
Royalties attive	-	-	137
Recupero spese trasporto su vendita	234	246	260
Altri ricavi	399	197	348
Totale	3.369	3.841	3.705

Rispetto al bilancio della società redatto secondo lo schema indicato dall'art. 2425 dei c.c., il valore della voce "altri ricavi e proventi" è indicata al netto dei rimborsi ottenuti da clienti e fornitori per pubblicità.

Gli indennizzi per sinistri riguardano essenzialmente rimborsi assicurativi ricevuti per furti ed ammanchi e rimborsi da autotrasportatori per perdita o danneggiamento di beni. Nel 1999, essi diminuiscono a seguito del minor verificarsi di tali fenomeni.

La voce "diritti di entrata franchising" accoglie i diritti di affiliazione pagati inizialmente dai nuovi aderenti alla rete commerciale in franchising.

La voce "provvigioni attive" si riferisce a provvigioni maturate nei confronti di fornitori per acquisti effettuati direttamente dalla rete commerciale.

La voce "royalties attive" si riferisce a riaddebiti alla catena per acquisti effettuati da altri distributori che non si sono ripetuti negli esercizi successivi.

Costo di acquisto delle materie prime e merci

Il dettaglio dei costi di acquisto delle materie prime e merci è il seguente:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Acquisti Italia	463.075	327.788	284.684
Acquisti UE	157.137	142.773	144.552
Acquisti Extra UE	77.237	78.402	77.267
Costo per materie prime, suss. e merci	697.449	548.963	506.503
Imballaggi e confezionamenti	3.119	2.304	1.650
Assemblaggi prove collaudi	3.164	2.349	1.771
Costi diretti accessori	6.283	4.653	3.421
Variazione delle rimanenze di merci	(24.492)	(18.368)	(19.503)
Totale	679.240	535.248	490.421

Tutti gli acquisti effettuati in Italia sono denominati esclusivamente in Lire italiane. Gli acquisti UE sono denominati prevalentemente in Dollari Usa, Euro, Marchi e Lire italiane. Gli acquisti Extra UE sono regolati prevalentemente in dollari USA. Le variazioni di merci sono esposte al netto delle rettifiche per tenere conto del fenomeno della obsolescenza e della lenta movimentazione.

Costi per servizi ed altri costi operativi

Il dettaglio dei costi per servizi ed altri costi operativi è il seguente:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Pubblicità (*)	4.665	6.453	6.950
Altri costi commerciali (comprensivo di trasporti su vendite)	11.706	8.204	6.270
Assicurazioni	649	643	411
Compenso organi sociali	2.309	2.190	2.185
Viaggi e trasferte	1.072	1.025	936
Materiali e pulizia locali	404	361	259
Utenze	1.812	1.604	1.429
Corsi di formazione	224	284	212
Provvigioni passive	284	311	327
Consulenze tecniche, legali, fiscali ed amministrative	960	676	826
Trasporti su acquisti, spedizionieri e servizi accessori	6.904	5.714	4.434
Affitti di immobili	3.214	2.914	2.700
Noleggi	478	471	417
Leasing	449	622	669
Royalties marchio	1.100	1.100	1.100
Oneri fiscali	369	129	108
Cancelleria e stampati	187	185	206
Accantonamenti per perdite presunte su crediti	608	339	267
Manutenzioni	250	242	342
Altri costi	1.166	841	931
Totale	38.810	34.308	30.979

(*) Al netto di contributi e rimborsi per operazione di marketing congiunto ed altri recuperi pubblicitari.

La voce “costi per servizi ed altri costi operativi” include i costi per servizi, i costi per godimento di beni di terzi, gli oneri diversi di gestione e gli accantonamenti e svalutazioni del conto economico riclassificato.

I costi pubblicitari sono rappresentati dai costi sostenuti per pubblicità su video, stampa, eventi e convention, in occasione di nuove aperture, per servizi, cataloghi, merchandising, etc.

Gli altri costi commerciali comprendono principalmente i trasporti su vendite ed i costi per il sistema premiante alla rete di vendita.

Le provvigioni passive si riferiscono a contratti di agenzia stipulati con due (uno nel 1998 e 1999) responsabili di punti vendita in ordine alla promozione delle vendite.

Le spese per consulenze riguardano consulenze legali, amministrative, commerciali ed informatiche e di controllo di gestione.

I fitti passivi si riferiscono essenzialmente all'affitto di punti di vendita.

Le royalties per l'utilizzo del marchio si riferiscono ai diritti pagati alla controllante CDC S.r.l. Si ricorda che i marchi sono stati da quest'ultima ceduti il 31 dicembre 1999 alla CDC S.p.A. per un corrispettivo di Lire 25 miliardi, sulla base di una perizia di un esperto contabile indipendente.

L'accantonamento per perdite presunte su crediti è stato operato a fronte di specifiche posizioni che alla data di chiusura del bilancio presentavano oggettivi rischi di inesigibilità.

Costo del lavoro

La voce è così dettagliata:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Salari e stipendi	9.798	8.128	6.307
Oneri sociali	3.019	2.584	2.452
Trattamento fine rapporto	703	667	422
Altri costi del personale	190	154	268
Totale	13.710	11.533	9.449

La riduzione dell'incidenza degli oneri sociali più che proporzionale rispetto al costo complessivo del lavoro registrata nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 1997 è dovuta alla soppressione dei costi per il servizio sanitario nazionale.

Il numero di dipendenti della società nel triennio di riferimento (numero medio e unità a fine periodo) è stato il seguente:

(unità)	1999		1998		1997	
	Numero medio	Unità a fine periodo	Numero medio	Unità a fine periodo	Numero medio	Unità a fine periodo
Dirigenti	2	2	1	1	2	2
Quadri	17	20	15	15	14	16
Impiegati	120	130	105	110	92	99
Operai	62	75	46	49	38	42
Totale	201	227	167	175	146	159

Ammortamenti

Il dettaglio degli ammortamenti è illustrato dalla seguente tabella:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Ammortamenti immobilizzazioni immateriali	866	763	579
Ammortamenti immobilizzazioni materiali	2.241	2.005	1.814
Totale	3.107	2.768	2.393

La Società ha stanziato nell'esercizio ed in esercizi precedenti ammortamenti anticipati secondo quanto consentito dalla legislazione fiscale. L'effetto di tale impostazione sul patrimonio netto e sul risultato d'esercizio sono esposti nel precedente paragrafo.

Proventi (oneri) finanziari netti

Il dettaglio degli oneri finanziari netti è il seguente:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Interessi attivi	94	64	190
Interessi attivi su crediti verso controllante	284	422	86
Interessi su crediti verso clienti	18	-	2
Interessi attivi su cauzioni	6	11	5
Sconti finanziari	312	46	165
Proventi opzioni cambi	314	22	2
Utili su cambi	4.225	1.619	1.393
Totale proventi finanziari	5.253	2.184	1.843
Interessi passivi su debiti verso banche	(1.581)	(1.394)	(613)
Interessi passivi su debiti verso altri finanziatori	(15)	(210)	(5)
Interessi passivi su debiti verso controllante	-	-	(12)
Interessi passivi diversi	(1)	(3)	(148)
Commissioni ed oneri bancari	(1.454)	(555)	(350)
Premi su opzioni	-	(443)	(214)
Perdite su cambi	(5.310)	(3.125)	(2.589)
Totale oneri finanziari	(8.361)	(5.730)	(3.931)
Proventi (oneri) finanziari netti	(3.108)	(3.546)	(2.088)

Le perdite su cambi sono comprensive dell'accantonamento al fondo oscillazione cambi al 31 dicembre 1999, pari a Lire 342 milioni, iscritto nei fondi per rischi ed oneri.

L'evoluzione degli oneri finanziari netti dipende essenzialmente dalle necessità di finanziamento del capitale circolante netto che nel corso del triennio è aumentato a seguito dell'incremento delle vendite.

Per ulteriori informazioni in merito all'indebitamento finanziario netto, alla politica di indebitamento e alla gestione della tesoreria si veda il paragrafo 4.4.3 del presente capitolo.

Proventi (oneri) straordinari netti

Il dettaglio dei proventi (oneri) straordinari è illustrato dalla seguente tabella:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Plusvalenze da alienazioni	-	179	1
Sopravvenienze attive	697	74	52
Totale proventi	697	253	53
Minusvalenze da alienazioni	-	(89)	-
Sopravvenienze passive	(176)	(153)	(164)
Totale oneri	(176)	(242)	(164)
Proventi (oneri) straordinari netti	521	11	(111)

L'incremento delle sopravvenienze attive registrato nel 1999 è quasi interamente dovuto all'accantonamento delle imposte differite attive sui fondi tassati in essere al 1.1.1999, pari a Lire 638 milioni.

Imposte sul reddito

Il dettaglio delle imposte sul reddito, con evidenza dell'incidenza percentuale delle stesse sul risultato economico prima delle imposte, è il seguente:

(milioni di Lire)	1999	1998	1997
Accantonamento per IRPEG	4.712	3.561	3.569
Accantonamento per ILOR	-	-	1.567
Accantonamento per IRAP	1.423	1.156	-
Imposte anticipate	(306)	-	-
Imposta sul patrimonio netto	-	-	67
Totale Imposte sul reddito	5.829	4.717	5.203
Risultato economico prima delle imposte	12.396	9.018	9.048
Incidenza % delle imposte sul reddito	47%	52,3%	57,5%

Come evidenziato precedentemente la diminuzione dell'incidenza delle imposte sul reddito sul risultato ante imposte manifestatasi tra il 1997 e il 1998 è dovuta essenzialmente all'introduzione dell'IRAP che ha sostituito l'ILOR ed altri tributi minori.

4.6.3 Transizione all'Euro

Gli schemi di bilancio d'esercizio al 31 dicembre 1999, 1998 e 1997 inclusi in allegato al presente Prospetto Informativo sono stati redatti sia in Lire che in Euro ; la traduzione delle Lire in euro è avvenuta in base al tasso fisso irrevocabile di conversione stabilito il 31 dicembre 1998 (1 Euro = 1936,27 Lire).

Per gli esercizi 1999 e 2000 la società continuerà ad adottare la lira come moneta di conto. Il sistema contabile e le procedure in essere sono in grado di gestire la contabilizzazione in Euro.

Nel corso dell'esercizio 1999 sono stati sopportati costi non significativi per la futura transizione all'Euro.

4.7 Situazione al 31 marzo 2000

Premessa

La CDC S.p.A. nel primo trimestre ha visto un ulteriore sviluppo della propria attività nella produzione e distribuzione dei prodotti informatici.

Come più dettagliatamente commentato nel prosieguo di questo paragrafo, il primo trimestre 2000 registra, rispetto all'analogo periodo 1999, sia un incremento in valore assoluto del fatturato e dei risultati economici, sia un rilevante miglioramento della redditività sul fatturato.

I buoni risultati conseguiti al 31 marzo 2000 confermano la crescita del mercato di riferimento e l'efficacia delle strategie di sviluppo della società.

Interfree S.p.A. nel primo trimestre 2000 ha registrato una forte crescita del numero di sottoscrittori che, al 31 marzo 2000, erano pari a circa 203.000 e del traffico generato, pari a 1,4 milioni di minuti di connessione registrati nella giornata del 31 marzo 2000. La partecipata ha conseguito ricavi per Lire 829 milioni, in prevalenza riferibili ad interconnessione, e costi operativi per Lire 1.367 milioni principalmente rappresentati da costi di connettività, da compensi ad amministratori e costi del personale.

Dalla data di costituzione, Interfree S.p.A. ha conseguito nei circa sei mesi di operatività una perdita complessiva di Lire 711 milioni (di cui Lire 427 milioni di competenza di CDC S.p.A.). La posizione finanziaria di Interfree S.p.A. al 31 marzo 2000 evidenzia un capitale sociale sottoscritto di Lire 2.000 milioni e versato per Lire 806 milioni ed una disponibilità di cassa di Lire 265 milioni, nonché immobilizzazioni di circa Lire 517 milioni sostanzialmente coperte dal capitale circolante netto negativo.

CD Web ha iniziato ad operare nell'aprile 2000, mentre è previsto che Policom inizi ad operare nel mese di settembre 2000.

Viene presentato il conto economico della CDC S.p.A. per il trimestre chiuso al 31 marzo 2000 riclassificato secondo lo schema utilizzato nel precedente paragrafo 4.1.2. per i conti annuali e comparato con i dati dell'analogo periodo dell'esercizio precedente. E' inoltre presentata la posizione finanziaria al 31 marzo 2000 comparata con quella al 31 dicembre 1999.

I dati economici al 31 marzo 2000 di Interfree Policom, CD Web e CD Consulting non sono presentati consolidati con quelli della Capogruppo sia perché non significativi sia per consentire un confronto diretto dell'attività tradizionale di CDC tra il primo trimestre 2000 e il primo trimestre 1999. I dati sintetici relativi a saldi patrimoniali non sono presentati in forma consolidata. Il bilancio consolidato del Gruppo CDC si prevede che sarà presentato al 31 dicembre 2000.

L'attività telefonica è ancora in fase di avvio e non ha pertanto ancora influenzato i risultati economici del primo trimestre 2000.

I suddetti prospetti sono stati redatti seguendo i principi contabili adottati per la redazione dei conti annuali ed esposti nel paragrafo 4.5., ricorrendo a procedure di stima, rispetto a quanto adottato per i conti annuali, per quelle voci per le quali non fossero ancora disponibili le informazioni consuntive usualmente utilizzate in sede di chiusura annuale.

4.7.1 Conto economico per il periodo di 3 mesi chiuso al 31 marzo 2000 e raffronto con il 31 marzo 1999 di CDC S.p.A.

(milioni di Lire)	31 marzo 2000		31 marzo 1999	
		%		%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	282.167	99,8%	185.098	99,7%
Altri ricavi e proventi (A)	620	0,2%	626	0,3%
Valore della produzione	282.787	100,0%	185.724	100,0%
Costi di acquisto materie prime, suss.e merci (B)	(244.620)		(141.911)	
Variazione rimanenze di merci	(12.033)		(26.768)	
	(256.653)	90,76%	(168.679)	90,82%
Margine lordo delle vendite	26.134	9,24%	17.045	9,18%
Costi per servizi (C)	(8.773)	3,10%	(6.889)	3,71%
Costi per godimento beni di terzi	(1.068)	0,38%	(1.322)	0,71%
Valore aggiunto	16.293	5,76%	8.834	4,76%
Costo del lavoro	(4.087)	1,45%	(3.056)	1,65%
Margine operativo lordo	12.206	4,32%	5.778	3,11%
Ammortamenti	(1.270)	0,45%	(777)	0,42%
Accantonamenti e svalutazioni	(62)	0,02%	0	0%
Oneri diversi di gestione	(247)	0,09%	(158)	0,08%
Risultato operativo	10.627	3,76%	4.843	2,61%
Proventi (oneri) finanziari netti	(2.595)	0,92%	(752)	0,40%
Risultato della gestione ordinaria	8.032	2,84%	4.091	2,20%
Proventi (oneri) straordinari netti	(102)	0,04%	(5)	0,00%
Risultato prima delle Imposte	7.930	2,80%	4.086	2,20%

(A) il valore della voce 'altri ricavi e proventi' è esposta al netto di rimborsi e recuperi pubblicitari per Lire 4.066 milioni al 31 marzo 2000 e Lire 2.579 milioni al 31 marzo 1999, classificati a riduzione dei costi commerciali inclusi nei costi per servizi.

(B) il valore della voce 'costi di acquisto materie prime, sussidiarie e merci' è stato diminuito dei premi da fornitori per raggiungimento obiettivi per campagne di vendita e stock protection per un ammontare pari Lire 7.006 milioni al 31 marzo 2000 e Lire 4.931 milioni al 31 marzo 1999.

(C) la voce "costi per servizi" include principalmente i costi commerciali e pubblicitari, i trasporti su acquisti e su vendite e i compensi agli amministratori.

4.7.2 Commento sulla situazione economica del trimestre chiuso al 31 marzo 2000

Ricavi delle vendite e delle prestazioni

L'andamento dei ricavi nei trimestri a confronto per canale di vendita è il seguente:

(milioni di Lire)	31 marzo 2000		31 marzo 1999	
		%		%
Cash & Carry	134.728	47,7%	97.313	52,6%
Computer Discount	110.510	39,2%	69.784	37,7%
Compy	25.916	9,2%	10.870	5,9%
E-Commerce B2B	11.013	3,9%	7.131	3,8%
di cui:				
<i>Teleselling</i>	3.532	32%	3.727	52%
<i>Internet</i>	7.481	68%	3.404	48%
Totale	282.167	100%	185.098	100%

I ricavi netti della società sono aumentati nel primo trimestre del 2000 del 52,4% rispetto al corrispondente trimestre 1999, evidenziando il notevole sviluppo complessivo dovuto al favorevole andamento del mercato, alla ottimizzazione degli assortimenti e disponibilità del prodotto, alla maggiore diffusione di Internet ed, in minore misura, dallo sviluppo della rete di vendita.

L'analisi delle vendite per canale distributivo sopra riportata conferma, come già evidenziato nel precedente paragrafo 4.4.3, il significativo contributo al fatturato complessivo dei canali *retail* (Computer Discount e Compy), ed evidenzia la crescita dell'E-commerce B2B (+120%).

Si presentano inoltre di seguito i dati di fatturato relativi al primo trimestre del 2000 suddivisi per categoria di prodotti:

(milioni di Lire)	31 marzo 2000		31 marzo 1999	
		%		%
PC prodotti CDC	69.248	24,6%	40.759	22,0%
Componenti per PC	57.773	20,5%	39.906	21,6%
Periferiche	32.513	11,5%	24.068	13,0%
Monitor	27.044	9,6%	17.316	9,4%
Accessori vari	21.116	7,5%	14.674	7,9%
<i>Software</i>	13.952	4,9%	15.317	8,3%
Portatili	27.206	9,6%	13.007	7,0%
Prodotti di consumo	16.855	6,0%	12.482	6,7%
Modem Fax	8.394	3,0%	5.098	2,8%
Computers di marca	8.066	2,8%	2.471	1,3%
Totale	282.167	100,0%	185.098	100,0%

Anche il primo trimestre del 2000 conferma gli andamenti già illustrati nel precedente paragrafo 4.4.3. In particolare i personal computer prodotti con marchio proprio ed i componenti per PC passano da una incidenza percentuale totale sul fatturato del 43,6% nel 1999 ad una incidenza del 45,1% nel primo trimestre del 2000.

I computers portatili registrano anch'essi un incremento della loro incidenza sul fatturato, che passa dal 7% del 1999 al 9,6% del primo trimestre 2000, per effetto dei fenomeni già descritti in precedenza.

Si conferma inoltre la diminuzione dell'incidenza sul fatturato complessivo delle vendite di software, che risentono della interruzione della vendita di *software* per l'accesso a Internet a favore degli abbonamenti *free* e per la ulteriore razionalizzazione della gamma prodotti.

Costi operativi

Costi di acquisto delle materie prime e merci

(milioni di Lire)	31 marzo 2000	31 marzo 1999
Valore della produzione	282.787	185.724
<i>Costo per acquisto di materie prime e merci</i>	<i>242.317</i>	<i>140.388</i>
<i>Costi diretti accessori</i>	<i>2.303</i>	<i>1.523</i>
<i>Variazione delle rimanenze di magazzino</i>	<i>12.033</i>	<i>26.768</i>
Totale costo dei consumi	256.653	168.679
<i>Margine lordo delle vendite</i>	<i>26.134</i>	<i>17.045</i>
<i>Incidenza % del margine lordo delle vendite sul valore della produzione</i>	<i>9,24%</i>	<i>9,18%</i>

31 marzo 2000 vs. 31 marzo 1999

L'analisi comparativa del margine lordo delle vendite evidenzia come, a fronte del forte incremento del fatturato complessivo riportato nel primo trimestre 2000 rispetto al corrispondente trimestre del 1999, la marginalità complessiva abbia registrato, nell'ambito di un mercato fortemente concorrenziale, una sostanziale stabilità.

La diminuzione delle scorte di circa Lire 12 miliardi al 31 marzo 2000 è da riferirsi all'effetto stagionalità connesso all'ultimo trimestre dell'esercizio.

Altri costi operativi

(milioni di Lire)	31 marzo 2000		31 marzo 1999	
Valore della produzione	282.787	100,0%	185.724	100,0%
<i>Costi commerciali (*)</i>	<i>4.921</i>	<i>1,74%</i>	<i>3.361</i>	<i>1,81%</i>
<i>Trasporti su acquisti, spedizioni e servizi accessori</i>	<i>1.716</i>	<i>0,60%</i>	<i>1.555</i>	<i>0,84%</i>
<i>Affitti, noleggi e leasing</i>	<i>1.068</i>	<i>0,38%</i>	<i>1.322</i>	<i>0,71%</i>
<i>Compensi organi sociali</i>	<i>578</i>	<i>0,20%</i>	<i>577</i>	<i>0,31%</i>
<i>Costo del lavoro</i>	<i>4.087</i>	<i>1,45%</i>	<i>3.056</i>	<i>1,65%</i>
<i>Ammortamenti</i>	<i>1.270</i>	<i>0,45%</i>	<i>777</i>	<i>0,42%</i>
<i>Altri costi operativi</i>	<i>1.867</i>	<i>0,66%</i>	<i>1.554</i>	<i>0,83%</i>
Totale costi operativi e di struttura	15.507	5,48%	12.202	6,57%

(*) Al netto di contributi e rimborsi per operazioni di marketing congiunto e altri recuperi pubblicitari, e comprensivo di trasporti su vendite

31 marzo 2000 vs. 31 marzo 1999

La analisi sopra riportata evidenzia il positivo andamento dei costi di struttura comparati all'andamento del fatturato.

A fronte di un incremento del valore della produzione del 52,2%, si registra un incremento del 46,4% dei costi commerciali, nonché un incremento del 10,3% dei costi di trasporto su acquisti e servizi accessori e del 33,7% del costo del lavoro.

Complessivamente l'incidenza dei costi di struttura sul valore della produzione diminuisce dell'1,09% a seguito principalmente della strategia di contenimento dei costi operativi e delle economie di scala generate dall'aumento del fatturato.

Risultato operativo

La seguente tabella evidenzia l'evoluzione del risultato operativo nei periodi considerati:

(milioni di Lire)	31 marzo 2000	31 marzo 1999
Ricavi delle vendite	282.167	185.098
Risultato operativo	10.627	4.843
Incidenza % del ris. operativo sui ricavi delle vendite	3,77%	2,62%

L'aumento dell'incidenza percentuale dell'1,15% del risultato operativo sui ricavi delle vendite è diretta conseguenza del positivo andamento, descritto nel paragrafo precedente, della incidenza dei costi operativi e di struttura.

Oneri finanziari netti

La seguente tabella illustra l'incidenza del risultato netto della gestione finanziaria sul reddito operativo netto:

(milioni di Lire)	31 marzo 2000	31 marzo 1999
Reddito operativo netto	10.627	4.843
Oneri finanziari	(1.356)	(563)
Differenze cambio	(1.239)	(189)
Risultato netto della gestione finanziaria	(2.595)	(752)
Incidenza % del risultato della gestione finanziaria sul ris. operativo netto	24,42%	15,53%

L'incremento degli oneri finanziari dipende dalle esigenze di finanziamento del capitale circolante derivanti dalla crescita dell'attività, mentre l'incremento delle differenze cambio negative è da correlarsi al sensibile peggioramento del tasso di cambio con il dollaro USA.

Componenti straordinari di reddito

La seguente tabella illustra l'evoluzione del risultato della gestione straordinaria rispetto al reddito operativo netto:

(milioni di Lire)	31 marzo 2000	31 marzo 1999
Reddito operativo netto	10.627	4.843
Componenti straordinari positivi di reddito	31	0
Componenti straordinari negativi di reddito	(133)	(5)
Risultato netto della gestione straordinaria	(102)	(5)
Incidenza % del risultato della gestione straordinaria sul ris. operativo netto	0,96%	0,10%

Nel primo trimestre del 2000 si registrano componenti straordinarie derivanti da differenze su accertamenti di piccolo importo.

Risultato prima delle imposte

La seguente tabella evidenzia l'evoluzione del risultato prima delle imposte nei periodi considerati:

(milioni di Lire)	31 marzo 2000	31 marzo 1999
Ricavi delle vendite	282.167	185.098
Risultato prima delle imposte	7.930	4.086
Incidenza % del risultato prima delle imposte sui ricavi delle vendite	2,81%	2,21%

A seguito di quanto sopra esposto, il risultato prima delle imposte registra un incremento del 94% rispetto al corrispondente trimestre del 1999.

Evoluzione dei principali risultati economici sul valore della produzione

La tabella seguente illustra l'evoluzione dell'incidenza del risultato operativo (lordo e netto), del risultato della gestione ordinaria e del risultato economico prima delle imposte sul valore della produzione:

(milioni di Lire)	31 marzo 2000	31 marzo 1999
Valore della produzione (VdP)	282.787	185.724
Risultato operativo lordo	12.206	5.778
<i>Incidenza % del risultato operativo lordo sul VdP</i>	<i>4,32%</i>	<i>3,11%</i>
Risultato operativo netto	10.627	4.843
<i>Incidenza % del risultato operativo netto sul VdP</i>	<i>3,76%</i>	<i>2,61%</i>
Risultato della gestione ordinaria	8.032	4.091
<i>Incidenza % del risultato ordinario lordo sul VdP</i>	<i>2,84%</i>	<i>2,20%</i>
Risultato prima delle imposte	7.930	4.086
<i>Incidenza % del risultato ordinario netto sul VdP</i>	<i>2,80%</i>	<i>2,20%</i>

4.7.3 Analisi della posizione finanziaria al 31 marzo 2000

Posizione finanziaria netta

La seguente tabella evidenzia la posizione finanziaria netta per il periodo in esame:

(milioni di Lire)	31 marzo 2000	31 dicembre 1999
Debiti verso altri finanziatori	-	(8.691)
Debiti verso banche scadenti entro 12 mesi	(53.803)	(51.648)
Disponibilità liquide	7.679	10.452
	(46.124)	(49.887)

L'indebitamento finanziario netto della società registra al 31 marzo 2000 un decremento di Lire 3.763 milioni rispetto al 31 dicembre 1999.

Il patrimonio netto al 31 marzo 2000 è pari a Lire 20.099 milioni; rispetto al 31 dicembre 1999 si è incre-

mentato dell'utile al lordo delle imposte al 31 marzo 2000 pari a Lire 7.930 milioni ed è diminuito di Lire 5.000 milioni per effetto della distribuzione di dividendi effettuata nel primo trimestre 2000.

Il debito residuo derivante dall'applicazione della metodologia finanziaria ai contratti di leasing è pari a Lire 612 milioni (Lire 697 milioni al 31 dicembre 1999).

Qualora le operazioni di leasing finanziario fossero state contabilizzate al 31 marzo 2000 secondo la metodologia finanziaria, gli effetti sulle immobilizzazioni materiali nette, sui debiti verso altri finanziatori, sul patrimonio netto e sul risultato d'esercizio sarebbero stati i seguenti:

(milioni di Lire)	
Aumento (Diminuzione)	
Immobilizzazioni tecniche nette	1.317
Debiti verso altri finanziatori	612
Patrimonio Netto (*)	396
Risultato Netto (*)	-

(*) al netto dell'effetto fiscale calcolato al 41,25%

Cash flow

Il cash flow netto nel trimestre è così determinato:

(milioni di Lire)	31 marzo 2000	31 marzo 1999
<i>Flusso di cassa da attività d'esercizio</i>	<i>8.983</i>	<i>10.232</i>
<i>Flusso di cassa da attività di investimento</i>	<i>(220)</i>	<i>(59)</i>
<i>Flusso di cassa da attività di finanziamento</i>	<i>(5.000)</i>	<i>—</i>
<i>Flusso di cassa netto di periodo</i>	<i>3.763</i>	<i>10.173</i>

Il flusso di cassa da attività d'esercizio del primo trimestre 2000 è significativamente influenzato dal risultato al lordo delle imposte, pari a Lire 7.930 milioni; nel corrispondente trimestre del 1999 esso è principalmente composto del risultato prima delle imposte, pari a Lire 4.086 milioni, e della variazione positiva del capitale circolante netto, pari a Lire 5.179 milioni.

Il flusso di cassa da attività di finanziamento del primo trimestre 2000 è relativo alla distribuzione di dividendi deliberata dall'Assemblea dell'8 marzo 2000 a valere sul risultato dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 1999.

Capitolo 5. Informazioni relative all'andamento recente e alle prospettive di CDC

5.1 Fatti di rilievo verificatisi dopo il 31 marzo 2000

Acquisto di partecipazioni

In data 6 aprile 2000 CDC ha acquistato dalla controllante CDC S.r.l. il 99,83% e da Giuseppe Diomelli lo 0,17% della Società Micronica S.r.l. che svolge l'attività di produzione dei prodotti venduti da CDC con marchio proprio. Il fatturato di Micronica è realizzato interamente nei confronti di CDC ed è regolato sulla base di un contratto di durata triennale scaduto il 23 gennaio 2000 rinnovato tacitamente per tre anni che prevede l'addebito dei servizi resi in base a tariffe differenziate per tipologia di prodotto.

Il costo di acquisto è stato pari a Lire 5.175 milioni, oltre all'assunzione da CDC S.r.l. del credito finanziario di Lire 7.000 milioni per versamenti in conto capitale, ed è stato determinato sulla base del patrimonio netto contabile al 31 dicembre 1999, comprensivo di un avviamento di Lire 71 milioni.

Il consolidamento di Micronica S.r.l. non ha impatti di rilievo sul conto economico di CDC in quanto al costo dei servizi contabilizzato nel bilancio d'esercizio si sostituiranno nel bilancio consolidato i costi diretti di Micronica prevalentemente rappresentati da costi di personale e ammortamenti e lavorazioni esterne. Il risultato di Micronica presenta storicamente un lieve utile.

I dati economici e patrimoniali di sintesi di Micronica S.r.l. al 31 marzo 2000 e 31 dicembre 1999 sono i seguenti (in milioni di Lire):

(milioni di Lire)	31 marzo 2000	31 dicembre 1999
<i>Capitale immobilizzato e risconto maxicanone</i>	22.855	22.736
<i>Capitale d'esercizio netto</i>	(10.230)	(10.178)
<i>TFR e fondi rischi</i>	(235)	(205)
<i>Capitale investito netto</i>	12.390	12.353
<i>Patrimonio netto</i>	12.175	12.104
<i>Indebitamento finanziario a medio-lungo termine</i>	-	-
<i>Indebitamento finanziario a breve termine</i>	(215)	(249)

(milioni di Lire)	31 marzo 2000 (3 mesi)	31 dicembre 1999 (12 mesi)
<i>Valore della produzione</i>	1.362	3.433
<i>Valore aggiunto</i>	1.012	2.120
<i>Margine operativo lordo</i>	416	486
<i>Risultato operativo</i>	120	219
<i>Risultato prima delle imposte</i>	71	122

Inoltre la Micronica ha stipulato un contratto di leasing (valore capitale circa Lire 14 miliardi) che prevede il pagamento di n. 59 canoni mensili di Lire 127 milioni ciascuno a partire dal primo giorno del mese successivo a quello di consegna del bene, un valore di riscatto di Lire 141 milioni ed un maxicanone di Lire 7.029 milioni, per l'acquisto dell'impianto completo di movimentazione logistica che è previsto entri in funzione a pieno regime nel settembre del 2000. Poiché il contratto sarà contabilizzato con la metodologia finanziaria a partire dall'ottobre 2000, data presunta di consegna del bene, non si sarebbero verificati effetti patrimoniali e finanziari derivanti dal consolidamento al 31 marzo 2000 di Micronica S.r.l. L'unico effetto derivante dal suddetto contratto è costituito dall'incremento dell'indebitamento finanziario della controllante CDC S.p.A. avutosi per effetto del finanziamento concesso a Micronica per il pagamento del

maxicanone avvenuto nel dicembre 1999. Gli effetti della contabilizzazione secondo la metodologia finanziaria saranno riflessi nel bilancio consolidato al 31 dicembre 2000.

Inoltre in data 6 aprile 2000 la CDC S.p.A ha acquistato dalla Sofim S.r.l. il 100% della CD Consulting S.r.l. al prezzo di Lire 30 milioni, pari al patrimonio netto contabile al 31 dicembre 1999 di Lire 25 milioni, comprensivo di un avviamento di Lire 5 milioni. CD Consulting svolge attività di supporto al controllo di gestione ed al servizio di internal auditing per il Gruppo e quindi il suo acquisto consentirà di rafforzare e focalizzare tali attività a beneficio di CDC. CD Consulting alla data del 31 dicembre 1999 presentava attività non significative.

In data 21 aprile 2000 la controllata Polidata S.p.A. ha cambiato denominazione sociale in CD WEB S.p.A. e ne è stato acquisito il controllo totalitario mediante acquisto del restante 40% precedentemente detenuto da Giuseppe Diomelli e Floriana Andolfi in misura paritetica. L'acquisto è avvenuto al valore nominale pari a complessive Lire 80 milioni. CD WEB svolge l'attività di commercio elettronico nei confronti del cliente finale (Business to Consumer).

In data 3 maggio, CDC ha ceduto alla Policom S.p.A., il ramo d'azienda delle telecomunicazioni, così trasferendo alla cessionaria tutti i rapporti in essere, tra cui la Licenza Unica, i contratti di interconnessione con Telecom Italia e i contratti per la fornitura delle centrali. Il ramo d'azienda è stato ceduto a Policom per Lire 764.300.000, pari ai costi sostenuti da CDC S.p.A. alla data della cessione.

Nuovi finanziamenti

In data 13 aprile 2000 la società ha provveduto ad utilizzare, con scadenza a tre mesi, per un importo di Lire 11 miliardi, l'ultima tranche del finanziamento in pool di Lire 46 miliardi descritto nel precedente paragrafo 4.6.1.

5.2 Andamento dell'esercizio in corso

Per l'esercizio in corso la Società prevede un risultato in crescita rispetto al 1999 per quanto concerne l'attività tradizionale di produzione e distribuzione di prodotti informatici. Tale risultato permetterà di contenere l'impatto delle perdite fisiologicamente conseguenti all'avvio delle nuove attività nel settore delle telecomunicazioni e di Internet. Pertanto il risultato consolidato, sarà sensibilmente inferiore a quello del 1999 presentando un sostanziale pareggio.

Alla data del 30 aprile 2000 la società ha realizzato, attraverso i vari canali di vendita descritti nelle sezioni precedenti, un fatturato complessivo di Lire 351.540 milioni.

Relativamente al capitale circolante è ragionevole prevederne una evoluzione coerente con l'andamento dei volumi.

La posizione finanziaria netta alla data del 30 aprile 2000, comprensiva del finanziamento in pool, risulta dal seguente prospetto:

(Lire/milioni)	30.04.2000
Indebitamento verso banche	(86.079)
Indebitamento verso finanziatori	-
Disponibilità liquide	1.451
Posizione finanziaria netta	(84.628)*

* Tale ammontare non ricomprende l'impegno finanziario di circa Lire 7,6 miliardi derivante dal futuro pagamento dei canoni di leasing a scadere relativi all'impianto di movimentazione logistica di Micronica.

La variazione di circa Lire 38,5 miliardi rispetto al 31 marzo 2000 è da riferirsi essenzialmente all'acquisizione di Micronica perfezionata all'inizio del mese di aprile 2000 per circa Lire 12 miliardi e dalla diminuzione della esposizione verso i fornitori per i restanti 27 miliardi.

L'ammontare dell'indebitamento verso banche comprende anche l'effetto derivante dal finanziamento concesso a Micronica per il pagamento del maxicanone di leasing.

La posizione finanziaria netta del Gruppo CDC alla data del 30 aprile 2000 era pari a 83.435 milioni di Lire, dovuta ad una posizione finanziaria netta positiva delle società controllate Micronica, Interfree e Policom di complessivi 1.193 milioni di Lire.

Con particolare riferimento all'attività nel settore delle telecomunicazioni e Internet, di seguito vengono fornite indicazioni sugli obiettivi in termini di ricavi consolidati di Interfree e Policom che il management si propone di raggiungere nel periodo 2001-2003. Per quanto riguarda gli obiettivi di redditività, il management ritiene di raggiungere il punto di pareggio a livello di risultato d'esercizio non prima del 2003.

Dati in miliardi di Lire	2001	2002	2003
Ricavi	50-60	110-130	300-400

Gli intervalli proposti dal management con riferimento ai ricavi, rispondono a differenti scenari relativi all'andamento dei consumi e della penetrazione commerciale che, tenuto conto della natura di *start up* di Interfree e Policom, sono difficilmente prevedibili e controllabili da parte del management stesso. Gli obiettivi indicati sono stati formulati sulla base di un piano di investimenti che prevede un totale di circa Lire 117 miliardi nell'arco del triennio.

Per quanto riguarda Internet tali obiettivi sono stati stimati formulati sulla base di diverse assunzioni contenute nei piani della società, tra cui (i) crescita dei *subscribers free* in linea con l'andamento dell'ultimo mese, con target 2000 pari a 950.000, (ii) sviluppo dei servizi di e-commerce con prodotti Computer Discount e con prodotti di terzi, (iii) sviluppo *advertising* sulla base della crescita delle *page views* e delle *banner impressions* legate al numero di sottoscrittori.

Il management di Interfree prevede di realizzare investimenti nel triennio per circa 54 miliardi, di cui circa 18 miliardi di lire nell'esercizio in corso, prevalentemente rivolti ad accrescere la penetrazione commerciale e per la restante parte all'innovazione tecnologica.

Per quanto riguarda Policom, i ricavi da traffico fonia sono stati stimati dal management della società tenendo conto del dimensionamento degli impianti che permette di gestire, entro il 2001, volumi di traffico fonia pari a 7,5 milioni di minuti al mese e volumi di traffico dati pari a circa 200 milioni di minuti al mese e di raddoppiare tali volumi entro la fine del 2002.

I piani di Policom prevedono investimenti per circa 63 miliardi di lire nel corso del triennio, in particolare per l'acquisto e l'installazione di centrali telefoniche, adeguamento dei locali all'attività operativa, configurazione della rete e dei numeri telefonici e sviluppo di software specifico per la gestione della rete intelligente.

A causa della rapida evoluzione tecnologica e regolamentare e della coerente strategia di sviluppo del Gruppo CDC nei settori di telecomunicazione e Internet, il *management* ritiene che il profilo economico e finanziario di CDC potrebbe essere significativamente difforme da quello rappresentato dagli obiettivi di cui sopra, anche in funzione delle opportunità di investimento ad oggi non prevedibili.

Inoltre, le anticipazioni di alcuni investimenti o la realizzazione di ulteriori programmi di sviluppo, che CDC potrebbe realizzare per cogliere future opportunità di mercato, potrebbero avere impatti negativi sui risultati economici nel breve termine.

Non è possibile fornire alcuna garanzia che le condizioni di mercato, che la tecnologia o altri fattori rilevanti non cambino, né che a fronte di nuove opportunità non vengano rivisti i piani della società, pertanto non può essere fornita alcuna assicurazione che il *management* mantenga i medesimi obiettivi di investimenti, di ricavi e di *break-even* sopra indicati e/o che questi siano effettivamente confermati e raggiunti.

Sulla base dei correnti piani di sviluppo e delle attuali condizioni di mercato, il *management* ritiene che CDC possa far fronte al fabbisogno finanziario connesso al piano di investimento nel medio termine con le attuali linee di credito e con il proprio capitale, tenuto conto dell'aumento di capitale già deliberato.

Capitolo 6. Informazioni di carattere generale su CDC e sul capitale sociale

6.1. Denominazione e forma giuridica

La Società è denominata “CDC POINT S.p.A.” o, in forma abbreviata, “CDC S.p.A.” ed è costituita in forma di società per azioni.

6.2. Sede sociale ed amministrativa

La Società ha sede sociale e amministrativa in Calcinaia (PI), frazione Fornacette, Via Tosco Romagnola, n. 61.

6.3. Costituzione di CDC

La Società è stata costituita, in data 16 aprile 1993, con atto a rogito Notaio Dr. Paolo Ghiretti, Rep. N. 18.103, omologato in data 19 maggio 1993, con decreto n. 488, dal Tribunale di Pisa.

6.4. Durata di CDC

La durata della Società è stabilita fino al 31 dicembre 2100. Lo Statuto prevede che la proroga della società possa essere deliberata dall'assemblea straordinaria dei soci.

6.5. Legislazione e foro competente

La Società è costituita ed opera in base alla legislazione italiana. Ai sensi dell'art. 23 dello Statuto, “Qualsiasi controversia dovesse insorgere tra i Soci, oppure tra i Soci e la società, gli Amministratori, i Sindaci e/o i Liquidatori oppure tra gli Amministratori e i Sindaci e/o i Liquidatori, in ordine alla validità, efficacia, interpretazione del presente statuto, dell'atto costitutivo e che non sia per norme imperative deferita ad altro giudice, sarà soggetta al giudizio e alla competenza esclusiva del Tribunale di Pisa”.

6.6. Iscrizione nel Registro delle Imprese e negli altri registri aventi rilevanza per legge

La Società è iscritta presso il Registro delle Imprese di Pisa al n. 16554 e presso il R.E.A. di Pisa al n. 0110443.

6.7. Oggetto sociale

Ai sensi dell'art. 3 dello Statuto, la Società ha per oggetto:

“a) il commercio all'ingrosso, per corrispondenza e/o al minuto di elaboratori elettronici e loro componenti, software, prodotti e materiali elettronici in genere, prodotti per telefonia e telematica, di apparecchi fotografici, cinematografici e ottici ed apparecchi per la riproduzione del suono e dell'immagine nonché l'assistenza tecnica relativa a tali prodotti; b) la ricerca, progettazione, implementazione, sviluppo, realizzazione, installazione, manutenzione e gestione di reti e servizi di telecomunicazioni in ambito fisso e/o mobile, anche mediante l'utilizzo di radiofrequenze, ivi inclusi, a titolo esemplificativo, l'installazione e

fornitura di reti pubbliche e private di telecomunicazioni, servizi di telefonia vocale, servizi di comunicazioni mobili e personali, applicazioni DECT (Digital European Cordless Telephone), servizi voce nazionali e internazionali diversi dalla telefonia vocale, servizi vocali a gruppi chiusi di utenti, servizi di accesso, servizi Internet, servizi di trasmissione dati — anche a commutazione di pacchetto e/o di circuito — e di segnali video, servizi a valore aggiunto, servizi di semplice rivendita di capacità, servizi satellitari, nonché ogni altro servizio di telecomunicazione consentito dalla normativa di volta in volta applicabile; la progettazione, sviluppo e manutenzione del software nonché la predisposizione di una rete commerciale, distributiva e di assistenza, finalizzati a quanto precede; c) lo svolgimento di attività di consulenza informatica e telematica per aziende, società, enti pubblici, studi professionali, ivi inclusi, in particolare l'analisi di prodotti informatici esistenti sul mercato nazionale ed estero; il controllo della correttezza di tali prodotti mediante utilizzo di programmi di certificazione, atti a verificarne la criticità sia per quanto riguarda l'hardware (elaboratore, periferiche, memorie) che il software (sistemi operativi, linguaggi, programmi di utilità, pacchetti applicativi, ecc.); eventuali integrazioni con nuove funzionalità; d) la commercializzazione, assistenza e manutenzione di prodotti informativi nonché la fornitura di servizi di grafica computerizzata; e) la società può inoltre svolgere attività di ricerca di mercato, marketing e attività di concessionaria di pubblicità e può assumere per tutto quanto contemplato, rappresentanze, concessioni, rapporti di agenzia con o senza deposito sia in Italia che all'estero; f) la produzione e l'assemblaggio di tutti i prodotti oggetto di commercio e progettazione.

La società potrà svolgere l'attività di cui sopra anche attraverso società controllate.

La società potrà compiere tutte le operazioni commerciali, industriali, mobiliari ed immobiliari, finanziarie, ipotecarie, di mutuo ordinario, agevolato, fondiario con banche e tutte le altre che saranno ritenute direttamente o indirettamente necessarie o utili per il conseguimento dell'oggetto sociale.

La società potrà assumere interessenze o partecipazioni in altre società, imprese e consorzi, associazioni di imprenditori e simili aventi oggetto analogo o affine o comunque connesso al proprio sia direttamente che indirettamente.

Sono tassativamente precluse, oltre ad ogni attività vietata dalla presente e futura legislazione:

- *le attività di servizi di investimento nei confronti del pubblico riservate alle società di intermediazione mobiliare ed alle società di gestione del risparmio ai sensi del Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58 — Testo Unico delle disposizioni in materia di mercati finanziari;*
- *l'esercizio nei confronti del pubblico dell'attività finanziaria.*

La società può prestare fidejussioni e garanzie anche reali, anche a favore di terzi, su beni sociali senza limitazioni di importo. La società potrà altresì procedere all'affitto dell'azienda o di rami di essa sotto l'osservanza del disposto del codice civile in materia.

La società ha facoltà di raccogliere, anche in via temporanea, presso i propri soci e dipendenti i fondi necessari anche infruttiferi di interessi, per il conseguimento dell'oggetto sociale nel rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti”.

6.8. Conformità dello Statuto al Testo Unico e raccomandazioni del Codice di Autodisciplina delle Società Quotate

L'attuale Statuto è stato approvato dall'Assemblea straordinaria dei soci dell'8 marzo 2000 ed è stato omologato in data 16 marzo 2000 dal Tribunale di Pisa e iscritto presso il Registro delle Imprese di Pisa in data 23 marzo 2000. Lo Statuto è conforme alle disposizioni del Decreto Legislativo 24 febbraio 1998 n. 58.

Al fine di conformare il proprio modello di governo societario alle raccomandazioni contenute nel Codice di Autodisciplina delle Società Quotate della Borsa Italiana, in data 5 aprile 2000, il Consiglio di Amministrazione di CDC ha deliberato (i) l'istituzione di un comitato per il controllo interno; (ii) l'istituzione di un comitato per la remunerazione degli amministratori; (iii) la nomina di un responsabile per il controllo interno; e (iv) di proporre all'Assemblea l'adozione di un regolamento per il regolare e ordinato funzionamento delle assemblee. In data 21 aprile 2000, l'Assemblea di CDC ha, inoltre, nominato due consiglieri indipendenti. La Società intende adottare specifiche procedure interne per la comunicazione al mercato di informazioni *price sensitive* e per il mantenimento dei rapporti con i soci e gli investitori istituzionali.

6.9. Capitale sociale

Alla data del presente Prospetto, il capitale sociale di CDC è di Euro 5.200.000, diviso in n. 10.400.000 azioni ordinarie del valore nominale di Euro 0,50 ciascuna. Le azioni sono nominali, indivisibili e ogni azione dà diritto ad un voto.

6.10 Evoluzione del capitale sociale negli ultimi tre anni

Sono di seguito indicate le modifiche del capitale sociale di CDC nell'ultimo triennio:

15 settembre 1999	Aumento di capitale da Lire 3.000.000.000 a Lire 10.000.000.000. mediante emissione di 700.000 azioni da Lire 10.000
8 marzo 2000	L'aumento di capitale sociale è stato in parte gratuito – per un importo di Lire 6.500.000.000 – liberato mediante passaggio a capitale di riserve disponibili e in parte oneroso – per un importo di Lire 500.000.000, mediante conferimento in danaro. Ridenominazione in Euro del capitale sociale. Aumento del capitale sociale a Euro 5.200.000, mediante aumento gratuito del capitale, per un importo complessivo di Euro 35.431,009 liberato mediante passaggio a capitale di riserve disponibili.

6.11. Disciplina concernente l'acquisto ed il trasferimento delle Azioni

L'acquisto e il trasferimento delle Azioni non sono soggetti a particolari restrizioni. Per gli impegni temporanei all'inalienabilità delle Azioni assunti dagli azionisti, (cfr. Capitolo 7, Paragrafo 7.6 e Capitolo 11, Paragrafo 11.5).

6.12. Capitale Sociale deliberato ma non sottoscritto – Deleghe all'aumento del Capitale Sociale

L'Assemblea straordinaria di CDC, in data 8 marzo 2000, ha deliberato, tra l'altro, un aumento di capitale fino a Euro 6.200.000, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, quinto comma del codice civile, al servizio dell'Offerta Globale e della *Greenshoe*, da effettuarsi mediante emissione di massime n. 2.000.000 di Azioni, ciascuna del valore nominale di Euro 0,50.

Lo Statuto non contiene deleghe agli amministratori per l'aumento del capitale sociale ex art. 2443 cod. civ..

6.13. Partecipazioni dei dipendenti al capitale o agli utili

L'art. 6 dello Statuto prevede che “possono essere emesse azioni a favore dei prestatori di lavoro dipendenti della società”. E' allo studio da parte del Consiglio di Amministrazione della Società un piano di incentivazione azionaria a favore del *management*.

6.14. Condizioni statutarie per la modifica del capitale e dei diritti annessi alle Azioni

Lo Statuto non prevede condizioni più restrittive di quelle contenute nelle disposizioni di legge per la modifica del capitale sociale e dei diritti relativi alle Azioni.

6.15. Azioni proprie detenute da CDC

CDC non possiede – direttamente o indirettamente, per il tramite di società fiduciaria o per interposta persona – azioni proprie.

6.16. Autorizzazioni all'acquisto di Azioni proprie

L'Assemblea straordinaria di CDC, in data 8 marzo 2000, ha, tra l'altro, autorizzato il Consiglio di Amministrazione, e per esso il suo Presidente, (i) ad acquistare, in una o più volte, entro 18 mesi dalla data della stessa delibera, azioni proprie in misura tale che le stesse in portafoglio della società, in qualsiasi momento, non superino il 10% del capitale sociale, per un corrispettivo unitario non superiore, né inferiore del 20% al prezzo di riferimento registrato dal titolo nella seduta di Borsa precedente ogni singola operazione, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti; (ii) a vendere, in una o più volte, entro 18 mesi dalla data della stessa, i titoli acquistati, a norma delle disposizioni vigenti, anche in più contesti, sia nell'ambito di attività di *trading*, che ai blocchi che, infine, sul Nuovo Mercato, per un corrispettivo di vendita, che non potrà essere superiore né inferiore del 20% rispetto al prezzo di riferimento registrato dal titolo nella seduta precedente ogni singola operazione.

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

Sezione II
Informazioni riguardanti le Azioni Oggetto della Offerta

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

Capitolo 7. Informazioni riguardanti le Azioni

7.1 Descrizione delle Azioni

I titoli oggetto dell'Offerta Globale sono n. 2.450.000 azioni ordinarie di CDC, da nominali Euro 0,50 cadauna ("Azioni").

Un minimo di n. 612.500 Azioni sono oggetto dell'Offerta Pubblica.

Le Azioni sono state immesse nel sistema di gestione accentrato di Monte Titoli, ai sensi dell'art. 28 del D.Lgs. n. 213/1998.

7.2 Descrizione dei diritti connessi alle Azioni

Le Azioni, nominative e indivisibili, hanno diritto di voto nelle assemblee ordinarie e straordinarie di CDC, secondo le norme di legge e di Statuto.

Non esistono clausole particolari in relazione alla ripartizione degli utili e alla partecipazione dei soci al residuo attivo in caso di liquidazione.

L'art. 21 dello Statuto contiene la seguente disposizione in merito alla ripartizione degli utili:

"Gli utili netti di bilancio, salvo la Riserva Legale del 5% (cinque per cento) fino al limite di legge, saranno attribuiti agli azionisti in proporzione delle azioni possedute, salvo il caso in cui l'assemblea ordinaria non abbia provveduto a deliberare degli speciali prelevamenti a favore di riserve straordinarie o per altra destinazione o non abbia disposto il rinvio degli stessi in tutto o in parte ai successivi esercizi".

7.3 Decorrenza del godimento

Le Azioni hanno godimento 1° gennaio 2000.

7.4 Regime fiscale.

Le informazioni fornite qui di seguito non intendono essere un'analisi esauriente di tutte le conseguenze fiscali dell'acquisto, della detenzione e della cessione di azioni e non definiscono il regime fiscale proprio di azioni detenute da una stabile organizzazione o da una base fissa attraverso cui il beneficiario non residente svolge la propria attività in Italia.

Quanto segue è basato sulla legislazione fiscale alla data del presente Prospetto Informativo. Gli investitori sono tenuti a consultare i loro consulenti in merito al regime fiscale proprio dell'acquisto, della detenzione e della cessione di azioni.

Il D. Lgs. n. 461 del 21 novembre 1997, recante il riordino della disciplina tributaria dei redditi di capitali e dei redditi diversi prevede l'applicazione delle imposte sui redditi con due aliquote pari al 12,5% ed al 27%.

7.4.1 Partecipazioni sociali qualificate

Le partecipazioni sociali qualificate sono costituite dal possesso di azioni (diverse dilazioni di risparmio), di diritti o titoli attraverso cui possono essere acquistate le predette azioni che rappresentano complessivamente una percentuale di diritti di voto superiore al 2% esercitabili nell'assemblea ordinaria di società i cui titoli sono negoziati nei mercati regolamentati, ovvero una partecipazione al capitale o al patrimonio superiore al 5%.

7.4.2 Ritenute sui dividendi

Sui dividendi corrisposti a persone fisiche residenti, su azioni, assunte al di fuori dell'esercizio d'impresa, non costituenti partecipazioni qualificate, nonché sui dividendi in qualunque forma corrisposti a fondi pensione di cui al D.Lgs. n. 124/93 e a fondi di investimento immobiliari, di cui alla legge n. 86/1994, si applica una ritenuta del 12,50%, a titolo di imposta, con obbligo di rivalsa, senza obbligo da parte del socio di indicare il dividendo incassato nella dichiarazione dei redditi.

La ritenuta non è operata nei confronti delle persone fisiche residenti che, in possesso di azioni nominative, all'atto della riscossione degli utili, optino per l'applicazione del regime di imposizione ordinaria con diritto al credito d'imposta nella misura del 58,73% del dividendo lordo, nella misura in cui detto credito trovi copertura nell'ammontare delle imposte di cui alle lettere a) e b) del comma 1 dell'art. 105 del D.P.Rr. n. 917/86, ovvero non attestino di avere i requisiti previsti per l'applicazione della ritenuta a titolo di imposta del 12,5% (cioè partecipazione non qualificata assunta al di fuori dell'esercizio di impresa). In tale ipotesi ricorre l'obbligo del socio di indicare il dividendo incassato nella dichiarazione dei redditi. I dividendi percepiti da azionisti che possiedono partecipazioni qualificate non sono soggetti ad alcuna ritenuta e sono assoggettati al regime ordinario di tassazione dei redditi con diritto al relativo credito di imposta.

I dividendi percepiti da soggetti residenti diversi da quelli in precedenza descritti, compresi i soggetti IRPEG e i soggetti esteri aventi stabili organizzazioni in Italia, non sono soggetti ad alcuna ritenuta alla fonte. I dividendi percepiti da tali soggetti concorrono a formare il relativo reddito imponibile complessivo e sono assoggettati a regime ordinario di tassazione dei redditi con diritto al credito di imposta.

I dividendi percepiti da soggetti residenti esenti dall'imposta sul reddito delle persone giuridiche sono soggetti ad una ritenuta alla fonte del 27% a titolo di imposta.

I dividendi percepiti da non residenti sono soggetti ad una ritenuta alla fonte del 27% a titolo di imposta ridotta al 12,50% per gli utili pagati ad azionisti di risparmio. Gli azionisti non residenti, diversi dagli azionisti di risparmio, hanno diritto al rimborso, fino a concorrenza dei 4/9 della ritenuta subita, dell'imposta che dimostrino di aver pagato all'estero in via definitiva sugli stessi utili, previa esibizione alle competenti autorità fiscali italiane della certificazione dell'ufficio fiscale dello Stato estero. Resta comunque ferma l'applicazione delle aliquote ridotte previste dalle convenzioni internazionali contro le doppie imposizioni eventualmente applicabili.

Sugli utili derivanti dalle azioni e dai titoli simili immessi nel sistema di deposito accentrato gestito da Monte Titoli SpA, ai sensi della legge n. 289/1986, deve essere applicata, in luogo della ritenuta, un'imposta sostitutiva delle imposte sui redditi con le stesse aliquote e alle medesime condizioni previste per l'applicazione della ritenuta.

7.4.3 Imposta sostitutiva sulle plusvalenze

Il D. Lgs. N. 461/97 prevede l'applicazione di un'imposta sostitutiva delle imposte sui redditi sulle plusvalenze diverse da quelle conseguite nell'esercizio di imprese commerciali, realizzate da soggetti residenti mediante cessione a titolo oneroso di partecipazioni sociali qualificate e non qualificate, nonché di titoli e diritti attraverso cui possono essere acquisite le predette partecipazioni, rispettivamente con l'aliquota del 27% e del 12,50%.

Le modalità di tassazione previste sono le seguenti:

a) Tassazione in base alla dichiarazione annuale dei redditi

Nella dichiarazione vanno indicate, per singola operazione, le plusvalenze e minusvalenze realizzate nell'anno. L'imposta è liquidata sulle plusvalenze al netto delle relative minusvalenze nella misura del 27%, se derivanti dalla cessione di partecipazioni qualificate, e del 12,50% negli altri casi. L'imposta dovuta deve essere versata con le modalità ed i termini previsti per il pagamento delle imposte sui redditi dovute a saldo in base alla dichiarazione stessa. Le minusvalenze eccedenti sono portate in deduzione, fino a concorrenza delle plusvalenze dei quattro periodi di imposta successivi.

b) Regime (opzionale) del risparmio amministrato

Riguarda la tassazione delle plusvalenze e minusvalenze realizzate nelle singole operazioni derivanti dalla gestione delle “partecipazioni non qualificate”, non relative all’esercizio di impresa, affidata a intermediari abilitati con i quali vige un rapporto di custodia o di amministrazione dei titoli. Le minusvalenze che non risultassero compensate alla fine del periodo di imposta, sono portate in diminuzione delle plusvalenze realizzate in operazioni poste in essere nei quattro periodi di imposta successivi. L’imposta sostitutiva è applicata nella misura del 12,50% ed è versata dall’intermediario. Detto regime assicura al contribuente l’anonimato. L’opzione non può essere esercitata e, se esercitata, perde effetto, qualora le percentuali di diritti di voto o di partecipazione rappresentate dalle partecipazioni, titoli e diritti complessivamente posseduti dal contribuente siano tali da integrare una partecipazione qualificata.

c) Imposta sostitutiva applicata al risultato maturato dalle gestioni individuali di portafoglio (opzionale).

Riguarda le gestioni di patrimoni, non relativi all’esercizio d’impresa, conferite a banche e imprese di investimento abilitate ai sensi della Legge n. 415/1996 come sostituita dal D. Lgs. N. 58/1998. Si applica nella misura del 12,50% sul risultato complessivo maturato nel periodo di imposta derivante dalla gestione di denaro e beni con riferimento ai redditi diversi relativi a “partecipazioni non qualificate” e ai redditi di capitale. Sui redditi di capitale derivanti dalle attività finanziarie comprese nella massa patrimoniale affidata in gestione non si applicano alcune ritenute e altre imposte sostitutive (elencate all’art. 7, comma 3 del decreto legislativo), tra cui la ritenuta sui dividendi.

Il risultato della gestione è costituito dalla differenza tra il valore del patrimonio gestito alla fine dell’anno solare al lordo dell’imposta sostitutiva e il valore dello stesso all’inizio dell’anno. La differenza è aumentata dei prelievi e diminuita dei conferimenti effettuati nell’anno, nonché dei redditi maturati nel periodo soggetti a ritenuta, dei redditi che concorrono a formare il reddito complessivo del contribuente, dei redditi esenti o comunque non soggetti a imposta maturati nel periodo, dei proventi derivanti da quote di organismi di investimento collettivo mobiliare soggetti all’imposta sostitutiva di cui all’articolo 8 del D. Lgs. N. 461/1997 e dei proventi derivanti da quote di organismi di investimento immobiliare. Il risultato è altresì computato al netto degli oneri e delle commissioni relative al patrimonio gestito. Il risultato negativo di un anno della gestione è computato in diminuzione del risultato della gestione dei quattro periodi d’imposta successivi per l’intero importo che trova capienza in essi. L’imposta è versata a cura del gestore. Detto regime assicura al contribuente l’anonimato. L’opzione non può essere esercitata e, se esercitata, perde effetto, qualora le percentuali di diritto di voto o di partecipazione rappresentate dalle partecipazioni, titoli e diritti complessivamente posseduti dal contribuente siano tali da integrare una partecipazione qualificata.

Nei regimi della dichiarazione e del risparmio amministrato, per le azioni, diritti e titoli posseduti per più di 12 mesi, la plusvalenza tassabile è determinata applicando alla plusvalenza effettiva un correttivo (c.d. Equalizzatore) la cui entità e modalità applicative sono stabilite con decreto del Ministero delle Finanze.

Non sono soggette a imposta sostitutiva le plusvalenze derivanti da cessioni di partecipazioni non qualificate negoziate in mercati regolamentati, anche se detenute in Italia, realizzate da soggetti non residenti e comunque quelle realizzate da Enti e organismi internazionali costituiti in base ad accordi internazionali resi esecutivi in Italia.

Sono comunque soggette ad imposta sostitutiva le plusvalenze realizzate da non residenti per effetto di cessioni di partecipazioni qualificate in società residenti, anche se detenute all’estero, salva l’applicazione delle convenzioni per evitare la doppia imposizione sui redditi.

7.4.4 Tassa sui contratti di borsa

Ai sensi dell’art. 1 del R.D. n. 3278/1923, così come modificato dal D. Lgs. N. 435/1997, la tassa sui contratti di borsa è applicata ai trasferimenti di azioni nelle misure di seguito indicate:

- (a) Lire 140 per ogni Lire 100.000 o frazione di Lire 100.000 del prezzo delle azioni, per contratti conclusi direttamente tra i contraenti o con l’intervento di soggetti diversi da quelli di cui alla lettera c);
- (b) Lire 50 per ogni Lire 100.000 o frazione di Lire 100.000 del prezzo delle azioni, per contratti conclusi tra privati e soggetti di cui alla lettera c) ovvero tra privati con l’intervento dei predetti soggetti;

- (c) Lire 12 per ogni Lire 100.000 o frazione di Lire 100.000 del prezzo delle azioni, per contratti conclusi tra banche o soggetti abilitati all'esercizio professionale nei confronti del pubblico dei servizi di investimento di cui al D. Lgs. N. 416/1996, come sostituito dal D. Lgs. N. 58/1998, o agenti di cambio.

Sono tuttavia esenti dalla tassa, tra l'altro:

- (i) i contratti aventi ad oggetto azioni conclusi nei mercati regolamentati; l'esenzione si applica anche ai rapporti tra i soggetti indicati sopra alla lettera c) ed i soggetti per conto dei quali i contratti sono conclusi;
- (ii) i contratti aventi ad oggetto azioni quotate nei mercati regolamentati conclusi al di fuori di tali mercati, se stipulati: (x) tra i soggetti indicati sopra alla lettera c); (y) tra i soggetti indicati sopra alla lettera c), da un lato, e soggetti non residenti, dall'altro; e (z) tra i soggetti indicati sopra alla lettera c), anche non residenti, da un lato, e organismi di investimento collettivo del risparmio, dall'altro;
- (iii) i contratti relativi alle operazioni di offerta pubblica di vendita finalizzate all'ammissione a quotazione in mercati regolamentati o aventi ad oggetto strumenti finanziari già ammessi a quotazione in mercati regolamentati.

7.5 Regime di circolazione.

Le Azioni sono liberamente trasferibili e sono soggette al regime di circolazione previsto per le azioni ordinarie emesse da società di diritto italiano.

7.6 Limitazioni alla libera disponibilità delle Azioni.

Non esiste alcuna limitazione alla libera disponibilità delle Azioni, salvo quanto indicato di seguito e nel successivo Capitolo 11, Paragrafo 11.5.

Ai sensi dell'art. 2.2.3 del Regolamento, gli azionisti che hanno assunto tale qualità nei dodici mesi precedenti la data di presentazione della domanda di ammissione alle negoziazioni sul Nuovo Mercato, nonché i soci fondatori, gli amministratori e i dirigenti, assumono l'impegno per la durata di un anno a partire dalla data di avvio delle negoziazioni, a non vendere, offrire, costituire in pegno e, in generale, a non compiere operazioni aventi ad oggetto un quantitativo almeno pari all'80% delle azioni ordinarie della Società possedute da tali soggetti alla data di avvio delle negoziazioni. Gli impegni temporanei degli azionisti non trovano, tuttavia, applicazione, nei casi di adesione ad un'offerta pubblica di acquisto o scambio ai sensi della parte IV, Titolo II, Capo II del Testo Unico, nonché nei casi di successione.

Inoltre, gli azionisti di CDC, hanno assunto l'impegno, per un periodo di 180 giorni successivi alla data di pagamento delle Azioni, di non effettuare operazioni di vendita o comunque qualunque atto di disposizione delle Azioni senza il preventivo consenso scritto di Banca IMI. Tale impegno riguarderà la totalità delle azioni possedute alla data di inizio dell'Offerta Pubblica. I medesimi soggetti assumeranno, inoltre, l'impegno, per il medesimo periodo, di non votare nell'assemblea della Società aumenti di capitale ed emissione di titoli convertibili in azioni e di non autorizzare atti di acquisto e di disposizione di Azioni eventualmente acquistate dalla stessa, senza il preventivo consenso scritto di Banca IMI.

7.7 Altri mercati di trattazione dei titoli

Alla data del presente Prospetto Informativo, nessun titolo della Società è negoziato su altri mercati regolamentati italiani o esteri.

Capitolo 8. Informazioni relative a recenti operazioni aventi ad oggetto le Azioni

8.1 Informazioni sull'emissione e/o collocamento di azioni ordinarie CDC nei dodici mesi precedenti l'Offerta Globale

Nei dodici mesi precedenti l'Offerta Globale, non sono state effettuate operazioni di emissione o collocamento di azioni ordinarie CDC.

8.2 Informazioni relative ad offerte pubbliche nell'ultimo esercizio e nell'esercizio in corso

Le azioni della Società non sono mai state oggetto, né CDC è mai stata offerente, di alcuna offerta pubblica di acquisto o scambio.

8.3 Altre operazioni

Nel marzo 2000, C.D.C. S.r.l. ha conferito n. 8.680.000 azioni di CDC Point S.p.A., pari all'83,46% del capitale sociale nella holding lussemburghese di nuova costituzione CDC Net S.A.. Dette azioni sono state conferite, in cambio di n. 2.622.609 azioni di CDC Net S.A. del valore nominale di 2 Euro ciascuna, al valore di patrimonio netto al 31 dicembre 1999 al netto degli utili distribuiti, per un valore pari complessivamente a Euro 5.245.218 (cfr. Capitolo 4, Paragrafo 4.7.3).

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

Sezione III
Informazioni riguardanti la sollecitazione

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

Capitolo 9. Informazioni riguardanti i proponenti l'Offerta

9.1 Informazioni riguardanti l'Azionista Venditore

CDC S.r.l. con sede sociale in Calcinaia (PI), frazione Fornacette, Via Tosco Romagnola. n. 63.

Alla data del presente Prospetto Informativo, il capitale sociale di CDC S.r.l., sottoscritto e interamente versato, è di Lire 490.000.000, diviso in quote.

La seguente tabella indica i soci di CDC S.r.l. alla data del presente Prospetto:

Socio	Quote possedute (Lire)	Percentuale sul totale capitale sociale
Giuseppe Diomelli	245.000.000	50%
Floriana Andolfi	245.000.000	50%
Totale	490.000.000	100%

Floriana Andolfi, nata a Casciana Terme (Pi), in data 30 ottobre 1949, è Amministratore Unico di CDC S.r.l. ed è stata nominata dall'Assemblea del 29 giugno 1999 per il triennio 29 giugno 1999 – 29 giugno 2002.

9.2 Informazioni riguardanti l'Emittente

Le informazioni relative a CDC S.p.A sono contenute nella Sezione Prima, Capitolo 6 del Prospetto Informativo.

Capitolo 10. Informazioni riguardanti i Collocatori

L'Offerta Pubblica è diretta e coordinata da Banca IMI.

Le Azioni oggetto dell'Offerta Pubblica sono collocate per il tramite di un consorzio di collocamento e garanzia, diretto e coordinato da Banca IMI, cui partecipano alcune banche e società di intermediazione mobiliare ("**Collocatori**") il cui elenco sarà reso noto mediante deposito presso la Consob e presso la sede sociale della Società e contestuale pubblicazione sul quotidiano Il Sole 24 Ore di un avviso integrativo entro il quinto giorno antecedente l'inizio dell'Offerta Pubblica.

Le Azioni oggetto della quota dell'Offerta Pubblica riservate ai Dipendenti e Franchisee saranno collocate esclusivamente per il tramite di alcune banche e società di intermediazione mobiliare individuate nell'avviso di cui al capoverso precedente ("**Collocatori per i Dipendenti e Franchisee**").

I Collocatori che intendano offrire le Azioni fuori sede, ai sensi dell'art. 30 del Testo Unico, provvederanno alla raccolta delle domande di adesione all'Offerta Pubblica avvalendosi di promotori finanziari di cui all'art. 31 del Testo Unico. Ai sensi dell'art. 30, comma 8 del Testo Unico, alle offerte pubbliche di vendita e di sottoscrizione di azioni con diritto di voto negoziate in mercati regolamentati, nonché, secondo l'orientamento Consob, di azioni ammesse a quotazione, ancorché non ancora negoziate, non si applica il disposto del comma 6 del medesimo articolo, in virtù del quale l'efficacia dei contratti conclusi fuori sede per tramite di promotori finanziari è sospesa per la durata di sette giorni decorrenti dalla data di sottoscrizione degli stessi da parte dell'investitore.

Le domande di adesione sono irrevocabili.

I Collocatori e i Collocatori per i Dipendenti e Franchisee hanno l'obbligo di consegnare gratuitamente il Prospetto Informativo a chiunque ne faccia richiesta.

Il Collocamento Privato è diretto e coordinato da Banca IMI.

Capitolo 11. Informazioni riguardanti l'Offerta Pubblica

Premessa

L'Offerta Pubblica è parte di un'Offerta Globale nell'ambito della quale è previsto, oltre all'Offerta Pubblica, un Collocamento Privato destinato agli Investitori Professionali in Italia, come di seguito definiti, e agli investitori istituzionali esteri, con esclusione di quelli degli Stati Uniti d'America, Canada e Giappone. E', inoltre, prevista la concessione da parte di CDC a Banca IMI, anche per conto dei membri del consorzio per il Collocamento Privato, di un'opzione *Greenshoe* per l'acquisto, al Prezzo di Offerta, di circa il 12% dell'ammontare complessivo dell'Offerta Globale, da destinare al Collocamento Privato (cfr. successivo Paragrafo 11.19).

Il Collocamento Privato sarà effettuato sulla base di un documento informativo in lingua inglese contenente dati e informazioni sostanzialmente equivalenti a quelli forniti nel Prospetto Informativo.

11.1 Ammontare complessivo dell'Offerta Pubblica

Formano oggetto dell'Offerta Pubblica un minimo di n. 612.500 Azioni, non inferiore al 25% dell'Offerta Globale, di cui sino ad un massimo di n. 60.000 Azioni riservate ai Dipendenti e Franchisee, come definiti nel successivo Paragrafo 11.4.

L'Offerta Globale ha ad oggetto n. 2.450.000 Azioni.

11.2 Titolarità e disponibilità dei titoli oggetto di vendita

L'Azionista Venditore ha la piena titolarità e disponibilità delle azioni da questi offerte nell'ambito dell'Offerta Globale e le stesse saranno accentrate per tutta la durata dell'Offerta Pubblica presso la Monte Titoli S.p.A..

11.3 Delibere, autorizzazioni e omologazioni

La domanda di ammissione alle negoziazioni delle Azioni sul Nuovo Mercato è stata deliberata dalla Assemblea ordinaria di CDC in data 8 marzo 2000.

L'aumento di capitale della Società posto a servizio dell'Offerta Globale e della *Greenshoe* è stato deliberato dalla Assemblea straordinaria di CDC in data 8 marzo 2000. La delibera di aumento di capitale è stata omologata dal Tribunale di Pisa, con decreto n. 408 del 16 marzo 2000 ed iscritta nel Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A. di Pisa in data 23 aprile 2000.

11.4 Destinatari dell'Offerta Pubblica

L'Offerta Pubblica è indirizzata esclusivamente al pubblico indistinto e ai Dipendenti e Franchisee, come di seguito definiti.

Per "**Dipendenti**" devono intendersi i dipendenti di CDC S.p.A. e delle società dalla stessa controllate, quali risultano iscritti al libro matricola alla data della pubblicazione del presente Prospetto Informativo.

Per "**Franchisee**" devono intendersi le persone fisiche che, alla data di pubblicazione del presente Prospetto, ricoprono la carica di Amministratori in società titolari di punti vendita Computer Discount, nonché gli imprenditori individuali che, alla medesima data, siano titolari di punti vendita Computer Discount.

Non possono aderire all'Offerta Pubblica gli intermediari autorizzati e gli operatori qualificati ("**Investitori Professionali**"), come definiti all'art. 25.1(d) e 31, comma 2 del regolamento approvato con delibera

Consob n. 11522 del 1° luglio 1998 (fatta eccezione per le persone fisiche di cui al medesimo art. 31, comma 2, per le società di gestione autorizzate alla prestazione del servizio di gestione su base individuale di portafogli di investimento per conto terzi e per le società fiduciarie che prestano servizi di gestione di portafogli di investimento, anche mediante intestazione fiduciaria, di cui all'art. 60, comma 4 del D.Lgs. 23 luglio 1996, n. 415) e gli investitori istituzionali esteri che possono invece aderire al collocamento privato.

11.5 Incentivi ai dipendenti

Nell'ambito della quota ad essi riservata, ai Dipendenti e Franchisee sarà garantita l'assegnazione di almeno un Lotto Minimo, come di seguito definito. Per l'acquisto e/o la sottoscrizione delle Azioni, nell'ambito della quota ad essi riservata, i Dipendenti potranno utilizzare un anticipo del 100% del Trattamento di Fine Rapporto (TFR) netto e disponibile. Le Azioni acquistate dai Dipendenti mediante anticipo del TFR resteranno indisponibili per il periodo di un anno dalla data di pagamento.

11.6 Limitazione o esclusione del diritto di opzione

L'aumento di capitale per la parte posta a servizio dell'Offerta Globale e della *Greenshoe* è stato deliberato dall'Assemblea straordinaria di CDC in data 8 marzo 2000, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, quinto comma cod. civ..

L'esclusione del diritto di opzione è stata motivata dall'interesse della Società all'ammissione alle negoziazioni delle Azioni sul Nuovo Mercato, al fine di ampliare la propria compagine azionaria e ad accedere ad un canale di finanziamento per lo sviluppo delle attività nel settore delle telecomunicazioni.

11.7 Mercati dell'Offerta Globale

L'Offerta Pubblica avrà luogo esclusivamente in Italia.

Il Collocamento Privato sarà rivolto agli Investitori Professionali e agli investitori istituzionali esteri, ad eccezione di quelli degli Stati Uniti d'America, Canada e Giappone, sulla base di un documento informativo in lingua inglese, contenente dati e informazioni sostanzialmente equivalenti a quelli forniti nel presente Prospetto Informativo.

11.8 Periodo dell'Offerta Pubblica

L'Offerta Pubblica avrà inizio alle ore 9:00 del 28 giugno 2000 e terminerà il 29 giugno 2000 ("**Periodo di Offerta**").

Qualora tra la data di pubblicazione del Prospetto Informativo e il giorno antecedente l'inizio dell'Offerta Pubblica dovessero verificarsi circostanze straordinarie, così come previste nella prassi internazionale, quali, *inter alia*, mutamenti nella situazione politica, finanziaria, economica e valutaria, normativa o di mercato, ovvero eventi riguardanti la situazione finanziaria, patrimoniale e reddituale di CDC e delle sue società controllate e/o dell'Azionista Venditore, tali da rendere, a giudizio di Banca IMI e sentiti i Proponenti, pregiudizievole o sconsigliabile l'effettuazione dell'Offerta Globale, ovvero non si addivenisse alla sottoscrizione degli accordi di collocamento e garanzia per l'Offerta Pubblica, Banca IMI potrà non dare inizio all'Offerta Globale e tale decisione sarà comunicata alla Consob entro il giorno antecedente la data di inizio dell'Offerta Pubblica e tempestivamente al pubblico, mediante avviso sul quotidiano Il Sole 24 Ore. L'Offerta Globale dovrà, pertanto, ritenersi annullata.

I Proponenti, d'intesa con Banca IMI, si riservano inoltre la facoltà di ritirare l'Offerta Pubblica previa comunicazione alla Consob e successivamente al pubblico con avviso sul quotidiano Il Sole 24 Ore nei cinque giorni decorrenti dal termine del Periodo di Offerta, qualora (i) le accettazioni pervenute nell'am-

bito dell'Offerta Pubblica risultassero inferiori al quantitativo minimo offerto nell'ambito della stessa, ovvero (ii) il Collocamento Privato venga meno, in tutto o in parte, per mancata assunzione o cessazione dell'impegno di garanzia per il Collocamento Privato.

11.9 Prezzo di Offerta

Il Prezzo di Offerta è unico per l'Offerta Pubblica e il Collocamento Privato.

Ai sensi dell'articolo IA.1.3.1 delle Istruzioni al Regolamento del Nuovo Mercato, il prezzo unitario di offerta delle Azioni non sarà inferiore a 10 Euro.

In applicazione del meccanismo dell'*open price*, ai fini dell'attività di *book-building* (come di seguito definito), con l'ausilio delle analisi e delle valutazioni preliminari effettuate dal Coordinatore dell'Offerta Globale, la Società ha individuato una valorizzazione indicativa del capitale economico che si riflette in un intervallo compreso tra 354 e 499 milioni di Euro (pari a circa 685 e 967 miliardi di Lire), pari a 34-48 Euro per azione (pari a circa 66 e 93 migliaia di Lire). In ogni caso, tale valorizzazione indicativa non sarà in alcun modo vincolante ai fini della definizione del Prezzo di Offerta; pertanto il Prezzo Massimo e il Prezzo di Offerta (come di seguito definiti) potranno essere fissati anche al di fuori del predetto intervallo.

Alla determinazione del suddetto intervallo di valorizzazione del capitale economico, si è pervenuti considerando i risultati conseguiti da CDC nell'ultimo triennio e le prospettive di sviluppo dell'esercizio in corso e di quelli successivi, applicando le più accreditate metodologie di valutazione riconosciute dalla dottrina e dalla pratica professionale in Italia e a livello internazionale, tenuto conto delle condizioni di mercato, nonché delle risultanze dell'attività di *pre-marketing* effettuata presso un ristretto numero di investitori istituzionali di elevato standing professionale.

In particolare si è fatto ricorso al metodo della somma delle parti ("sum of parts"), rappresentate dalla *business unit* della produzione e distribuzione di prodotti informatici ("business IT") e dalla *business unit* delle Telecomunicazioni e Internet ("business TLC").

Ai fini della valutazione del business IT, si è fatto riferimento al criterio dei multipli di mercato quale metodologia principale e al criterio dei flussi di cassa attualizzati ("DCF") quale metodologia di controllo. Per quanto riguarda il metodo dei multipli sono stati applicati i moltiplicatori dei ricavi (EV/Sales), del margine operativo lordo (EV/Ebitda) e del reddito operativo (EV/Ebit) ad un insieme di società comparabili italiane ed estere tra cui Tecnodiffusione, Opengate, Olidata, Ingram Micro (USA), Dell (USA), Dixons (UK). Per un confronto tra i moltiplicatori di mercato di CDC calcolati sui dati al 31 dicembre 1999 e rapportati al valore minimo e massimo dell'intervallo indicativo di valorizzazione, e quelli delle società sopra indicate, vedi "Dati finanziari selezionati relativi all'Emittente".

Ai fini della valutazione del business TLC si è fatto esclusivo ricorso al metodo dei multipli di mercato con particolare riguardo ai multipli dei ricavi e dei sottoscrittori attuali e prospettici (EV/Subs). Il campione di riferimento è composto da un insieme di società europee operanti nel mercato di riferimento di Interfree e Policom ed in particolare Internet Service Providers (ISPs) e operatori di telecomunicazioni tra cui Free-net, Freeserve, Tiscali, Teldafax, World On Line tenendo conto della diversa posizione di mercato nonché del diverso stadio di sviluppo.

La scarsa rilevanza del criterio dei flussi di cassa attualizzati è sostanzialmente imputabile all'estrema volatilità dei risultati in un settore ad elevato tasso di crescita ed in particolare alla fase di start-up del business TLC.

Il prezzo massimo delle Azioni oggetto dell'Offerta Pubblica sarà determinato, d'intesa con Banca IMI, dal Consiglio di Amministrazione di CDC e per esso dal suo Presidente, in virtù delle deleghe conferitegli dall'Assemblea straordinaria dell'8 marzo 2000, antecedentemente l'inizio dell'Offerta Pubblica, tenuto conto della quantità e della qualità delle manifestazioni di interesse pervenute dagli investitori e dell'andamento del mercato finanziario nazionale e internazionale ("**Prezzo Massimo**"). Il Prezzo Massimo, i moltiplicatori di prezzo, la capitalizzazione societaria e il relativo controvalore dell'Offerta Globale saranno comunicati al pubblico mediante avviso integrativo sul quotidiano Il Sole 24 Ore entro il giorno antecedente l'inizio del periodo di Offerta Pubblica e contestualmente trasmesso alla CONSOB.

Il prezzo unitario delle Azioni ("**Prezzo di Offerta**"), unico per l'Offerta Pubblica e il Collocamento Privato, sarà determinato, d'intesa con Banca IMI, dal Consiglio di Amministrazione di CDC e per esso dal suo Presidente, in virtù delle deleghe conferitegli dall'Assemblea straordinaria dell'8 marzo 2000, al termine del periodo dell'Offerta Pubblica. Il Prezzo di Offerta sarà reso noto mediante pubblicazione sul quotidiano Il Sole 24 Ore di un apposito avviso integrativo entro due giorni dal termine del Periodo di Offerta e trasmesso contestualmente alla Consob.

Il Prezzo di Offerta sarà determinato tenendo conto della qualità e quantità della domanda espressa nel contesto del Collocamento Privato e della quantità della domanda espressa nel contesto dell'Offerta Pubblica, nonché delle condizioni del mercato italiano e internazionale.

Nessun onere o spesa aggiuntiva è prevista a carico degli aderenti.

11.10 Modalità di adesione e quantitativi prenotabili nell'ambito dell'Offerta Pubblica

Le domande di adesione all'Offerta Pubblica dovranno essere presentate per quantitativi minimi di n. 50 Azioni ("**Lotto Minimo di Adesione**" o "**Lotto Minimo**"), o suoi multipli, fatti salvi i criteri di riparto, mediante sottoscrizione delle apposite schede, debitamente compilate e sottoscritte dal richiedente o da un suo mandatario speciale e presentate presso i Collocatori e presso i Collocatori per i Dipendenti e Franchisee. Le schede di adesione sono disponibili presso tutti i Collocatori e presso i Collocatori per i Dipendenti e Franchisee.

In virtù del Regolamento del Nuovo Mercato organizzato e gestito dalla Borsa Italiana, non è previsto alcun lotto minimo di negoziazione per le azioni.

E' vietata la presentazione di più domande presso lo stesso Collocatore da parte di un medesimo intestatario. Salvo quanto indicato nei successivi paragrafi, è tassativamente vietata la presentazione di più domande di adesione presso uno o più Collocatori per i Dipendenti e Franchisee da parte di un medesimo Dipendente o Franchisee. Nel caso di presentazione di più domande di adesione presso uno o più Collocatori per i Dipendenti e Franchisee da parte di un medesimo Dipendente o Franchisee, quest'ultimo parteciperà all'assegnazione delle Azioni soltanto con la prima adesione presentata in ordine di tempo.

Qualora l'aderente non intrattenga alcun rapporto di clientela con il Collocatore o con il Collocatore per i Dipendenti e Franchisee presso il quale viene presentata la domanda di adesione, potrà essergli richiesta l'apertura di un conto corrente ovvero il versamento in un deposito infruttifero di un importo pari al controvalore delle Azioni richieste, calcolato sulla base del Prezzo Massimo.

Banca IMI provvederà a verificare la regolarità delle domande di adesione all'Offerta Pubblica, avuto riguardo alle modalità e alle condizioni stabilite per la stessa e si impegna a comunicare alla Consob l'esito di tale verifica e i risultati riepilogativi dell'Offerta Globale, ai sensi delle disposizioni vigenti.

I Collocatori che intendano offrire le Azioni fuori sede, ai sensi dell'art. 30 del Testo Unico, provvederanno alla raccolta delle domande di adesione all'Offerta Pubblica avvalendosi di promotori finanziari di cui all'art. 31 del Testo Unico. Ai sensi dell'art. 30, comma 8 del Testo Unico, alle offerte pubbliche di vendita e di sottoscrizione di azioni con diritto di voto negoziate in mercati regolamentati, nonché, secondo l'orientamento Consob, di azioni ammesse a quotazione, ancorché non ancora negoziate, non si applica il disposto del comma 6 del medesimo articolo, in virtù del quale l'efficacia dei contratti conclusi fuori sede per tramite di promotori finanziari è sospesa per la durata di sette giorni decorrenti dalla data di sottoscrizione degli stessi da parte dell'investitore.

Le domande di adesione sono irrevocabili.

Non saranno ricevibili, né valide, le domande di adesione all'Offerta Pubblica che perverranno ai Collocatori e ai Collocatori per i Dipendenti e Franchisee prima delle ore 9:00 del giorno 28 giugno 2000.

a) Adesioni da parte del pubblico indistinto.

Le domande di adesione all'Offerta Pubblica da parte del pubblico indistinto devono essere effettuate mediante sottoscrizione della scheda A, debitamente compilata e sottoscritta dal richiedente o da un suo mandatario speciale, e presentate esclusivamente presso i Collocatori indicati nell'avviso di cui al Capitolo 10.

Le società fiduciarie autorizzate alla gestione patrimoniale con intestatari fiduciari potranno aderire esclusivamente alla quota di Offerta Pubblica destinata al pubblico indistinto compilando, per ciascun cliente, la relativa domanda di adesione all'Offerta Pubblica e indicando nell'apposito spazio il codice fiscale del cliente, lasciando in bianco il nome e cognome (denominazione o ragione sociale) dello stesso e inserendo nello spazio riservato all'intestazione delle Azioni la denominazione e il codice fiscale della società fiduciaria.

Pertanto, i clienti dei Collocatori che offrono servizi di investimento per via telematica (specificamente individuati nell'avviso integrativo recante l'elenco di Collocatori), potranno aderire all'Offerta Pubblica mediante utilizzo di strumenti elettronici via Internet, in sostituzione del tradizionale metodo cartaceo, ma con modalità equivalenti al medesimo, ai sensi dell'art. 13, comma 4 della deliberazione Consob n. 11971 del 14 maggio 1999.

Tale adesione potrà avvenire mediante accesso, attraverso l'utilizzo di una password individuale, ad un'apposita area, situata all'interno dell'area riservata ai clienti, ove, sempre con modalità telematiche e previo utilizzo della password individuale, potranno fornire tutti i dati personali e finanziari richiesti per l'adesione in forma cartacea senza alcuna differenziazione. Una volta confermato l'inserimento di tali dati, il riepilogo degli stessi sarà visualizzato sullo schermo del cliente, il quale sarà tenuto a confermare nuovamente la loro correttezza. Solo al momento di questa seconda conferma tali dati assumeranno valore di domanda di adesione.

b) Adesioni da parte dei Dipendenti e Franchisee.

Le domande di adesione all'Offerta Pubblica da parte dei Dipendenti e Franchisee, a valere sulla quota dell'Offerta Pubblica ad essi riservata, devono essere effettuate mediante sottoscrizione della scheda B, debitamente compilata e sottoscritta dal richiedente o da un suo mandatario speciale, e mediante presentazione di certificazione in originale, rilasciata dalla Società, attestante la qualifica di Dipendente o Franchisee, esclusivamente presso i Collocatori per Dipendenti e Franchisee di cui all'avviso di cui al precedente Capitolo 10.

I Dipendenti e i Franchisee potranno, inoltre, aderire all'Offerta Pubblica alle condizioni e secondo le modalità indicate alla precedente lettera a).

11.11 Criteri di riparto

Un minimo di n. 612.500 Azioni, non inferiore al 25% dell'ammontare complessivo delle Azioni oggetto dell'Offerta Globale, sarà riservata alle adesioni pervenute nell'ambito dell'Offerta Pubblica. La rimanente parte delle Azioni sarà ripartita tra il consorzio di collocamento e garanzia per l'Offerta Pubblica e quello per il Collocamento Privato, a discrezione di Banca IMI, tenuto conto della quantità delle adesioni pervenute nell'ambito dell'Offerta Pubblica e della quantità e qualità delle adesioni pervenute nell'ambito del Collocamento Privato. Qualora le adesioni complessivamente pervenute nell'ambito dell'Offerta Pubblica fossero inferiori al numero minimo di Azioni ad essa destinate, le Azioni residue potranno confluire nella quota destinata al Collocamento Privato.

Nell'ambito della quota complessivamente assegnata al consorzio di collocamento e garanzia per l'Offerta Pubblica, si procederà ad assegnare le Azioni al pubblico indistinto e ai Dipendenti e Franchisee, secondo i criteri di riparto di seguito indicati, con l'avvertenza che qualora le adesioni complessivamente pervenute dai Dipendenti e dai Franchisee fossero inferiori al numero di Azioni ad essi destinate, le Azioni residue potranno confluire nella quota al pubblico indistinto.

Il Responsabile del Collocamento, preso atto della disomogeneità delle procedure informatiche attualmente in uso presso il sistema bancario e finanziario, dichiara di non poter effettuare direttamente il riparto

a norma dell'Art. 13 , comma 6 del Regolamento Consob 11971. Il Responsabile del Collocamento si impegna, tuttavia a determinare in via accentrata per conto di tutti i Collocatori le modalità di assegnazione mediante estrazione a sorte.

a) adesioni da parte del pubblico indistinto

Qualora le adesioni pervenute ai Collocatori da parte del pubblico indistinto fossero superiori al numero di Azioni ad esso destinate, a ciascuna richiesta sarà assegnato un quantitativo di Azioni pari al Lotto Minimo. Nel caso in cui dall'assegnazione del Lotto Minimo residuino Azioni, queste saranno assegnate secondo i seguenti criteri:

- 1) le Azioni saranno assegnate a ciascun Collocatore proporzionalmente all'ammontare delle adesioni ad esso complessivamente pervenute (inteso come numero di richieste), dedotto il numero delle richieste già soddisfatte integralmente, purché per quantitativi pari al Lotto Minimo o a suoi multipli; eventuali Lotti Minimi residui saranno assegnati al Collocatore presso il quale l'ammontare delle Azioni richieste sia risultato superiore;
- 2) ciascun Collocatore, dedotti i lotti minimi già assegnati, procederà all'assegnazione ai singoli sottoscrittori delle Azioni ad essi attribuite in misura proporzionale al numero delle Azioni oggetto di ciascuna richiesta, purché per quantitativi pari al Lotto Minimo o a suoi multipli;
- 3) ove residuino ulteriori Lotti Minimi, questi saranno singolarmente assegnati da ciascun Collocatore ai richiedenti che abbiano partecipato al riparto proporzionale di cui al punto 2) mediante estrazione a sorte.

Qualora, invece, il quantitativo offerto risulti insufficiente all'assegnazione di un Lotto Minimo a ciascuna richiesta, le Azioni saranno assegnate secondo i seguenti criteri:

- 1) le Azioni saranno assegnate a ciascun Collocatore proporzionalmente all'ammontare delle accettazioni ad esso complessivamente pervenute (inteso come numero di richieste), purché per quantitativi pari al Lotto Minimo o a suoi multipli; eventuali Lotti Minimi residui saranno assegnati al Collocatore presso il quale l'ammontare delle Azioni richieste sia risultato superiore;
- 2) i Lotti Minimi saranno singolarmente assegnati da ciascun Collocatore ai richiedenti mediante estrazione a sorte.

L'estrazione a sorte avverrà con modalità che consentano la verificabilità delle procedure utilizzate e la loro rispondenza a criteri di correttezza. A tal fine le relative procedure saranno effettuate alla presenza di un soggetto terzo indipendente (quale, a titolo esemplificativo, un notaio, un membro del Collegio Sindacale, un revisore, ecc.).

b) adesioni da parte dei Dipendenti e Franchisee

Qualora le adesioni pervenute ai Collocatori per i Dipendenti e i Franchisee, individuati nell'avviso di cui al precedente Capitolo 10, responsabili per il collocamento riservato ai Dipendenti e Franchisee, da parte dei Dipendenti e Franchisee fossero superiori al numero di Azioni ad essi riservate, a ciascun richiedente sarà garantita l'assegnazione di un quantitativo di Azioni pari ad un Lotto Minimo; nel caso in cui, dopo l'attribuzione del suddetto Lotto Minimo, residuino delle Azioni, queste saranno assegnate secondo i seguenti criteri:

- 1) le Azioni saranno assegnate a ciascun Collocatore proporzionalmente all'ammontare delle adesioni ad esso complessivamente pervenute (inteso come numero di richiedenti), dedotto il numero dei richiedenti già soddisfatti integralmente, purché per quantitativi pari al Lotto Minimo o a suoi multipli; eventuali Lotti Minimi residui saranno assegnati al Collocatore presso il quale l'ammontare delle Azioni richieste sia risultato superiore;
- 2) i Collocatori, dedotti i Lotti Minimi già assegnati, procederanno all'assegnazione ai singoli richiedenti delle Azioni residue in misura proporzionale alle richieste, purché per quantitativi pari al Lotto Minimo o suoi multipli;

- 3) ove residuino ulteriori Lotti Minimi, questi saranno singolarmente assegnati da ciascun Collocatore ai richiedenti che abbiano partecipato al riparto proporzionale di cui al precedente punto mediante estrazione a sorte.

L'estrazione a sorte avverrà con modalità che consentano la verificabilità delle procedure utilizzate e la loro rispondenza a criteri di correttezza. A tal fine le relative procedure saranno effettuate alla presenza di un soggetto terzo indipendente (quale, a titolo esemplificativo, un notaio, un membro del Collegio Sindacale, un revisore, ecc.).

Qualora, dopo l'attribuzione dei Lotti Minimi richiesti, residuino delle Azioni, queste confluiranno nella quota destinata al pubblico indistinto.

11.12 Modalità e termini di comunicazione dei risultati e verifiche relative all'Offerta

I risultati dell'Offerta Pubblica saranno pubblicati da CDC, mediante avviso sul quotidiano Il Sole 24 Ore, non appena disponibili e comunque entro cinque giorni dalla conclusione del Periodo di Offerta. Copia di tale avviso dovrà essere trasmessa contestualmente alla Consob e alla Borsa Italiana.

11.13 Modalità e termini di comunicazione ai richiedenti di avvenuta assegnazione delle Azioni

Entro due mesi dalla pubblicazione del suddetto avviso, Banca IMI comunicherà alla Consob gli esiti delle verifiche sulla regolarità delle operazioni di collocamento e dell'eventuale riparto, nonché i risultati riepilogativi dell'Offerta Globale, ai sensi dei regolamenti vigenti.

11.14 Modalità e termini di pagamento del prezzo e di consegna delle Azioni

Il pagamento integrale del prezzo delle Azioni assegnate avrà luogo il 6 luglio 2000 (la "**Data di Pagamento**"), presso il Collocatore e presso i Collocatori per i Dipendenti e Franchisee che hanno ricevuto l'adesione, senza aggravio di commissioni o spese a carico del richiedente. Contestualmente, le Azioni saranno trasferite contabilmente alla Monte Titoli sui conti di deposito intrattenuti presso la stessa dai Collocatori e dai Collocatori per i Dipendenti e Franchisee.

11.15 Collocamento e garanzia

I membri del consorzio di collocamento e garanzia per l'Offerta Pubblica garantiranno l'integrale collocamento del quantitativo minimo delle Azioni offerte nell'ambito dell'Offerta Pubblica. Il Contratto di collocamento e garanzia per l'Offerta Pubblica, che sarà stipulato prima dell'Offerta Pubblica tra i Proponenti e Banca IMI, anche per conto dei Collocatori e dei Collocatori per i Dipendenti e Franchisee, prevederà l'ipotesi che i Collocatori e i Collocatori per i Dipendenti e Franchisee non siano tenuti all'adempimento degli obblighi di garanzia, ovvero che detti obblighi possano essere revocati: (i) al verificarsi di circostanze straordinarie, così come previste nella prassi internazionale quali, *inter alia*, mutamenti nella situazione politica, finanziaria, economica e valutaria, normativa e di mercato, ovvero di eventi riguardanti la situazione finanziaria, patrimoniale e reddituale di CDC o delle sue controllate e/o dell'Azionista Venditore tali da rendere, a giudizio di Banca IMI, e sentiti i Proponenti, pregiudizievole o sconsigliabile l'effettuazione dell'Offerta Globale, ovvero (ii) nel caso di mancata assunzione o cessazione di efficacia dell'impegno di garanzia per il Collocamento Privato. Il contratto di collocamento e garanzia per il Collocamento Privato prevederà, tra l'altro, che possa venir meno o essere revocato l'impegno di garanzia al verificarsi di circostanze straordinarie, così come individuate al precedente punto (i), tali da rendere, a giudizio di Banca IMI, pregiudizievole o sconsigliabile l'effettuazione dell'Offerta Globale. I Proponenti e i Collocatori potranno non addivenire alla stipula del contratto di collocamento e garanzia per il Collocamento Privato nel caso in

cui non si raggiunga un livello adeguato di domanda da parte degli Investitori Professionali e degli investitori esteri, secondo la prevalente prassi di mercato e analoghe operazioni, in merito alla quantità e qualità della domanda ovvero al Prezzo di Offerta.

11.16 Accordi di riacquisto

Non esistono accordi in merito all'eventuale riacquisto delle Azioni.

11.17 Commissioni relative all'operazione

I Proponenti corrisponderanno a Banca IMI, anche per conto dei Collocatori, una commissione complessiva pari al 4% del controvalore complessivo dell'Offerta Globale e del controvalore della Greenshoe, ove la stessa venga esercitata. E' previsto che, per l'Offerta Pubblica, tale commissione sia così ripartita: (i) una commissione di direzione dell'1,4%, (ii) una commissione di garanzia pari allo 0,8% e (iii) una commissione di collocamento pari all'1,8%. L'importo previsto delle spese da sostenersi per l'Offerta Globale è pari a circa Lire 2.000 milioni, che verrà ripartito tra i Proponenti in misura proporzionale ai proventi ricevuti

11.18 Stabilizzazione

Banca IMI si riserva di effettuare attività di stabilizzazione in relazione alle Azioni collocate, anche in nome e per conto dei consorzi per l'Offerta Pubblica e il Collocamento Privato, in ottemperanza della normativa vigente e agli obblighi di pubblicità ivi previsti.

11.19 Altri accordi

Greenshoe

CDC ha concesso a Banca IMI, anche in nome e per conto dei membri del consorzio per il Collocamento Privato, un'opzione per l'acquisto, al Prezzo di Offerta, di un massimo di n. 300.000 azioni ordinarie CDC, pari a circa 12% dell'ammontare complessivo dell'Offerta Globale, da destinare al Collocamento Privato. Tale opzione potrà essere esercitata da Banca IMI entro i 30 giorni successivi alla Data di Pagamento delle Azioni.

Impegni temporanei alla inalienabilità delle Azioni

Ai sensi dell'art. 2.2.3 del Regolamento, gli azionisti che hanno assunto tale qualità nei dodici mesi precedenti la data di presentazione della domanda di ammissione alle negoziazioni sul Nuovo Mercato, nonché i soci fondatori, gli amministratori e i dirigenti, assumono l'impegno per la durata di un anno a partire dalla data di avvio delle negoziazioni, a non vendere, offrire, costituire in pegno e, in generale, a non compiere operazioni aventi ad oggetto un quantitativo almeno pari all'80% delle azioni ordinarie della Società possedute da tali soggetti alla data di avvio delle negoziazioni. Gli impegni temporanei degli azionisti non trovano, tuttavia, applicazione, nei casi di adesione ad un'offerta pubblica di acquisto o scambio ai sensi della parte IV, Titolo II, Capo II del Testo Unico, nonché nei casi di successione.

Inoltre, gli azionisti di CDC, hanno assunto l'impegno, per un periodo di 180 giorni successivi alla data di pagamento delle Azioni, di non effettuare operazioni di vendita o comunque qualunque atto di disposizione delle Azioni senza il preventivo consenso scritto di Banca IMI. Tale impegno riguarderà la totalità delle azioni possedute alla data di inizio dell'Offerta Pubblica. I medesimi soggetti assumeranno, inoltre, l'impegno, per il medesimo periodo, di non votare nell'assemblea della Società aumenti di capitale ed emissione di titoli convertibili in azioni e di non autorizzare atti di acquisto e di disposizione di Azioni eventualmente acquistate dalla stessa, senza il preventivo consenso scritto di Banca IMI.

11.20 Destinazione del ricavato dell'Offerta

La Società destinerà i proventi della sottoscrizione delle Azioni emesse nell'ambito dell'aumento di capitale posto al servizio dell'Offerta Globale, principalmente alla riduzione della posizione finanziaria netta e all'implementazione delle proprie strategie di sviluppo. In particolare la Società intende, allo stato, destinare tali proventi in via prevalente alla realizzazione di una nuova rete di telecomunicazioni, allo sviluppo di un portale verticale con contenuti e servizi specializzati nel settore informatico, nonché alla realizzazione di investimenti in attività di *marketing* al fine di consolidare il proprio *brand*.

Infine CDC potrebbe utilizzare parte dei proventi dell'Offerta Globale per eventuali operazioni di acquisizione coerenti con la propria strategia (cfr. Capitolo 1, Paragrafo 1.2.18).

CDC non ha preso ancora alcuna risoluzione sull'assegnazione dei proventi netti dell'Offerta Globale tra tali progetti e potrebbe decidere in futuro di privilegiarne alcuni piuttosto che altri.

Nessuna parte del ricavato dell'Offerta Globale derivante dalla cessione delle Azioni da parte dell'Azienda Venditore sarà destinata alla Società.

Capitolo 12. La quotazione delle Azioni

12.1 Richiesta e provvedimento di quotazione

In data 17 marzo 2000 CDC ha richiesto alla Borsa Italiana l'ammissione alle negoziazioni sul Nuovo Mercato.

La Borsa Italiana con provvedimento n. 1019 del 7 giugno 2000 ha disposto l'ammissione alle negoziazioni sul Nuovo Mercato delle Azioni.

La Società non ha altri titoli quotati sui mercati regolamentati italiani o esteri.

12.2 Data di inizio delle negoziazioni in Borsa

La data di inizio delle negoziazioni sarà stabilita dalla Borsa Italiana, ai sensi e per gli effetti dell'art. 2.4.2 del Regolamento, previa verifica della sufficiente diffusione delle Azioni.

12.3 Impegni dello Sponsor e Specialista

Ai sensi del Titolo 2.3 del Regolamento, la Società ha conferito l'incarico di Sponsor e Specialista a Banca IMI.

In qualità di Sponsor e Specialista, Banca IMI si è impegnata per tutta la durata del proprio incarico e a partire dalla data di inizio delle negoziazioni, ai sensi dell'art. 2.3.2, comma 4, del Regolamento:

- a esporre continuativamente sul mercato proposte di acquisto e vendita a prezzi che non si discostino tra loro di una percentuale superiore a quella stabilita nelle Istruzioni al Regolamento del Nuovo Mercato organizzato e gestito dalla Borsa Italiana, per un quantitativo giornaliero fissato nelle medesime Istruzioni, nonché gestire il *book* istituzionale di cui all'art. 4.1.5 del Regolamento;
- a pubblicare almeno due analisi finanziarie all'anno concernenti la Società, di cui una completa e l'altra di aggiornamento, da redigersi tempestivamente e secondo i migliori standard in occasione della pubblicazione dei risultati di esercizio e dei dati semestrali. Le analisi finanziarie devono contenere, oltre alla presentazione ed al commento dei più recenti dati disponibili, una previsione circa l'andamento della Società e un confronto rispetto alle stime precedenti. Le analisi finanziarie vanno immediatamente diffuse al pubblico;
- a pubblicare brevi analisi in occasione della diffusione dei dati trimestrali e dei principali eventi societari relativi alla Società;
- a organizzare almeno due volte l'anno un incontro tra il *management* della Società e la comunità finanziaria nazionale, presenziando a detti incontri.

Capitolo 13. Appendici

13.1 Appendici

13.1.1 Schemi dello stato patrimoniale e del conto economico in Lire ed Euro dei bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 in forma di tabella comparativa.

13.1.2 Relazioni della Società di Revisione sui bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999.

13.1.3 Relazioni del Collegio Sindacale ai bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999.

13.2 Documentazione messa a disposizione del pubblico

La seguente documentazione è messa a disposizione del pubblico presso la sede di CDC, in Calcinaia (PI), frazione Fornacette, Via Tosco Romagnola, n. 61 e presso la Borsa Italiana, in Piazza Affari, n. 6, Milano.

13.2.1. Bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 corredati della relazione degli amministratori sulla gestione e del verbale di approvazione dell'assemblea.

13.2.2 Statuto sociale di CDC S.p.A.

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

13.1.1 Schemi dello stato patrimoniale e del conto economico dei bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 in forma di tabella comparativa.

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

STATO PATRIMONIALE						
ATTIVO	31 Dicembre 1999		31 Dicembre 1998		31 Dicembre 1997	
	Lire	Euro	Lire	Euro	Lire	Euro
A - CREDITI VERSO SOCI PER VERSAMENTI ANCORA DOVUTI						
B - IMMOBILIZZAZIONI						
I - Immobilizzazioni immateriali	26.948.274.193	13.917.622	1.721.411.628	889.035	1.522.755.412	786.438
1.Costi di impianto e di ampliamento	56.000.000	28.921,59	0	0	7.064.000	3.648,25
2.Costi di ricerca, sviluppo e pubblicità						
3.Diritto di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno						
4.Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	25.492.896.805	13.165.982,43	298.781.159	154.307,59	167.420.415	86.465,43
5.Avviamento	0	0	46.720.000	24.128,87	113.440.000	58.586,87
6.Immobilizzazioni in corso e acconti						
7. Altre immobilizzazioni immateriali	1.399.377.388	722.718,11	1.375.910.469	710.598,45	1.234.830.997	637.736,99
II - Immobilizzazioni materiali	3.594.812.804	1.856.566	3.648.561.293	1.884.325	3.631.894.952	1.875.717
1.Terreni e fabbricati	13.224.153	6.829,71	58.784.466	30.359,64	23.344.779	12.056,57
2.Impianti e macchinari	754.412.373	389.621,47	933.505.221	482.115,21	1.293.581.735	668.079,21
3.Attrezzature industriali e commerciali	1.692.846.070	874.282,03	1.775.087.616	916.756,25	1.475.963.167	762.271,36
4. Altri beni	1.134.330.208	585.832,66	881.183.990	455.093,55	839.005.271	433.310,06
5.Immobilizzazioni in corso ed acconti	0	0	0	0	0	0
III - Immobilizzazioni finanziarie	2.307.586.713	1.191.769	266.502.833	137.637	273.714.464	141.362
1.Partecipazioni-						
a.In imprese controllate	2.040.000.000	1.053.572,07	0	0	0	0
b.In imprese collegate						
c.In imprese controllanti						
d.In altre imprese	1.364.053	704,47	1.364.053	704,47	0	0
Sub-Totale	2.041.364.053	1.054.277	1.364.053	704	0	0
2.Crediti						
a.Verso imprese controllate						
b.Verso imprese collegate						
c.Verso imprese controllanti	66.000.000	34.086,16	66.000.000	34.086,16	66.000.000	34.086,16
d.Verso altre imprese	200.222.660	103.406,37	199.138.780	102.846,60	207.714.464	107.275,57
Sub-Totale	266.222.660	137.493	265.138.780	136.933	273.714.464	141.362
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI (B)	32.850.673.710	16.965.957	5.636.475.754	2.910.997	5.428.364.828	2.803.516
C - ATTIVO CIRCOLANTE						
I - Rimanenze	109.499.746.302	56.551.899	85.007.271.527	43.902.592	66.639.140.224	34.416.244
1.Materie prime, sussidiarie e di consumo						
2.Prodotti in corso di lavorazione e semilavorati						
3.Lavori in corso su ordinazione						
4.Prodotti finiti e merci	109.499.746.302	56.551.899,43	85.007.271.527	43.902.591,85	66.639.140.224	34.416.243,72
5.Acconti						
II - Crediti-	97.327.753.886	50.265.590	83.884.414.473	43.322.685	50.214.544.659	25.933.648
1.Verso terzi	56.843.017.105	29.356.968,35	59.599.656.016	30.780.653,53	42.538.896.529	21.969.506,59
2.Verso imprese controllate						
3.Verso imprese collegate						
4.Verso imprese consociate	6.930.996.579	3.579.561,00	0	0	0	0
5.Verso imprese controllanti	303.600.000	156.796,31	11.295.769.832	5.833.778,26	1.715.238.049	885.846,52
6. Altri	33.250.140.202	17.172.264,30	12.988.988.625	6.708.252,79	5.960.410.081	3.078.294,91
III - Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	102.713.122	53.047	99.628.889	51.454	0	0
1.Partecipazioni in imprese controllate						
2.Partecipazioni in imprese collegate						
3.Partecipazioni in imprese controllanti						
4.Partecipazioni in altre imprese						
5.Azioni proprie						
6.Altri titoli						
7.Crediti finanziari	102.713.122	53.046,90	99.628.889	51.454,03	0	0
IV - Disponibilità liquide	10.452.482.799	5.398.257	1.930.928.114	997.241	4.276.815.394	2.208.791
1.Depositi bancari e postali	10.062.645.970	5.196.922,93	1.844.314.115	952.508,75	4.149.992.660	2.143.292,34
2.Assegni						
3.Denaro e valori in cassa	389.836.829	201.333,92	86.613.999	44.732,40	126.822.734	65.498,48
TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE (C)	217.382.696.109	112.268.793	170.922.243.003	88.273.972	121.130.500.277	62.558.683

D - RATEI E RISCONTI ATTIVI

1. Disaggi di emissione ed altri oneri similari
su prestiti

2. Altri ratei e risconti

	1.269.653.190	655.721,15	559.248.802	288.827,90	872.442.463	450.578,93
TOT. RATEI E RISCONTI ATTIVI (D)	1.269.653.190	655.721	559.248.802	288.828	872.442.463	450.579
TOTALE ATTIVO	251.503.023.009	129.890.471	177.117.967.559	91.473.796	127.431.307.568	65.812.778

STATO PATRIMONIALE						
PASSIVO	31 Dicembre 1999		31 Dicembre 1998		31 Dicembre 1997	
	Lire	Euro	Lire	Euro	Lire	Euro
A - PATRIMONIO NETTO						
I - Capitale sociale	10.000.000.000	5.164.568,99	3.000.000.000	1.549.370,70	3.000.000.000	1.549.370,70
II - Riserva sovrapprezzo azioni						
III - Riserva di rivalutazione						
IV - Riserva legale	600.000.000	309.874,14	600.000.000	309.874,14	600.000.000	309.874,14
V - Riserva per azioni proprie in portafoglio						
VI - Riserve statutarie						
VII - Altre riserve	2.339.202	1.208,10	9.251.224.949	4.777.858,95	5.406.662.261	2.792.308,03
VIII - Utili (perdite) a nuovo						
IX - Utili (perdite) dell'esercizio a nuovo	6.566.329.876	3.391.226,37	4.301.114.253	2.221.340,13	3.844.562.688	1.985.550,92
TOTALE PATRIMONIO NETTO (A)	17.168.669.078	8.866.877,59	17.152.339.202	8.858.443,92	12.851.224.949	6.637.103,79
B - FONDI PER RISCHI ED ONERI						
1. Fondi per trattamento di quiescenza e simili						
2. Fondi per imposte						
3. Altri	541.938.211	279.887,73	204.809.088	105.775,07	203.548.060	105.123,80
TOT. FONDO RISCHI ED ONERI (B)	541.938.211	279.887,73	204.809.088	105.775,07	203.548.060	105.123,80
C - FONDO T.F.R.	1.994.861.386	1.030.259,93	1.454.675.501	751.277,20	1.184.797.617	611.896,90
D - DEBITI						
1. Obbligazioni						
2. Obbligazioni convertibili						
3. Debiti verso banche	51.648.188.967	26.674.063,52	38.597.896.194	19.934.149,78	6.179.840.229	3.191.621,12
4. Debiti verso altri finanziatori	8.691.557.207	4.488.814,68	0	0	0	0
5. Acconti						
6. Debiti verso fornitori	157.277.195.420	81.226.893	105.602.200.662	54.538.985	98.765.880.018	51.008.320
7. Debiti rappresentati da titoli di credito						
8. Debiti verso imprese controllate	1.428.000.000	737.500,45	0	0	0	0
9. Debiti verso imprese collegate						
10. Debiti verso controllanti					12.081.247	6.239,44
11. Debiti verso consociate						
13. Debiti tributari	2.305.895.221	1.190.895,50	2.506.404.528	1.294.449,91	559.969.876	289.200,31
14. Debiti verso istituti di previdenza sociale	719.162.000	371.416	804.348.567	415.411	538.178.975	277.946
15. Altri debiti	8.641.286.920	4.462.852,25	10.217.936.198	5.277.123,64	6.095.515.347	3.148.070,95
TOTALE DEBITI (D)	230.711.285.735	119.152.435,22	157.728.786.149	81.460.119,79	112.151.465.692	57.921.398,20
E - RATEI E RISCONTI PASSIVI						
1. Aggi di emissione						
2. Altri ratei e risconti	1.086.268.599	561.010,91	577.357.619	298.180,33	1.040.271.250	537.255,26
TOTALE RATEI E RISCONTI PASSIVI (E)	1.086.268.599	561.010,91	577.357.619	298.180,33	1.040.271.250	537.255,26
TOTALE PASSIVO	251.503.023.009	129.890.471,37	177.117.967.559	91.473.796,30	127.431.307.568	65.812.777,95

CONTI D'ORDINE						
	31 Dicembre 1999		31 Dicembre 1998		31 Dicembre 1997	
	Lire	Euro	Lire	Euro	Lire	Euro
1. Impegni:						
a. Di acquisto	0	0	9.917.665.000	5.122.046,51	10.559.000.000	5.453.268,40
b. Di vendita						
c. Canoni di leasing di prossima scadenza	773.817.000	399.643,13	1.237.283.663	639.003,68	1.604.183.000	828.491,38
d. Mercì da ricevere	2.850.031.404	1.471.918,38	4.715.396.734	2.435.299,18	6.809.956.250	3.517.048,89
Totale impegni	3.623.848.404	1.871.561,51	15.870.345.397	8.196.349,37	18.973.139.250	9.798.808,66
Totale conti d'ordine	3.623.848.404	1.871.561,51	15.870.345.397	8.196.349,37	18.973.139.250	9.798.808,66

CONTO ECONOMICO						
	31 Dicembre 1999		31 Dicembre 1998		31 Dicembre 1997	
	Lire	Euro	Lire	Euro	Lire	Euro
A - VALORE DELLA PRODUZIONE						
1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni	746.747.214.867	385.662.750,99	592.729.398.445	306.119.187,12	541.621.116.479	279.723.962,30
2. Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	24.492.474.775	12.649.307,57	18.368.131.303	9.486.348,13	19.502.741.195	10.072.325,24
3. Variazione dei lavori in corso su ordinazione						
4. Incremento delle immobilizzazioni per lavori interni						
5. Altri ricavi e proventi-						
a. Contributi in conto esercizio						
b. Altri	15.103.591.057	7.800.354	12.888.225.213	6.656.213	22.751.000.964	11.749.911
Totale valore della produzione (A)	786.343.280.699	406.112.412	623.985.754.961	322.261.748	583.874.858.638	301.546.199
B - COSTI DELLA PRODUZIONE						
6. Per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	703.732.577.666	363.447.544,85	553.615.768.799	285.918.683,24	520.983.678.296	269.065.614,97
7. Per servizi	43.931.641.824	22.688.799,51	37.032.367.651	19.125.621,76	30.872.482.597	15.944.306,63
8. Per godimento di beni di terzi	5.288.854.659	2.731.465,48	5.198.145.784	2.684.618,25	4.891.956.025	2.526.484,44
9. Per il personale						
a. Salari e stipendi	9.798.131.903	5.060.312,82	8.127.257.557	4.197.378,24	6.306.912.081	3.257.248,26
b. Oneri sociali	3.019.302.101	1.559.339,40	2.584.289.280	1.334.674,03	2.452.365.878	1.266.541,28
c. Trattamento di fine rapporto	703.071.036	363.105,89	667.235.322	344.598,29	422.191.600	218.043,76
d. Trattamento di quiescenza e simili	189.257.436	97.743,31	154.058.053	79.564,34	140.132.991	72.372,65
e. Altri costi del personale	0	0	0	0	127.762.018	65.983,58
Totale costi del personale	13.709.762.476	7.080.501	11.532.840.212	5.956.215	9.449.364.568	4.880.190
10. Ammortamenti e svalutazioni-						
a. Ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	865.713.738	447.103,83	762.734.192	393.919,34	579.302.277	299.184,66
b. Ammortamento delle immobilizzazioni materiali	2.240.643.346	1.157.195,71	2.005.126.874	1.035.561,61	1.813.535.872	936.613,11
c. Svalutazioni delle immobilizzazioni immateriali e materiali						
d. Svalutazione dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	607.573.477	313.785,51	338.920.567	175.037,87	266.635.983	137.705,99
Totale ammortamenti e svalutazioni	3.713.930.561	1.918.085	3.106.781.633	1.604.519	2.659.474.132	1.373.504
11. Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci						
12. Accantonamenti per rischi						
13. Altri accantonamenti						
14. Oneri diversi di gestione	981.446.754	506.874,95	947.558.617	489.373,19	3.771.433.836	1.947.783,02
Totale costi della produzione (B)	-771.358.213.940	-398.373.271	-611.433.462.696	-315.779.030	-572.628.389.454	-295.737.882
DIFFERENZA TRA VALORE DELLA PRODUZIONE E COSTI DELLA PRODUZIONE (A - B)	14.985.066.759	7.739.141	12.552.292.265	6.482.718	11.246.469.184	5.808.317

C - PROVENTI E ONERI FINANZIARI

15. Proventi da partecipazioni-

- a. Dividendi
- b. Dividendi ed altri proventi da imprese collegate
- c. Dividendi ed altri proventi da altre imprese

16. Altri proventi finanziari-

- a. Da crediti iscritti tra le immobilizzazioni-
 - Da imprese controllate
 - Da imprese collegate
 - Da imprese controllanti
 - Altri

0 0 0 0 1.393.500.632 719.683,02

- b. Da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni

- c. Da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni

- d. Proventi diversi dai precedenti
 - Interessi e commissioni da imprese controllate

- Interessi e commissioni da imprese collegate

- Interessi e commissioni da imprese controllanti

- Interessi e commissioni da altri e proventi vari

284.485.332 146.924,41 422.879.450 218.399,01 86.500.449 44.673,75

4.967.698.683 2.565.602,26 1.760.806.189 909.380,50 363.839.593 187.907,47

Tot. proventi diversi dai precedenti

5.252.184.015 2.712.527 2.183.685.639 1.127.780 1.843.840.674 952.264

17. Interessi ed altri oneri finanziari

- a. Verso imprese controllate
- b. Verso imprese collegate
- c. Verso imprese controllanti
- d. Altri

0 0 0 0 12.081.247 6.239,44

8.360.604.051 4.317.891,64 5.729.278.064 2.958.925,18 3.919.673.985 2.024.342,67

Tot. interessi e altri oneri finanziari

8.360.604.051 4.317.892 5.729.278.064 2.958.925 3.931.755.232 2.030.582

Totale proventi e oneri finanziari (C)

-3.108.420.036 -1.605.365 -3.545.592.425 -1.831.146 -2.087.914.558 -1.078.318

D - RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE

18. Rivalutazioni-

- a. Di partecipazioni
- b. Di immobilizzazioni finanziarie
- c. Di titoli iscritti nell'attivo circolante

Totale rivalutazioni

0 0 0 0 0 0

19. Svalutazioni-

- a. Di partecipazioni
- b. Di immobilizzazioni finanziarie
- c. Di titoli iscritti nell'attivo circolante
- d. Di crediti non immobilizzati

Totale svalutazioni

0 0 0 0 0 0

Tot. rettifiche di valore di attività finanziarie (D)

0 0 0 0 0 0

E - PROVENTI E ONERI STRAORDINARI

20. Proventi

- a. Plusvalenze da alienazioni
- b. Altri

0 0 178.906.388 92.397,44 1.312.000 677,59

695.806.445 359.354,04 73.948.621 38.191,28 52.498.695 27.113,31

Totale proventi

695.806.445 359.354 252.855.009 130.589 53.810.695 27.791

21. Oneri

- a. Minusvalenze da alienazioni
- b. Imposte relative ad esercizi precedenti
- c. Altri

0 0 88.860.132 45.892,43 0 0

176.372.166 91.088,62 152.907.885 78.970,33 164.488.633 84.951,29

Totale oneri

176.372.166 91.089 241.768.017 124.863 164.488.633 84.951

Totale delle partite straordinarie (E)

519.434.279 268.265 11.086.992 5.726 -110.677.938 -57.160

RISULTATO PRIMA DELL'IMPOSTE (A - B +/- C +/- D +/- E)

12.396.081.002 6.402.042 9.017.786.832 4.657.298 9.047.876.688 4.672.838

22. Imposte sul reddito dell'esercizio

- a. Imposte sul reddito dell'esercizio
- b. Imposte differite

5.829.751.126 3.010.815,19 4.716.672.579 2.435.958,09 5.203.314.000 2.687.287,41

6.135.846.295 3.168.900,15 4.716.672.579 2.435.958 5.203.314.000 2.687.287

-306.095.169 -158.084,96 0 0 0 0

UTILE (PERDITA) DELL'ESERCIZIO

6.566.329.876 3.391.226 4.301.114.253 2.221.340 3.844.562.688 1.985.551

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

13.1.2 Relazioni della Società di Revisione sui bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999.

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]



Arthur Andersen S.p.A.

Viale Matteotti 25
50121 Firenze

RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE

Al Consiglio di Amministrazione della
CDC POINT S.p.A.:

1. Abbiamo assoggettato a revisione contabile il bilancio d'esercizio della CDC POINT S.p.A. al 31 dicembre 1997.
2. Il nostro esame è stato svolto secondo gli statuiti principi di revisione e, in conformità a tali principi, abbiamo fatto riferimento alle norme di legge che disciplinano il bilancio d'esercizio, interpretate ed integrate dai corretti principi contabili enunciati dai Consigli Nazionali dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri.
3. La Società ha presentato a fini comparativi il bilancio dell'esercizio precedente al 31 dicembre 1996. Tale bilancio è stato da noi esaminato limitatamente allo stato patrimoniale e pertanto il nostro esame non è stato esteso al conto economico dell'esercizio chiuso a tale data, alla relativa parte della Nota Integrativa, né alla voce "Utile (perdita) d'esercizio" esposta separatamente nello stato patrimoniale al 31 dicembre 1996. Per il nostro giudizio sullo stato patrimoniale al 31 dicembre 1996 si fa riferimento alla nostra relazione emessa in data 27 giugno 1997.
4. A nostro giudizio, il soprammenzionato bilancio, nel suo complesso, è stato redatto con chiarezza e rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria ed il risultato economico della CDC POINT S.p.A. al 31 dicembre 1997, in conformità alle norme che disciplinano il bilancio d'esercizio, richiamate nel secondo paragrafo.

Sede Legale: Via della Moscova 3 20121 Milano
Reg. Imp. 297992 R.E.A. 960046
Cod. Fisc. 02466670581 Part. Iva 09869140153
Capitale Sociale Lire 3.000.000.000 int. versato

Milano Roma Torino Treviso Genova Bologna
Napoli Verona Firenze Brescia Padova Bari

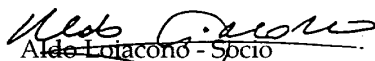
ARTHUR
ANDERSEN

Pagina 2

5. Per una migliore comprensione del bilancio d'esercizio, si richiama l'attenzione sulle seguenti informazioni, più ampiamente commentate nella nota integrativa:
- a. Nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 1997 ed in esercizi precedenti, la Società ha effettuato, esclusivamente in applicazione delle norme tributarie, rettifiche di valore per ammortamenti anticipati.
 - b. Nell'esercizio ed in esercizi precedenti la Società ha stipulato contratti di leasing finanziario relativi ad immobilizzazioni materiali che, seguendo la prassi consolidata vigente in Italia, sono stati contabilizzati in conformità alla legislazione fiscale vigente.

L'applicazione di tali impostazioni contabili, peraltro consentite dalla normativa in materia di bilancio, ha prodotto complessivamente una sottovalutazione del patrimonio netto al 31 dicembre 1997 e dell'utile dell'esercizio chiuso a tale data rispettivamente di circa Lire 1.220 milioni e di circa Lire 464 milioni al netto dei relativi effetti fiscali. L'effetto fiscale è calcolato in base all'attuale incidenza del carico fiscale del 41,25%, senza far concorrere al risultato economico l'effetto positivo della riduzione dell'incidenza fiscale dal 53,2% al 41,25%, pari a Lire 98 milioni.

ARTHUR ANDERSEN S.p.A.


Aldo Lofacondo - Socio

Firenze, 27 giugno 1998



Arthur Andersen S.p.A.

Viale Matteotti 25
50121 Firenze

RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE

Al Consiglio di Amministrazione della
CDC POINT S.p.A.:

1. Abbiamo assoggettato a revisione contabile il bilancio d'esercizio della CDC POINT S.p.A. al 31 dicembre 1998.
2. Il nostro esame è stato svolto secondo gli statuiti principi di revisione e, in conformità a tali principi, abbiamo fatto riferimento alle norme di legge che disciplinano il bilancio d'esercizio, interpretate ed integrate dai corretti principi contabili enunciati dai Consigli Nazionali dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri.
3. Lo stato patrimoniale ed il conto economico presentano a fini comparativi i valori dell'esercizio precedente. Per il nostro giudizio sul bilancio al 31 dicembre 1997 si fa riferimento alla nostra relazione emessa in data 27 giugno 1998.
4. A nostro giudizio, il soprammenzionato bilancio, nel suo complesso, è stato redatto con chiarezza e rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria ed il risultato economico della CDC POINT S.p.A. al 31 dicembre 1998, in conformità alle norme che disciplinano il bilancio d'esercizio, richiamate nel secondo paragrafo.

Sede Legale: Via della Moscova 3 20121 Milano
Reg Imp 297992 R.E.A. 960046
Cod Fisc 02466670581 Part Iva 09869140153
Capitale Sociale Lire 3.000.000.000 int. versato

Milano Roma Torino Treviso Genova Bologna
Napoli Verona Firenze Brescia Padova Bari

ARTHUR
ANDERSEN

Pagina 2

5. Per una migliore comprensione del bilancio d'esercizio, si richiama l'attenzione sulle seguenti informazioni il cui effetto sul patrimonio netto e sul risultato della Società è più ampiamente commentato nella nota integrativa:

Nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 1998 ed in esercizi precedenti, la Società ha effettuato, esclusivamente in applicazione di norme tributarie, rettifiche di valore per ammortamenti anticipati; inoltre la Società ha stipulato contratti di leasing finanziario relativi ad immobilizzazioni materiali che, seguendo la prassi consolidata vigente in Italia, sono stati contabilizzati in conformità alla legislazione fiscale vigente.

ARTHUR ANDERSEN S.p.A.



Fabrizio Fagnola - Socio

Firenze, 28 aprile 1999



Relazione della società di revisione

Al Consiglio di Amministrazione di
CDC POINT S.p.A.:

Arthur Andersen SpA

Viale Matteotti 25
50121 Firenze

1. Abbiamo svolto la revisione contabile del bilancio d'esercizio di CDC POINT S.p.A. chiuso al 31 dicembre 1999. La responsabilità della redazione del bilancio compete agli amministratori di CDC POINT S.p.A. E' nostra la responsabilità del giudizio professionale espresso sul bilancio e basato sulla revisione contabile.
2. Il nostro esame è stato condotto secondo i principi e i criteri per la revisione contabile raccomandati dalla CONSOB. In conformità ai predetti principi e criteri, la revisione è stata pianificata e svolta al fine di acquisire ogni elemento necessario per accertare se il bilancio d'esercizio sia viziato da errori significativi e se risulti, nel suo complesso, attendibile. Il procedimento di revisione comprende l'esame, sulla base di verifiche a campione, degli elementi probativi a supporto dei saldi e delle informazioni contenuti nel bilancio, nonché la valutazione dell'adeguatezza e della correttezza dei criteri contabili utilizzati e della ragionevolezza delle stime effettuate dagli amministratori. Riteniamo che il lavoro svolto fornisca una ragionevole base per l'espressione del nostro giudizio professionale.

Per il giudizio relativo al bilancio dell'esercizio precedente, i cui dati sono presentati ai fini comparativi secondo quanto richiesto dalla legge, si fa riferimento alla relazione da noi emessa in data 28 aprile 1999.
3. A nostro giudizio, il bilancio d'esercizio di CDC POINT S.p.A. al 31 dicembre 1999 è conforme alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione; esso pertanto è redatto con chiarezza e rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria e il risultato economico della società.
4. Per una migliore comprensione del bilancio d'esercizio si richiama l'attenzione sulle seguenti informazioni più ampiamente descritte in nota integrativa:
 - In conformità a quanto disposto dal nuovo principio contabile sulle imposte sul reddito, la Società ha modificato il criterio contabile di rilevazione delle imposte sul reddito ed ha, conseguentemente, iscritto in bilancio gli effetti della fiscalità differita relativi alle differenze temporali fra i valori contabili di attività e passività ed i corrispondenti valori fiscali. In particolare l'adozione di tale criterio a partire dall'esercizio 1999 ha comportato l'iscrizione di imposte differite attive contabilizzate tra i proventi straordinari per Lire 638 milioni relativi ad esercizi precedenti e a diminuzione delle imposte sul reddito per Lire 306 milioni di competenza dell'esercizio 1999.

Sede Legale
Via della Moscova 3 20121 Milano

Reg. Imp. 297992 Tribunale di Milano
R.E.A. 960046
Cod. Fisc. 02466670581
Partita IVA 09869140153
Capitale Sociale Lire 3.000.000.000 i.v.

Bari Bologna Brescia Firenze
Genova Milano Napoli Padova
Roma Torino Treviso Verona

Pagina 2

- Nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 1999 ed in esercizi precedenti la Società ha effettuato, esclusivamente in applicazione di norme tributarie, rettifiche di valore per ammortamenti anticipati; inoltre la Società ha stipulato contratti di leasing finanziario relativi ad immobilizzazioni materiali che, seguendo la prassi consolidata vigente in Italia, sono stati contabilizzati in conformità alla legislazione fiscale vigente. Gli effetti derivanti dalla iscrizione di ammortamenti anticipati e dalla contabilizzazione dei contratti di leasing secondo la metodologia finanziaria sono indicati in nota integrativa.

Firenze, 28 febbraio 2000

Arthur Andersen SpA


Fabrizio Fagnola - Socio

13.1.3 Relazioni del Collegio Sindacale ai bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999.

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

CDC POINT S.p.A.

SEDE LEGALE IN CALCINAIA

Frazione Fornacette Via Tosco Romagnola 61

Capitale Sociale lire 3.000.000.000= int. Versato

Iscritta al Registro delle Imprese di Pisa al n. 16554

Iscritta al R.E.A. di Pisa al n. 0110443

Relazione del Collegio dei sindaci sul bilancio chiuso al 31/12/1997 ai sensi dell'art. 2429 del Codice Civile

Gli importi presenti sono espressi in Lire.

All'Assemblea dei soci della società.

Signori Soci,

il bilancio al 31 Dicembre 1997 che viene sottoposto alla Vostra approvazione redatto ai sensi del Codice Civile così modificato dal decreto legislativo n. 127 del 9 Aprile 1991, è stato oggetto di esame da parte nostra. Possiamo confermarvi che le singole voci dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico, nonché le dettagliate informazioni esposte nella Nota Integrativa, concordano con le risultanze della contabilità, la cui regolare tenuta ai sensi di Legge è stata da noi riscontrata nel corso dell'esercizio e alla fine di esso.

Attività	127.431.307.568
Passività	127.431.307.568
-Patrimonio netto	12.851.224.949
-Utile dell'esercizio	3.844.562.688
Conti impegni, rischi e altri conti d'ordine	25.673.139.250

L'utile di esercizio al netto delle imposte presunte che lo gravano, trova riscontro nei seguenti dati riassuntivi del conto economico:

Valore della produzione (ricavi non finanziari)	583.874.858.638
Costi della produzione (ricavi non finanziari)	572.628.389.454
Differenza	11.246.469.184
Proventi e oneri finanziari	2.087.914.558
Proventi e oneri straordinari	110.677.938
Risultato prima delle imposte	9.047.876.688
Imposte sul reddito	5.203.314.000
Utile netto dell'esercizio	3.844.562.688

Le singole voci dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico, l'andamento della gestione e le sue caratteristiche peculiari, i criteri seguiti nella valutazione dei vari cespiti patrimoniali, Vi sono state illustrate ampiamente nella Nota Integrativa.

Il Collegio ritiene doveroso informarVi che gli ammortamenti dei beni ammortizzabili sono stati calcolati in base al loro effettivo utilizzo e che si è provveduto a fare un accantonamento per la svalutazione del magazzino oltre a un fondo rischi per spese future.

Durante il corso dell'esercizio abbiamo effettuato le prescritte verifiche periodiche di controllo presso la sede ed abbiamo provveduto ad effettuare accertamenti e riscontri sulla regolare tenuta dei libri e delle scritture contabili.

In conseguenza di quanto precede, il Collegio Sindacale Vi invita ad approvare il Bilancio con i relativi allegati e la destinazione dell'utile netto di esercizio in conformità alle proposte formulate dal Consiglio di Amministrazione.

Esprimiamo il ns. apprezzamento per l'opera svolta dal Consiglio di Amministrazione e lo ringraziamo per la fattiva collaborazione prestata.

IL COLLEGIO SINDACALE:

Micheletti Dr. Per Luigi

Fabbri Avv. Enrico

Carli Rag. Daniela

CDC POINT S.p.A.
SEDE LEGALE IN CALCINAIA
Frazione Fornacette Via Tosco Romagnola 61
Capitale Sociale lire 3.000.000.000= int. Versato
Iscritta al Registro delle Imprese di Pisa al n. 16554
Iscritta al R.E.A. di Pisa al n. 0110443

RELAZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE

Signori Soci,

il bilancio al 31 Dicembre 1998 che viene sottoposto alla Vostra approvazione redatto ai sensi del Codice Civile così modificato dal decreto legislativo n. 127 del 9 Aprile 1991, è stato oggetto di esame da parte nostra. Possiamo confermarvi che le singole voci dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico, nonché le dettagliate informazioni esposte nella Nota Integrativa, concordano con le risultanze della contabilità, la cui regolare tenuta ai sensi di Legge è stata da noi riscontrata nel corso dell'esercizio e alla fine di esso.

Lo Stato Patrimoniale risulta in sintesi dalla seguente esposizione:

Attivo	177.117.967.559
Passivo	177.117.967.559
Utile dell'esercizio	4.301.114.253

L'utile di esercizio al netto delle imposte presunte che lo gravano, trova riscontro nei seguenti dati riassuntivi del conto economico:

Valore della produzione	623.985.754.961
Costi della produzione	611.433.462.696
Differenza	12.552.292.265
Proventi e oneri finanziari	(3.545.592.425)
Proventi e oneri straordinari	11.086.992
Risultato prima delle imposte	9.017.786.832
Imposte sul reddito	4.716.672.579
Utile netto dell'esercizio	4.301.114.253

Le singole voci dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico, l'andamento della gestione e le sue caratteristiche peculiari, i criteri seguiti nella valutazione dei vari cespiti patrimoniali, Vi sono state illustrate ampiamente nella Nota Integrativa.

Il Collegio ritiene doveroso informarVi che gli ammortamenti dei beni ammortizzabili sono stati calcolati in base al loro effettivo utilizzo e che si è provveduto a fare un accantonamento per la svalutazione del magazzino oltre a un fondo rischi per spese future.

Durante il corso dell'esercizio abbiamo effettuato le prescritte verifiche periodiche di controllo presso la sede ed abbiamo provveduto ad effettuare accertamenti e riscontri sulla regolare tenuta dei libri e delle scritture contabili.

In conseguenza di quanto precede, il Collegio Sindacale Vi invita ad approvare il Bilancio con i relativi allegati e la destinazione dell'utile netto di esercizio in conformità alle proposte formulate del Consiglio di Amministrazione.

Esprimiamo il ns. apprezzamento per l'opera svolta dal Consiglio di Amministrazione e lo ringraziamo per la fattiva collaborazione prestata.

IL COLLEGIO SINDACALE:

Micheletti Dr. Pier Luigi

Fabbri Avv. Enrico

Carli Rag. Daniela

-CDC POINT S.p.A.

SEDE LEGALE IN CALCINAIA

Frazione Fornacette Via Tosco Romagnola 61

Capitale Sociale lire 10.000.000.000= int. versato

Iscritta al Registro delle Imprese di Pisa al n. 16554

Iscritta al R.E.A. di Pisa al n. 0110443

Relazione del Collegio dei sindaci sul bilancio al 31/12/1999 ai sensi dell'art. 2429 del Codice Civile

Gli importi presenti sono espressi in Lire.

All'Assemblea dei soci della società.

Signori Soci, abbiamo esaminato il progetto di bilancio d'esercizio della società al 31/12/1999 redatto dagli Amministratori ai sensi di legge e da questi regolarmente comunicato al Collegio sindacale unitamente ai prospetti ed agli allegati di dettaglio ed alla loro Relazione sulla gestione. Lo stato patrimoniale evidenzia un utile d'esercizio pari a Lire 6.566.329.876 e si riassume nei seguenti valori:

Attività	251.503.023.009
Passività	251.503.023.009
- Patrimonio netto	17.168.669.078
- Utile dell'esercizio	6.566.329.876
Conti impegni, rischi e altri conti d'ordine	3.623.848.404

Il conto economico presenta, in sintesi, i seguenti valori:

Valore della produzione (ricavi non finanziari)	786.343.280.699
Costi della produzione (ricavi non finanziari)	771.358.213.940
Differenza	14.985.066.759
Proventi e oneri finanziari	-3.108.420.036
Rettifiche di valore di attività finanziarie	0
Proventi e oneri straordinari	519.434.279
Risultato prima delle imposte	12.396.081.002
Imposte sul reddito	5.829.751.126
Utile netto dell'esercizio	6.566.329.876

Il nostro esame sul bilancio è stato svolto secondo i Principi di comportamento del Collegio sindacale raccomandati dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti, e in conformità a tali principi, abbiamo fatto riferimento alle norme di legge che disciplinano il bilancio d'esercizio interpretate e integrate dai corretti principi contabili enunciati dai Consigli Nazionali dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri e, ove necessario, ai principi contabili internazionali dell'Iasc – International Accounting Standards Committee.

Lo stato patrimoniale ed il conto economico presentano a fini comparativi i valori dell'esercizio precedente.

Gli amministratori, nella redazione del bilancio, non hanno derogato alle norme di legge ai sensi dell'art. 2423 del Codice Civile.

Ai sensi dell'art. 2426 del Codice civile, punto 5, il Collegio sindacale ha espresso il proprio consenso all'iscrizione nell'attivo dello stato patrimoniale di costi di impianto e di ampliamento per Lit. 70.000.000.

Nel corso dell'esercizio abbiamo proceduto al controllo sulla tenuta della contabilità, al controllo dell'amministrazione ed alla vigilanza sull'osservanza della legge e dell'atto costitutivo, partecipando alle riunioni dell'Assemblea e del Consiglio di Amministrazione, ed effettuando le verifiche ai sensi dell'art.2403 del Codice Civile.

Sulla base di tali controlli non abbiamo rilevato violazioni degli adempimenti, civilistici, fiscali, previdenziali o statutari.

Nella nota integrativa sono state fornite le informazioni richieste dall'art.105 del d.p.r. 917/1986 in merito alla classificazione fiscale del patrimonio netto.

Si attesta inoltre che la Relazione sulla gestione rispetta il contenuto obbligatorio ex art. 2428 del Codice Civile, corrispondendo con i dati e le risultanze del bilancio e fornendo un quadro completo e chiaro della situazione aziendale.

A nostro giudizio il sopramenzionato bilancio, corredato della Relazione sulla gestione, corrisponde alle risultanze dei libri e delle scritture contabili e la valutazione del patrimonio sociale è stata effettuata in conformità ai criteri dell'art.2426 del codice civile.

Esprimiamo pertanto parere favorevole alla sua approvazione, nonché alla proposta degli amministratori in merito alla destinazione dell'utile d'esercizio.

Fornacette, 21/02/2000

Il Presidente	- Rag. Enzo Polidori
Il Sindaco effettivo	- Rag. Daniela Carli
Il Sindaco effettivo	- Avv. Enrico Fabbri

13.2 Documentazione messa a disposizione del pubblico

La seguente documentazione è messa a disposizione del pubblico presso la sede di CDC, in Calcinaia (PI), frazione Fornacette, Via Tosco Romagnola, n. 61 e presso la Borsa Italiana, in Piazza Affari, n. 6, Milano.

13.2.1. Bilanci di esercizio di CDC S.p.A. chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 corredati della relazione degli amministratori sulla gestione e del verbale di approvazione dell'assemblea.

13.2.2 Statuto sociale di CDC S.p.A.

[QUESTA PAGINA È STATA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA]

Capitolo 14. Informazioni relative alla revisione dei conti

14.1 Società di Revisione

Arthur Andersen S.p.A. con sede legale in Milano, Via della Moscova, n. 3.

L'incarico di revisione del bilancio di CDC S.p.A. e del Gruppo CDC è stato conferito a Arthur Andersen S.p.A. per il triennio 2000 — 2002 dall'Assemblea del 8 marzo 2000. I bilanci civilistici relativi agli esercizi 1997, 1998, 1999 sono stati oggetto di revisione contabile dalla medesima società.

14.2 Organi esterni

Non vi è alcun organo esterno di verifica diverso dalla società di revisione.

14.3 Altre informazioni, incluse nel Prospetto, verificate dalla Società di Revisione

Non sono stati verificati da Arthur Andersen informazioni o dati diversi dai bilanci di CDC indicati nel precedente Paragrafo 14.1.

14.4 Eventuali rilievi della Società di Revisione

Per quanto attiene ai bilanci di esercizio di CDC per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999, non vi sono stati rilievi o rifiuti di attestazione da parte di Arthur Andersen S.p.A.. Le relazioni della Società di revisione includono dei richiami all'informativa fornita dagli amministratori in nota integrativa negli esercizi 1997, 1998 e 1999 relativamente a:

- contabilizzazione di ammortamenti anticipati;
- contabilizzazione delle operazioni di leasing finanziario secondo la prassi italiana.

Inoltre per l'esercizio 1999 è stato effettuato un richiamo di informativa in merito agli effetti derivanti dall'introduzione del nuovo principio contabile sulle imposte che ha comportato l'iscrizione di imposte differite attive nell'esercizio stesso.

Dichiarazione di responsabilità

Il presente Prospetto è conforme al modello depositato presso la Consob in data 23 giugno 2000 e contiene tutte le informazioni necessarie a valutare con fondatezza la situazione patrimoniale e finanziaria, i risultati e le prospettive dell'emittente, nonché i diritti connessi con le azioni ordinarie di CDC quotate presso il Nuovo Mercato con provvedimento della Borsa Italiana n. 1019 del 7 giugno 2000.

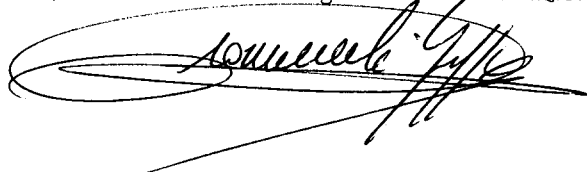
I redattori sono responsabili della completezza e veridicità dei dati e delle notizie contenuti nel Prospetto per le parti di rispettiva pertinenza. Ciascuno dei redattori del Prospetto si assume altresì la responsabilità in ordine ad ogni altro dato e notizia che fosse tenuto a conoscere e verificare.

CDC S.p.A.

(in qualità di società emittente e proponente)

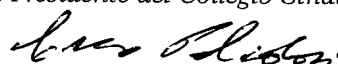
Giuseppe Diomelli

(Il Presidente del Consiglio di Amministrazione)



Enzo Polidori

(Il Presidente del Collegio Sindacale)

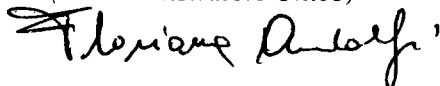


C.D.C. S.r.l.

(in qualità di azionista venditore e proponente)

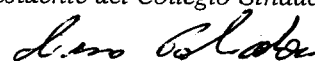
Floriana Andolfi

(L'Amministratore Unico)



Enzo Polidori

(Il Presidente del Collegio Sindacale)



Banca d'Intermediazione Mobiliare IMI S.p.A.

(in qualità di Responsabile del Collocamento, di Sponsor e di Specialista)



Carlo Corradini

(Consigliere Delegato Area Corporate Finance & Capital Markets)

Glossario

Application Service Provider (ASP)	Società che offre servizi applicativi alle aziende utenti tramite linea dedicata o Internet.
Accesso a banda larga	Trasmissione ad alta velocità (1.544 Mbps e oltre).
Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL)	Tecnologica di trasmissione digitale basata sull'utilizzo della linea telefonica in rame (doppino telefonico) che consente trasmissione dei dati in downstream sino a 6.2 Mbps e trasmissione in upstream sino a 640 Kbps.
Backbone	Dorsale primario di una rete di telecomunicazioni.
Back order	Tempo medio tra il ricevimento dell'ordine dalla rete e il completamento della produzione.
Brand	Marchio.
Browser	Software per l'esplorazione dal computer client della rete telematica mondiale (World Wide Web). Esso permette agli utenti di visualizzare i documenti scritti in linguaggio HTML.
Carrier	Operatore di telecomunicazioni che dispone di un'infrastruttura di rete (cavi).
Carrier selection	Codice di selezione del vettore attraverso il quale gli utenti possono selezionare un operatore diverso da Telecom Italia.
Chat	Sistema che consente agli utenti di chiacchierare reciprocamente digitando messaggi di testo che vengono presentati immediatamente.
Community	Sito internet dedicato all'aggregazione tra i visitatori.
Computer shop	Negozi dove si vendono computer e prodotti informatici.
Connettività	La connessione a sistemi di comunicazione come Internet.
Consumer	Utente che utilizza il personal computer per uso domestico.
Corner	Punto vendita di prodotti informatici situato all'interno di un negozio che vende altri prodotti (shop in shop).
Dominio o Domain Name	Indirizzo Internet identificato da un nome registrato presso le autorità nazionali e internazionali competenti per la registrazione. Nome accoppiato ad un nome di dominio di livello superiore come ".com", ".org" ".net" o ".it".
Dial up	Connessione a internet tramite la composizione del numero telefonico dell'Internet Service Provider e soggetta a tariffazione a tempo.
E-commerce	Letteralmente "Commercio elettronico". Utilizzo della rete internet come piattaforma per transazioni di beni e servizi
E-commerce B2B	Commercio elettronico svolta tra aziende.
E-commerce B2C	Commercio elettronico svolto tra azienda (venditore) e privato (acquirente).
E-mail	Sistema di posta elettronica che permette la spedizione tramite internet di messaggi di testo, con eventuali file allegati, a uno o più destinatari

E-payment	Strumenti di pagamento on-line.
Forecasting	Sistemi di previsione.
Free ISP	Acronimo di Free Internet Service Provider (fornitore di servizi Internet gratuiti). E' una società che fornisce gratuitamente l'accesso a Internet a singoli utenti o organizzazioni.
FTP	Acronimo di File Transfer Protocol.
Gateway	Letteralmente: "cancello" Dispositivo che consente a due reti, basate su diversi protocolli, di connettersi e scambiarsi il traffico.
Gbps	Acronimo di Gigabits per second. Unità di misura della velocità di trasmissione dei dati pari a 1 miliardo di bit al secondo.
HTML	Acronimo di Hyper Text Markup Language. E' il linguaggio usato per creare pagine Web che contengono link ad altri documenti, disegni, testi graficamente elaborati ed altri effetti multimediali. Il file sorgente di ciò che si vede effettivamente in una pagina Web è scritto in HTML.
Housing	Attività che consiste nell'ospitare il server del cliente presso il data center del provider.
Hosting	Attività che consiste nel ospitare sul proprio server il sito di un cliente.
ICT	Acronimo di Information and Communication Technology. Tecnologia dell'informazione e della comunicazione e cioè l'insieme di strutture, servizi e prodotti legati al mondo dell'informatica e delle comunicazioni.
Internet	La "rete delle reti globale".
Interconnessione	Collegamento tra reti di telecomunicazione diverse, per gestore o per tipologia, che consente agli utenti connessi di comunicare nonostante le differenze.
Interfree Access	Il software proprietario di CDC per la registrazione al Club Interfree e ai servizi gratuiti Internet.
IPOP	Integrated Point of Presence che permette di trattare il traffico di Internet analogamente a quello della telefonia convenzionale e di inviarlo attraverso reti progettate per gestire la comunicazione di dati e non vocali.
ISDN	Acronimo di Integrated Services Digital Network. Accesso digitale a commutazione a un loop locale eseguito a velocità relativamente alta (128 Kbps).
ISP	Acronimo di Internet Service Provider (fornitore di servizi Internet). E' una società che fornisce l'accesso a Internet a singoli utenti o organizzazioni.
IT	Acronimo di Information Technology.
Kbps	Acronimo di Kilobits per second. Unità di misura della velocità di trasmissione dei dati pari a 1.000 di bit al secondo.
Large-Medium Business	Industria, commercio e servizi con più di 100 dipendenti

Larghezza di banda	Spettro delle frequenze usate per comunicare dati (immagini, suoni, testi eccetera). Una bandwidth accresciuta (o un “canale” più grande) permette ad un maggior numero di dati di passare attraverso un cavo o un canale in un determinato momento.
Local loop	Linea telefonica che collega la centrale della compagnia telefonica e l’abitazione dell’utente (ultimo miglio)
Local loop unbundling	Deregolamentazione del local loop
Mailing list	Lista di persone destinatarie di messaggi e-mail
Mbps	Acronimo di Megabits per second. Unità di misura della velocità di trasmissione dei dati pari a 1 milione di bit al secondo.
Microinformatica	Prodotti informatici destinati generalmente alla utenza domestica o professionale di medie dimensioni, quali, ad esempio, PC desktop, computer portatili, small server, ecc.
New economy	Nuova economia. Economia legata allo sviluppo delle nuove tecnologie e di servizi nel settore dell’informatica e delle comunicazioni.
Newsgroup	Gruppo di visitatori che si confrontano on-line su un tema
Number portability	Possibilità di cambiare operatore telefonico senza modificare il numero telefonico.
On line	Connesso a internet.
Out sourcing	Affidamento a terzi di servizi o fasi operative.
PC desktop	Si intende il corpo del personal computer, composto dall’involucro esterno con i componenti interni, la tastiera e i cavi di connessione. E’ escluso il monitor.
Personal computer	Si intende il corpo del personal computer, composto dall’involucro esterno con i componenti interni, la tastiera e i cavi di connessione. E’ escluso il monitor.
POP	Acronimo di Point of Presence, punto di presenza in una rete di telecomunicazioni.
Price protection	Meccanismi di protezione del prezzo del prodotto.
Protocol	Protocollo: una descrizione formale dei formati dei messaggi e delle regole che due o più macchine devono seguire per potersi scambiare detti messaggi.
Provider	Fornitore di soluzioni complesse connesse all’accesso di rete e di servizi ad elevato valore aggiunto relative alla connettività e al commercio elettronico.
Portale	Servizio di organizzazione di contenuti e di facilitazione di accesso alle risorse informative e di servizi presenti sulla rete Internet.
POS	Acronimo di Point of Sale.
Reverse charge	Corrispettivo corrisposto dai proprietari delle reti nazionali agli ISP calcolato in base ai minuti di traffico generato.

Rete intelligente	E' una rete che integra i sistemi trasmissivi con servizi avanzati e funzioni di diagnostica, di gestione, di tolleranza d'errore ed altre ancora, permettendo l'erogazione di servizi come le schede telefoniche prepagate, numeri verdi, reti private virtuali.
RIO	Offerta di interconnessione di riferimento che gli operatori proprietari della rete devono proporre agli altri operatori di telecomunicazioni.
SOHO	Acronimo per Small Office Home Office: industria, commercio e servizi con 1 –10 dipendenti e il mercato dei liberi professionisti
Shop in shop	Punto vendita di prodotti informatici situato all'interno di un negozio che vende altri prodotti corner.
Start up	Fase di avvio delle attività.
Stock protection	Meccanismi di protezione del prezzo del magazzino.
Teleselling	Vendita di prodotti informatici via fax e telefono.
Utenti registrati	Utenti che forniscono informazioni personali alle società (profili individuali) in cambio di servizi a valore aggiunto come un portale personalizzato, posta elettronica che utilizza Internet e sistemi di messaggia.
UNIX	Sistema operativo utilizzato normalmente sui server per la rete internet.
URL	Indirizzo di un file (risorsa) accessibile su internet.
Virtual Shop	Negoziato virtuale. Spazio commerciale su Internet.
Ricavi "sell in"	Ricavi diretti di CDC, IVA esclusa.
Ricavi "sell out"	Ricavi della rete di distribuzione di CDC, IVA inclusa.
Router	Un sistema responsabile dell'instradamento del traffico Internet ovvero delle decisioni su quali percorsi dovranno essere seguiti dal traffico in rete.
Scalabilità	Modello di business replicabile su scala via via crescente senza incorrere in alti costi aggiuntivi.
Server	Un computer che gestisce ed invia le informazioni a un numero di altri sistemi di computers (terminali o clienti).
Server farm	Centro di calcolo appositamente strutturato per ospitare numerosi server Internet, collegato con elevata capacità trasmissiva.
Small business	Si intende il mercato rivolto all'industria, il commercio e i servizi con 10 — 100 dipendenti.
Small server	Un computer in grado di gestire ed inviare le informazioni a un numero di altri sistemi di computers (terminali o clienti).
Super store	Grande magazzino o grande superficie commerciale.
Switch	Componente di snodo del traffico nelle reti (tipicamente utilizzato per collegare vari server tra di loro). Nella telefonia tradizionale è un dispositivo utilizzato per l'interconnessione con altri operatori di telefonia (centrale di commutazione).
TCP/IP	Acronimo di Transmission Control Protocol/ Internet Protocol. Lo standard per la trasmissione dei dati usato in Internet.

UMTS	Acronimo di Universal Mobile Telecommunications System (Sistema di telecomunicazioni mobili universali): sistema di comunicazione wireless a larga banda.
Vendor	Fornitori nazionali ed internazionali di prodotti informatici.
Vortal	Portale verticale. Si tratta di un portale specializzato in un determinato settore.
Multicanalità	Tecnica di vendita attraverso diversi canali di vendita rivolti a diversi utenti.
Pagina Web	Un documento in linguaggio HTML (nella rete telematica mondiale World Wide Web) visualizzabile con un apposito browser.
Web design	Progettazione e realizzazione del sito web.
Web mail	Servizio di posta elettronica utilizzabile direttamente dalla pagine Web.
Work station	Sistema di elaborazione molto potente che comprende un personal computer con una grafica eccellente e un processore abbastanza veloce da eseguire elaborazioni complesse.
World Wide Web (www)	E' la rete telematica mondiale, più spesso chiamata la Rete (Web). E' un sistema di informazioni globale, basato sulla combinazione di ricerca e recupero delle informazioni e tecniche ipertestuali.

