

TRIGANO

2005

Relazione annuale



TRIGANO ha basato il proprio sviluppo sull'equilibrio tra crescita organica, legata al dinamismo dei principali mercati in cui opera, e crescita per linee esterne. Il successo della società è dovuto alla capacità di gestire un'organizzazione ampiamente decentrata, composta da team multiculturali, e alle sinergie tra le varie business units.

Indice

Profilo	1
Conversazione con il Presidente	4
Grande esperienza di sviluppo per linee esterne	6
Un'acquisizione importante	7
Attivi nel tempo libero	8
Polo veicoli per il tempo libero	10
Polo attrezzature per il tempo libero	13
Corporate Governance	14
Punti di forza e prospettive	15
Taccuino dell'azionista	16



Profilo

Fatturato: 785,7 milioni di €
+ 12%

Incremento medio annuo
superiore al **15%** nell'ultimo
decennio

Risultato operativo:
78,0 milioni di €
+ 4,8%

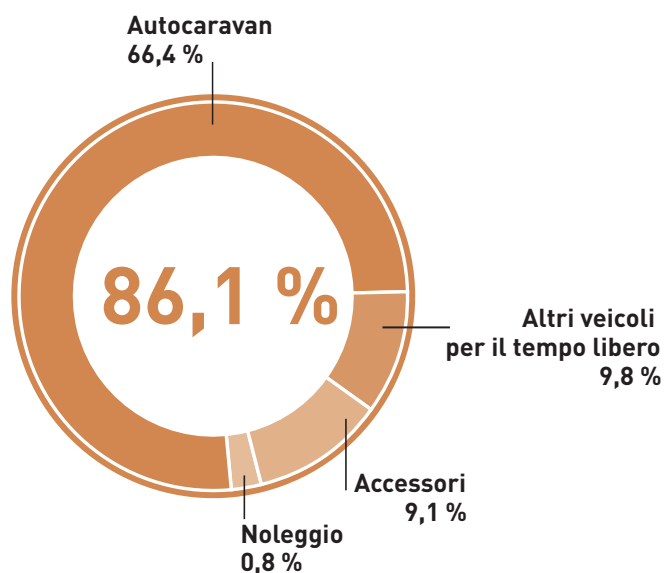
Leader nei mercati europei dei
veicoli per il tempo libero e dei
carrelli

3.897 dipendenti

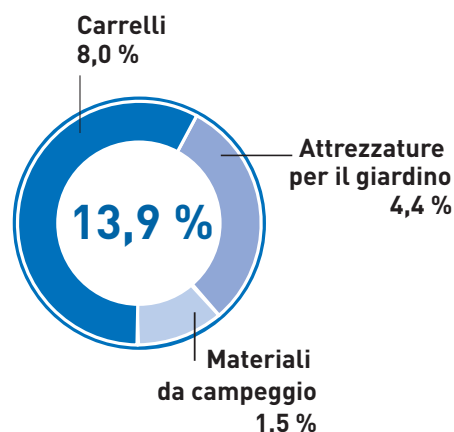
La società **TRIGANO** è specializzata nella progettazione, produzione e commercializzazione di veicoli per il tempo libero. Leader europeo nel settore dell'autocaravan grazie ad una rete di concessionari con i quali si è stabilito un rapporto di fiducia reciproca, che costituiscono un'organizzazione capillare presente nei principali mercati, e assicurano anche la distribuzione di prodotti e servizi complementari a elevato valore aggiunto (accessori, noleggio, finanziamenti).

TRIGANO ha sviluppato un proprio know-how specifico nella fabbricazione di carrelli diventando uno dei due principali produttori in Europa, nonché di attrezzature per il giardino e materiali da campeggio (sua attività tradizionale).

Ripartizione del fatturato per settori



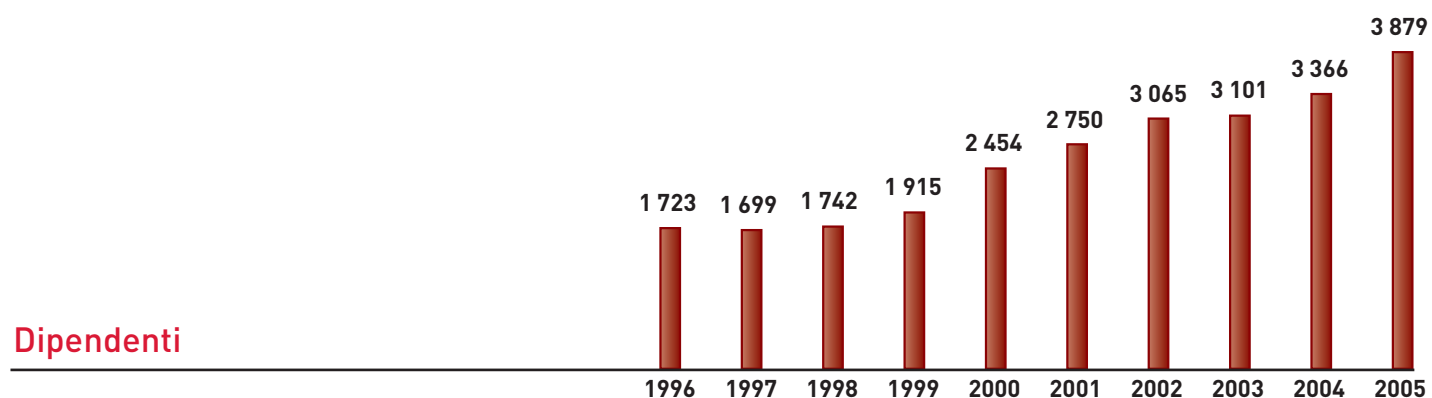
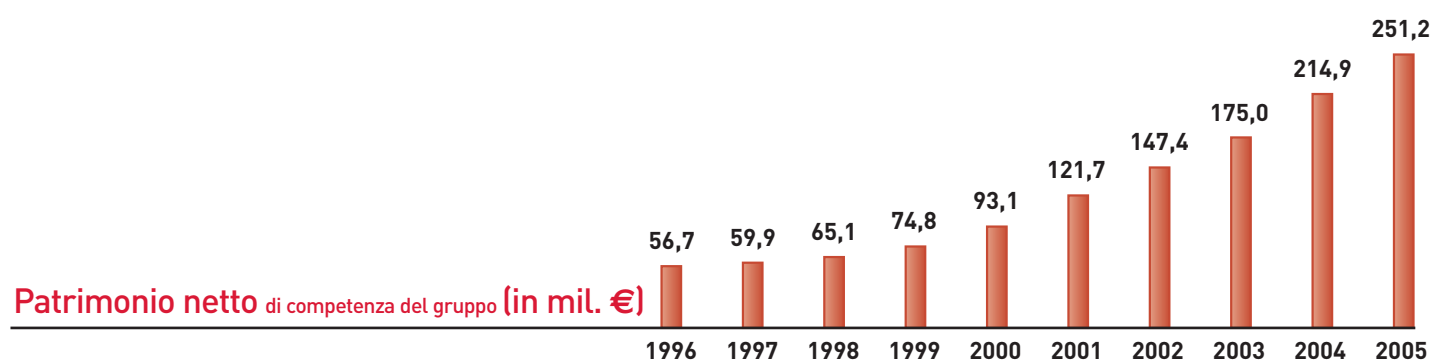
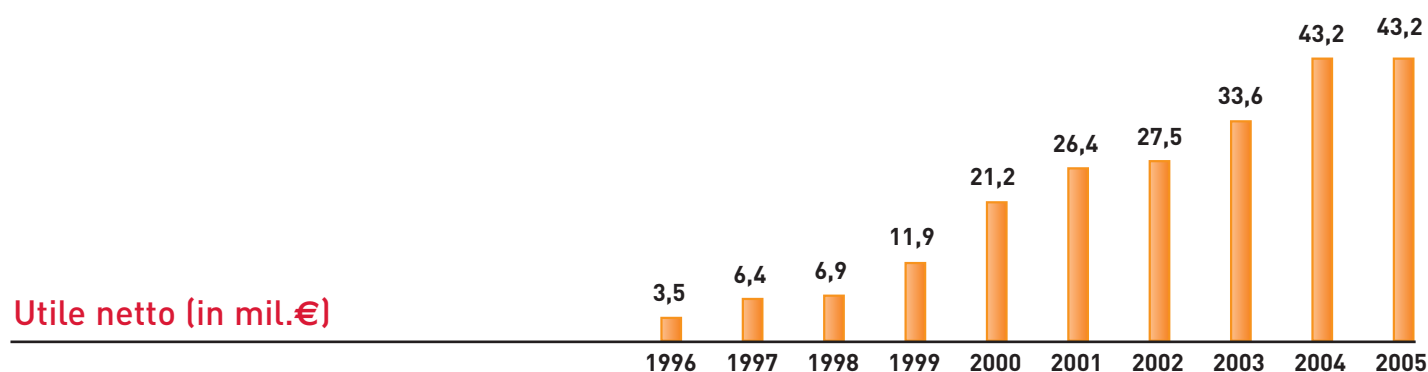
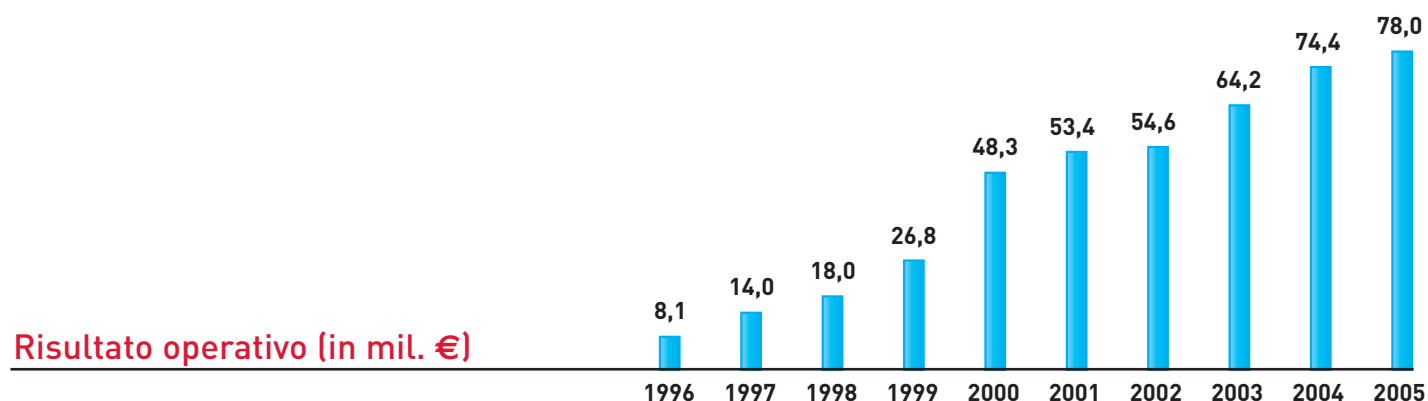
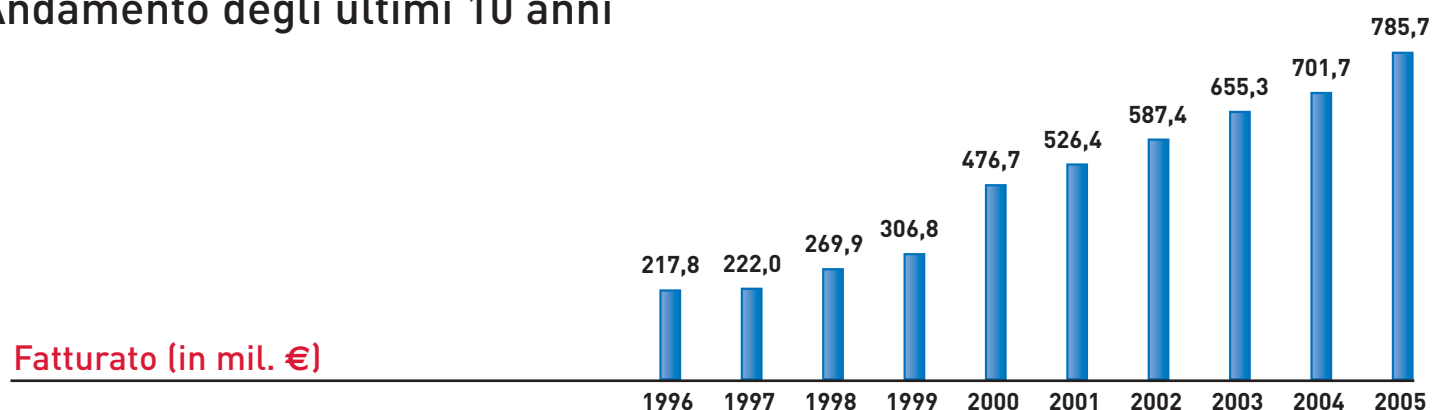
Veicoli per il tempo libero: 676,1 milioni di €



Attrezzature per il tempo libero: 109,6 milioni di €

TRIGANO in cifre

Andamento degli ultimi 10 anni





Principali dati dello Stato Patrimoniale al 31 agosto (in milioni di €)

	2005	2004	2003	2002	2001
Differenze da consolidamento	32,5	32,6	32,1	32,2	28,8
Immobilizzazioni	98,9	64,8	63,5	64,9	58,8
Giacenze	199,7	146,9	135,2	137,9	110,1
Crediti operativi	163,2	158,2	147,4	139,7	113,9
Liquidità	53,7	44,5	37,9	33,0	20,5
TOTALE ATTIVO	548,0	447,0	416,1	407,7	331,5
Patrimonio netto quota del gruppo	251,2	214,9	175,0	147,4	121,7
Quota di terzi	1,7	1,7	2,3	2,3	1,5
Accantonamenti al fondo per rischi e oneri	15,2	11,5	10,8	10,1	8,3
Debiti finanziari	105,6	64,8	87,1	95,5	80,4
Debiti operativi	174,3	154,1	140,9	152,4	119,6
TOTALE PASSIVO	548,0	447,0	416,1	407,7	331,5

Conto Economico al 31 agosto (in milioni di €)

	2005	2004	2003	2002	2001
Fatturato	785,7	701,7	655,3	587,4	526,4
Variazione delle giacenze	11,6	7,3	-10,5	5,8	6,8
Costi di produzione	-597,4	-521,1	-480,3	-443,0	-403,5
Oneri per il personale	-116,1	-98,9	-93,1	-85,5	-77,5
Altri oneri o proventi	-5,8	-14,6	-7,2	-10,1	1,2
Risultato operativo	78,0	74,4	64,2	54,6	53,4
Risultato finanziario	-4,0	-3,9	-5,1	-6,0	-6,5
Risultato delle partite straordinarie	0,4	-0,3	0,3	0,3	0,7
Imposte	-27,0	-23,0	-22,0	-18,3	-17,9
Risultato consolidato con il metodo del patrimonio netto	1,1	0,9	0,8	0,9	0,2
Ammortamento differenze da consolidamento	-5,3	-4,9	-4,6	-4,0	-3,5
Utile netto	43,2	43,2	33,6	27,5	26,4
Quota di competenza di terzi	-0,5	-0,5	-0,9	-1,6	-1,7
Quota di competenza del Gruppo	42,7	42,7	32,7	25,9	24,7

Conversazione con il Presidente



François Feuillet
Amministratore delegato

*Disponiamo ancora di
margini di crescita consistenti
in numerosi paesi e segmenti
di mercato*

Una crescita del 12% nel 2005, sembra quasi normale per Trigano!

Un tasso di crescita a due cifre, ottenuto grazie ad un'acquisizione effettuata in Germania. La crescita organica del fatturato è risultata inferiore all'obiettivo che ci eravamo prefissati, anche se quest'anno la domanda europea di veicoli per il tempo libero è ancora notevolmente aumentata, in particolare nel segmento autocaravan. Le ottime performance registrate in questo settore e in quello dei carrelli non hanno interamente compensato la contrazione delle vendite di attrezzature per il giardino, penalizzata dalla concorrenza dei prodotti provenienti dal sud est asiatico. Anche le vendite di autocaravan di fascia alta e di accessori dei veicoli per il tempo libero sono risultate inferiori al previsto.

Quale contributo ha dato l'acquisizione in Germania?

Gli aspetti positivi di questa acquisizione sono numerosi e rilevanti. Innanzitutto Trigano ha aumentato la propria presenza sul principale mercato europeo di autocaravan e potrà vendere tutti i tipi di veicoli per il tempo libero della sua gamma avvalendosi delle reti commerciali di concessionari di maggiori dimensioni.

Inoltre le nostre capacità produttive di autocaravan di fascia alta sono molto aumentate. Eura-Mobil, grazie al proprio know-how di fabbricazione dei veicoli integrali, ci permette di arricchire il nostro portafoglio di marche generaliste. Conseguentemente, tutto il nostro polo autocaravan beneficerà di rilevanti sinergie.

Che impatto avrà questa acquisizione sui conti del 2005?

Abbiamo investito circa 40 milioni di € per rilevare i titoli Eura-Mobil, le proprietà immobiliari della società e rimborsare i debiti finanziari. Tenendo conto della solidità della struttura finanziaria di Trigano, l'operazione non ha esercitato un'influenza rilevante sui conti del Gruppo. Alla fine dell'esercizio il cosiddetto gearing, ossia il rapporto d'indebitamento, è pari ad appena il 20%. A livello di conto economico, il maggior fatturato conseguito grazie a questa acquisizione (in sette mesi) è stato di 47 milioni di € e le sinergie ottenute, superiori alle nostre aspettative, hanno permesso di registrare un risultato netto lievemente positivo.

Quali sono gli obiettivi del 2006?

Abbiamo previsto un fatturato di 870 milioni di € per il prossimo esercizio, basandoci su una previsione di crescita organica delle vendite dei veicoli per il tempo libero pari al 6% circa. Tenendo conto del nostro portafoglio ordini e della ripresa delle vendite di accessori, penso che potremo andare oltre questo obiettivo.

Anche la redditività dovrebbe aumentare, attestandosi al 10,2% del fatturato, grazie in particolare all'intensificarsi del nostro impegno per ridurre i costi delle forniture.

Come immagina lo sviluppo futuro del Gruppo

Trigano non si limiterà ad assecondare la crescita spontanea del mercato europeo dei veicoli per il tempo libero, perché disponiamo ancora di margini di crescita consistenti in numerosi paesi e segmenti di mercato.

Continueremo a privilegiare una strategia di lungo termine basata al tempo stesso sullo sviluppo di relazioni durevoli con la rete dei distributori, che rafforzeremo paese per paese, e sull'ottimizzazione del rapporto prezzo/dotazioni dei nostri prodotti attraverso costanti progressi in termini di produttività e la riduzione dei costi delle forniture.

Oltre a ciò continueremo ad applicare un'attiva strategia di espansione per linee esterne nel settore dei veicoli per il tempo libero, degli accessori e dei carrelli. Tale strategia ha dato fino ad oggi i frutti sperati, considerando che il 45% del fatturato del Gruppo Trigano proviene dalle società rilevate nell'ultimo decennio.

Tappe di costituzione di un Gruppo leader in Europa

Veicoli per il tempo libero:

1998: Autostar (F)

1999: Caravans International (I, oggi Trigano SpA) con Auto-Trail (UK)

2001: La Mancelle (F)
Arts et Bois (F)
Arca (I)

2002: Benimar (S)

2004: Périgord VDL (F)

2005: Eura-Mobil (G)
Karmann-Mobil (G)
DRM (G)

Accessori veicoli per il tempo libero

1999: Clairval (F)

2000: HTD (F)

2002: CMC Distribution (F)
ET Riddiough (UK)

2005: Camping-Profi (G)

Carrelli

1997: Maître Equipement (F)
ECIM (F)

2004: Mecanorem (F)

Grande esperienza di sviluppo per linee esterne

Trigano adotta da vari anni un'attiva strategia di crescita per linee esterne rilevando società selezionate, che operano nei settori dei veicoli per il tempo libero e dei carrelli. La posizione di leader acquisita in Europa è il risultato di tale strategia: **oltre il 45% del fatturato 2005 è stato realizzato tramite aziende rilevate nel corso degli ultimi dieci anni.**

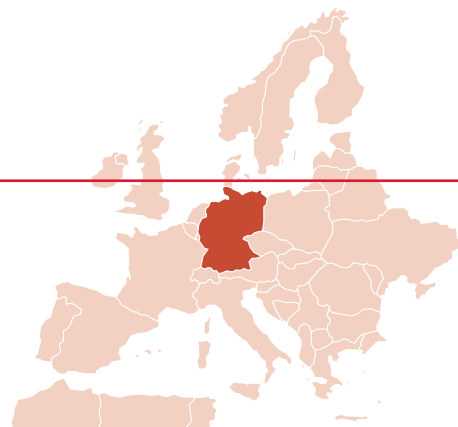
Basandosi sull'osservazione regolare e continua dell'attività delle aziende che potrebbero essere acquisite, Trigano ha stabilito regole precise per l'integrazione delle nuove unità rilevate:

- la società acquisita deve operare nei settori dei veicoli per il tempo libero e dei carrelli e deve essere nota a Trigano da diversi anni;
- il management deve essere in grado di dirigere l'azienda anche in caso di abbandono da parte del precedente proprietario;
- le possibili sinergie commerciali, industriali o di approvvigionamento con le altre business units di Trigano devono essere chiaramente individuate per poter compiere una precisa valutazione;
- il prezzo deve essere ragionevole, in modo da consentire un rapido ammortamento dell'investimento.

L'organizzazione decentralizzata di Trigano permette alle aziende che entrano a far parte del Gruppo di conservare la propria identità pur usufruendo dell'esperienza comune delle altre affiliate, in particolare grazie alle organizzazioni trasversali del Gruppo (costituzione di comitati interaziendali per le attività Veicoli per il Tempo libero e Carrelli).



Un'acquisizione importante



Il 1° febbraio 2005 Trigano ha rilevato interamente le società Eura-Mobil, Karmann-Mobil, Camping-Profil e DRM, unitamente alle relative proprietà immobiliari.

Quest'acquisizione ha permesso a Trigano di rafforzarsi in tre settori di attività:



EURA MOBIL

AUTOCARAVAN

- Stabilimento di 40.000 m² su un'area di 137.000 m² a Sprendlingen, nei pressi di Francoforte
- Due marchi: EURA-MOBIL e KARMANN-MOBIL
- 1.750 autocaravan venduti nel 2004
- Fatturato 2004: 70 milioni di €
- 330 dipendenti

NOLEGGIO DI AUTOCARAVAN

- 4 sedi di proprietà, a cui si aggiungono alcuni punti vendita in franchising
- Marchio DRM
- N° 1 in Germania
- Fatturato 2004: 4 milioni di €
- 15 dipendenti

ACCESSORI

- Stabilimento di 2.700 m² su un'area di 10.000 m² a Berggau, nei pressi di Norimberga
- Marchio CAMPING-PROFI
- N° 3 in Germania
- Fatturato 2004: 10 milioni di €
- 27 dipendenti

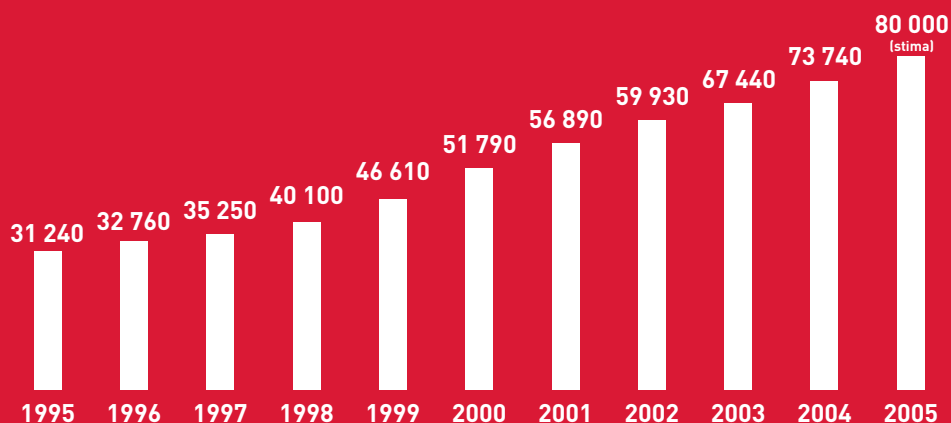
Queste società conferiscono a TRIGANO un know-how qualificato nel campo della realizzazione di autocaravan di fascia alta, nuovi impianti produttivi e la disponibilità di nuove reti di distribuzione in Germania, senza dimenticare il maggior potere contrattuale nelle relazioni con i fornitori di componenti e accessori.



Attivi nel tempo libero

Immatricolazioni di autocaravan in Europa

Aumento medio annuo del 9,9% tra il 1995 e il 2005



Le attività per il tempo libero

Un mercato in continuo sviluppo

Grazie a mutamenti sociologici ed economici di natura strutturale, il mercato dei prodotti e delle attrezzature per il tempo libero, in particolare i veicoli, da una decina d'anni registra in Europa uno sviluppo sostenuto e continuo.

Trigano, lo specialista "numero uno" europeo dell'autocaravan, beneficia di questa dinamica e prevede il mantenimento dell'attuale tasso di crescita anche nei prossimi anni.

Una clientela con redditi e propensione al consumo elevati

La "middle-age", target principale dell'azienda, è costituita da una clientela di età compresa tra 55 e 65 anni. Il numero della persone appartenenti a quella classe di età crescerà costantemente fino al 2015 nella maggior parte dei paesi europei.

Inoltre le persone che ne fanno parte dispongono di un reddito spesso superiore a quello delle persone più giovani e godono di ottima salute.

Si tratta di consumatori informati, con elevata propensione al consumo e il desiderio di usufruire pienamente delle risorse di cui dispongono.

Una minoranza dinamica

Accanto agli adepti del turismo tradizionale (viaggi organizzati, affitto di case o alloggi, hotel) esiste una minoranza, piuttosto non conformista, che preferisce la libertà di movimento e parte spesso fuori stagione alla scoperta della natura o di destinazioni turistiche culturali e gastronomiche.

L'autocaravan, strumento di mobilità per eccellenza, risponde perfettamente a queste esigenze consentendo di viaggiare sovente ed in piena libertà.

Una risposta diversificata

In funzione delle esigenze e della propria personalità, la middle-age può scegliere la libertà e la mobilità con l'autocaravan, o il turismo stanziale a contatto della natura con caravan o case mobili negli appositi spazi delle strutture turistiche d'accoglienza. I prodotti per questi tipi di turismo si evolvono continuamente per rispondere alle crescenti esigenze di comfort, offrendo sempre nuove funzionalità. Al tempo stesso i produttori da vari anni riducono regolarmente i prezzi di listino per permettere l'apertura di questo mercato ad un numero sempre maggiore di consumatori. Questa politica commerciale e l'andamento demografico assicureranno, nei prossimi anni, un'espansione continua ed elevata del mercato dei veicoli per il tempo libero.



La salute, la forma fisica e il reddito della middle-class sono i fattori di sviluppo del mercato dei veicoli per il tempo libero.

Il polo veicoli per il tempo libero

86,1 % del fatturato consolidato

La forza di Trigano risiede nella qualità della rete commerciale, con la quale negli anni si è creato un rapporto di fiducia reciproca che ne ha favorito l'estensione. Clienti, concessionari e costruttori beneficiano della partnership con la società, beneficiando di mutui vantaggi e di stabilità.

L'integrazione di Eura-Mobil permetterà di consolidare ulteriormente la rete commerciale, in particolare nel mercato tedesco.

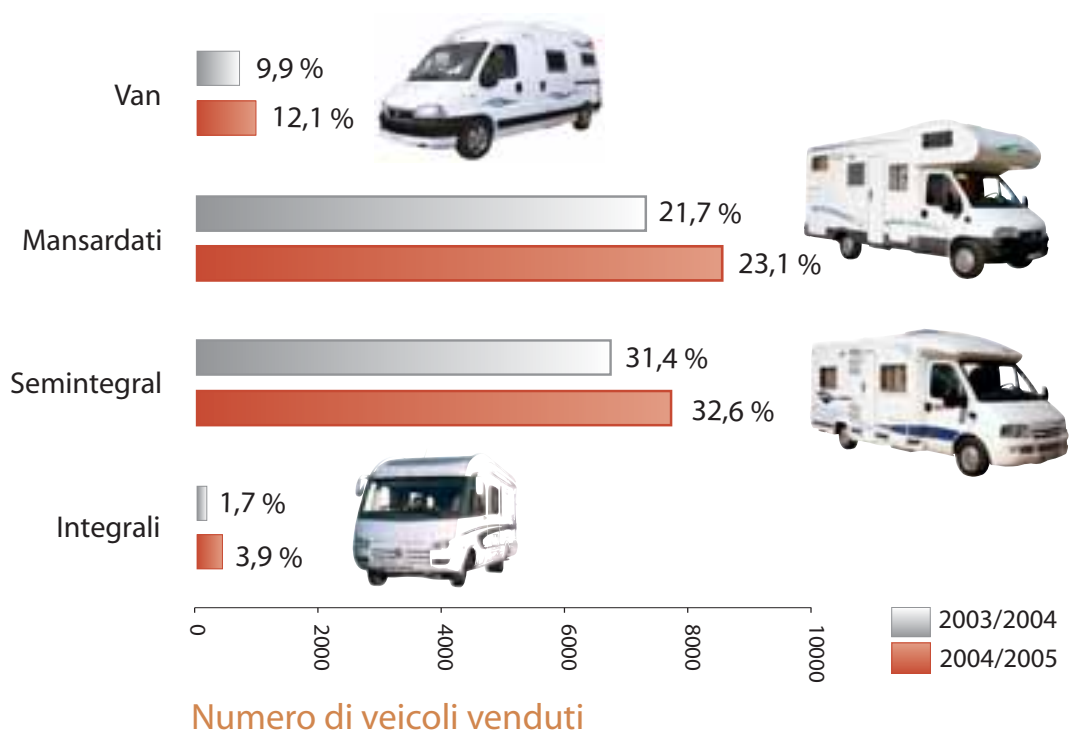
Vendite per tipologia di prodotto

in Mil. di €	2005	2004	variazione (%)
Autocaravan	522,0	456,5	+ 14,4
Caravan per turismo	58,1	53,2	+ 9,2
Caravan d'abitazione	9,6	11,5	- 16,5
Case mobili	8,4	9,7	- 13,4
Totale veicoli	598,1	530,9	+ 12,7
Accessori	71,6	65,6	+ 9,3
Varie	6,4	3,7	ns
Totale settore veicoli per il tempo libero	676,1	600,2	+ 12,8

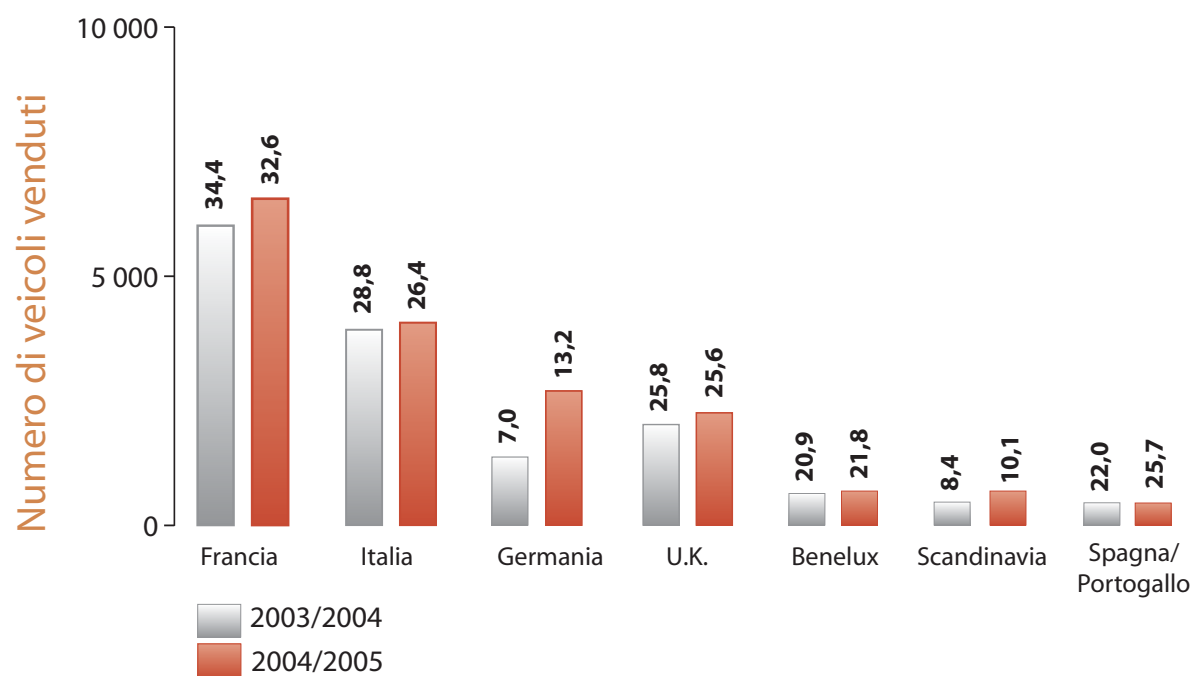
Le vendite di autocaravan rappresentano il 66,4% del fatturato consolidato

Con l'integrazione delle società EURA-MOBIL e KARMANN-MOBIL, TRIGANO vanta una penetrazione del 22,3% nel mercato europeo. Il gruppo è leader nei paesi dove dispone di unità produttive ed avanza in Germania e nei paesi del nord dell'Europa. I margini di crescita di Trigano continuano ad essere rilevanti, in particolare nei segmenti "van" ed "integrali", oltre che in quello delle autocaravan di fascia economica.

Quote di mercato per segmenti in %



Quote di mercato nei singoli paesi in %



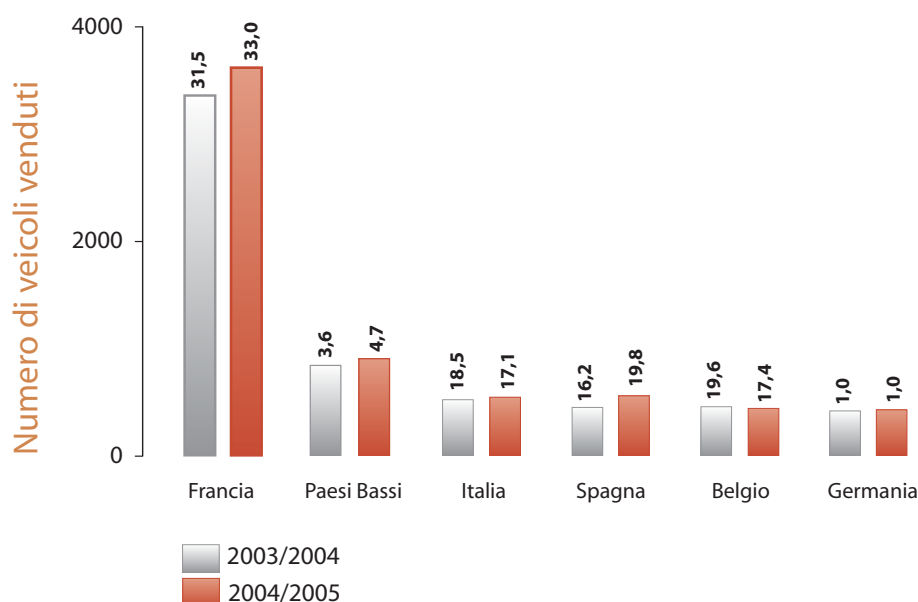
Il polo veicoli per il tempo libero

Le vendite di caravan rappresentano l'8,6% del fatturato consolidato

Le caravan permettono numerose sinergie con le autocaravan (componenti comuni, identica tecnica di fabbricazione, stessa rete di distribuzione) e costituiscono un settore strategico per Trigano.

Nel periodo 2004/2005 il mercato europeo dei caravan si è stabilizzato ad un livello elevato, facendo registrare 121.000 immatricolazioni. Trigano ha approfittato pienamente di questo andamento, commercializzando 7.150 unità (+8,3%) e aumentando la propria quota di mercato.

Quote di mercato nei singoli paesi in %



Accessori e ricambi: 9,1% del fatturato consolidato

Il mercato degli accessori è risultato piuttosto debole in tutti i paesi europei. Grazie all'acquisizione della società CAMPING-PROFI (n° 3 in Germania), TRIGANO ha consolidato la posizione di leader e la propria presenza nei tre principali mercati (Francia, Gran Bretagna e Germania).

Case mobili: 1,1% del fatturato consolidato

In un mercato estremamente concorrenziale, TRIGANO è riuscito a progredire vendendo circa 800 unità, nonostante le difficoltà incontrate dai proprietari di campeggi per trovare i finanziamenti necessari all'acquisto di prodotti locativi.

I servizi: 0,8% del fatturato consolidato

I servizi di noleggio e finanziamento completano l'offerta di TRIGANO.

- **TROIS SOLEILS**, partner della Hertz e di **DRM**, propone il noleggio di una flotta di oltre 850 autocaravan, disponibili in numerose città francesi, tedesche, italiane e spagnole.
- **LOISIRS FINANCE**, propone ai privati e ai professionisti una gamma completa di finanziamenti specifici. La produzione dello scorso esercizio ha superato i 100 milioni di euro e gli impieghi totali ammontano a 207 milioni di euro.
- **MISTERCAMP**, vende, attraverso il proprio sito internet, soggiorni in case mobili ubicate in vari paesi d'Europa.

Polo attrezzature per il tempo libero

13,9% del fatturato consolidato

TRIGANO ha saputo sviluppare competenze specifiche che consentono alla società di essere partner privilegiato della grande distribuzione in Europa

- Logistica: consegne ai depositi, ai punti vendita o all'acquirente finale.
- Strumenti di supporto della vendita: gestione dei rifornimenti, soluzioni di merchandising, possibilità di resa dell'invenduto.
- Modularità dell'offerta: consegna in kit di montaggio al distributore o all'acquirente finale, possibilità di montaggio in fabbrica.

Vendite per tipologia di prodotti

In Mil. di €	2005	2004	variazione (%)
Carrelli	62,7	48,3	+ 29,6 %
Materiale da campeggio	11,7	14,8	- 20,9 %
Attrezzature per il giardino	34,2	37,2	- 8,0 %
Altro	1,0	1,2	NS
Totale attrezzature per il tempo libero	109,6	101,5	+ 8,0 %

Carrelli: 8,0% del fatturato consolidato

Grazie alla vivacità della domanda di carrelli per usi professionali e per il tempo libero, il fatturato consolidato della società, a pari condizioni, è aumentato del 10,6%. Nel 2005 TRIGANO ha venduto 93.600 carrelli, di cui 5.600 tramite MECANOREM, società rilevata a fine agosto del 2004. L'ampliamento dello stabilimento in Polonia e il successo dei carrelli modulari Polytrail di nuova concezione consentono di puntare a circa 100.000 carrelli venduti nell'esercizio in corso.

Materiali da campeggio: 1,5% del fatturato consolidato

Questa attività tradizionale di TRIGANO è ormai diventata marginale. La diminuzione del fatturato nel 2005 è dipesa dall'assenza di commesse di tende militari. Nei principali stabilimenti del gruppo interessati da questa riduzione dell'attività è proseguito il programma di riconversione per permettere la produzione dei componenti di veicoli per il tempo libero e anche di autocaravan.

Attrezzature per il giardino: 4,4% del fatturato consolidato

La debolezza dei consumi delle famiglie e la concorrenza dei prodotti provenienti dal sud-est asiatico hanno nuovamente influito sulle vendite di questa attività.

Nel 2006 TRIGANO applicherà un vasto piano di ristrutturazione delle business unit francesi adattando la propria offerta commerciale al mercato, in modo da adeguare la struttura dei costi al livello d'attività.



Corporate Governance



Michel Freiche

François Feuillet

Marie-Hélène Feuillet

Jean Legrand

Struttura decisionale

Le decisioni operative vengono prese dalla direzione generale attraverso il comitato di direzione.

Tale comitato comprende:

- François Feuillet, Direttore Generale
- Michel Freiche, Vicedirettore Generale: responsabile finanziario e del sistema informatico
- Marie-Hélène Feuillet, Vicedirettore Generale: responsabile dell'ufficio legale, delle risorse umane, assicurazioni, ambiente e patrimonio immobiliare
- Jean Legrand, Direttore dello Sviluppo Industriale: Responsabile produzione, sviluppo, acquisti, benchmarking

Il comitato di direzione comprende, per entrambe le attività della società (veicoli ed attrezzature per il tempo libero), anche i responsabili delle rispettive business unit.

Il comitato esecutivo, comprendente 18 membri, viene convocato per deliberare sulle decisioni strategiche di ampia rilevanza per la società.

Consiglio d'amministrazione

Si compone di cinque membri:

Due in rappresentanza dell'azionista di maggioranza

- François Feuillet, 57 anni, laureato alla business school HEC di Parigi, dirige il gruppo Trigano dal 1981 dopo un'esperienza di revisore contabile presso KPMG e di direttore finanziario e direttore generale (gruppo Singer e Compagnie Française du Meuble).
- Marie-Hélène Feuillet, 56 anni, laureata presso l'università HECJF, entrata alla Trigano nel 1994 dopo una carriera nel settore bancario presso il gruppo Banques Populaires.

Tre consiglieri indipendenti

- Jean Ducroux, 62 anni, con laurea IEP, MBA dell'università del Minnesota, ex direttore della Electra, società specializzata nel "private equity" dopo una precedente carriera nel settore bancario.
- François Baleyrier, 61 anni, laureato alla business school HEC di Parigi, con precedenti esperienze professionali nel settore finanziario in Francia e all'estero nel settore dei lavori pubblici (Entrepose e Bachy)
- Michel Barbier, 72 anni, ingegnere con una lunga esperienza lavorativa presso le società Allis, Chalmers, Singer e Skis Rossignol, dove ha svolto incarichi tecnici. Dal 1987 al 1999 ha diretto il polo veicoli per il tempo libero di Trigano.

Sono stati istituiti anche i seguenti due comitati:

- Comitato per le retribuzioni e le nomine
- Comitato per il bilancio e le verifiche contabili

Di questi due comitati non fanno parte i due consiglieri in rappresentanza dell'azionista di maggioranza.

I membri di questi comitati hanno la possibilità di rivolgersi direttamente ai responsabili operativi della società

Controllo interno

Un sistema di reporting mensile permette agli organi di direzione di avere una conoscenza approfondita e permanente dell'andamento gestionale di ognuna delle business unit della società.

Inoltre esistono specifiche procedure di gestione contabile, formalizzate e regolarmente verificate dai revisori e controllate.

Per migliorare ulteriormente il controllo interno, nel 2005 gli organi di controllo di gestione e di audit sono stati rafforzati.

Punti di forza e prospettive

Le condizioni favorevoli della domanda di veicoli ed attrezzature per il tempo libero, unitamente ai legami tessuti anno dopo anno con la rete commerciale, consentono a Trigano di applicare una strategia basata su una visione di lungo termine.

Quest'anno, con l'acquisizione di un produttore tedesco di autocaravan, il gruppo ha compiuto un passo decisivo nella realizzazione del piano avente come obiettivo l'ampliamento omogeneo della presenza sul mercato europeo dei veicoli per il tempo libero.

La strategia che prevede il rafforzamento delle posizioni di mercato di Trigano nei segmenti in cui la sua presenza è ancora insufficiente, continuerà ad essere perseguita anche nei prossimi anni. Le linee direttrici di tale strategia sono le seguenti:

- aumento delle capacità produttive di autocaravan di fascia economica e di carrelli, in particolare grazie al potenziamento dello stabilimento di Peniscola, all'avvio della produzione dello stabilimento di Sablé sur Sarthe e all'ampliamento dell'impianto di Wlostowo;
- nuovi investimenti che permetteranno una maggior polivalenza degli impianti produttivi;
- intensificazione delle pratiche di co-engineering, in particolare per gli autocaravan integrali;
- l'organizzazione trasversale verrà completata, in particolare con la creazione del "Comitato Carrelli", per sfruttare al massimo le sinergie;
- adozione di misure per ridurre sistematicamente i costi degli acquisti e conseguire aumenti di produttività;
- operazioni di crescita per linee esterne nei settori dei veicoli per il tempo libero e dei carrelli.

Questo vasto programma dovrebbe consentire a Trigano di mantenere l'attuale ritmo di crescita e di centrare l'obiettivo di un aumento del margine operativo dello 0,3-0,5% annuo.



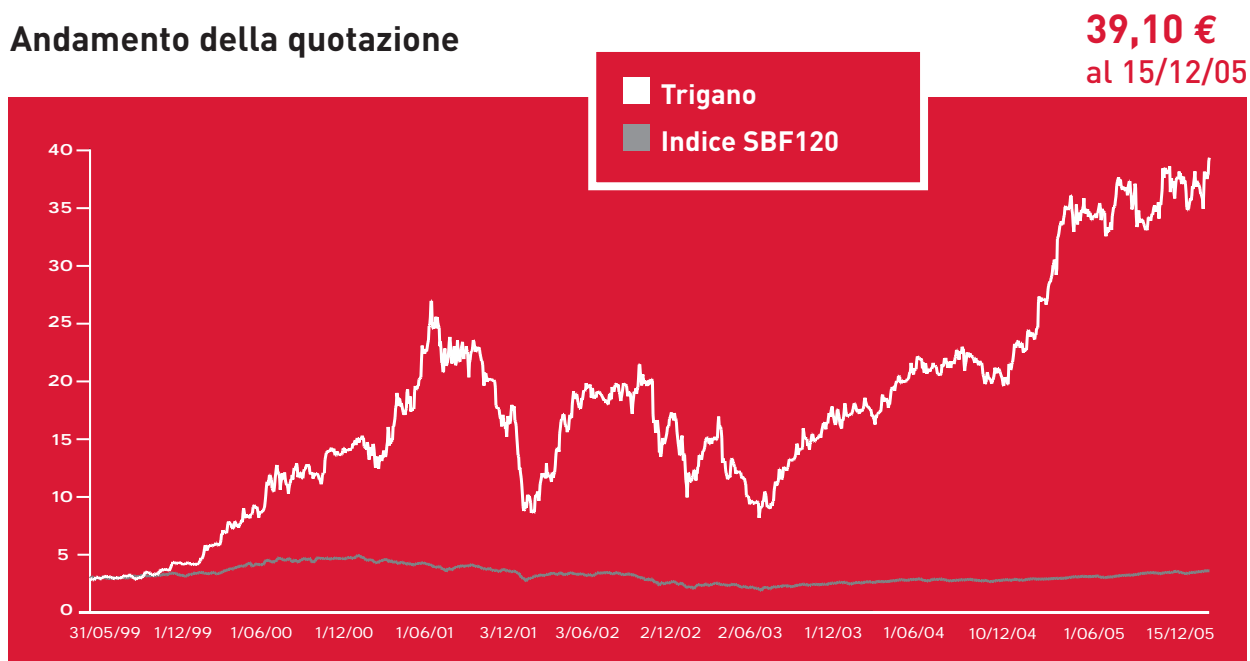
Taccuino dell'azionista

Situazione al 15/12/05

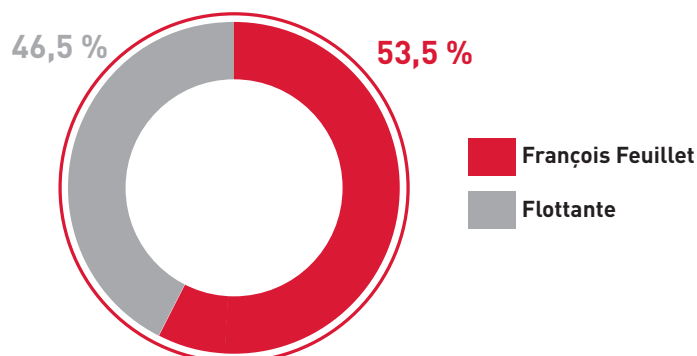
Numero di azioni in circolazione*	21 142 740
Corso dell'azione	39,10 €
Minimi e massimi dal 01/01/05	
Massimo (14/12/2005)	39,49 €
Minimo (05/01/2005)	29,00 €
Variazioni dal 01/01/05	
Trigano	+ 28,4 %
CAC 40	+ 22,3 %
Capitalizzazione di borsa (in milioni di €)	
	827
Settore di attività	Tempo libero, Veicoli/attrezzature per il tempo libero
Indice principale	SBF 120
Mercato	Eurolist B
Piazza di quotazione	Euronext Paris (Francia)
Codice o simbolo	TRI
Codice ISIN	FR0005691656
Idoneità PEA/SDR	Si / Si
Ultima cedola	lorga : 0,50 €

* senza tenere conto della quota di autocontrollo e dell'attribuzione gratuita di 1 azione per ogni azione detenuta

Andamento della quotazione



Ripartizione del capitale sociale*

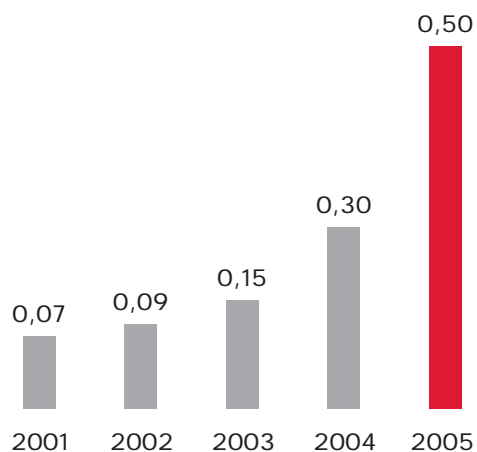


* non tenendo conto della quota d'autocontrollo

Andamento delle contrattazioni sul titolo **

Esercizio	31/08/2005	31/08/2004	31/08/2003
Volume di scambi totale	6 941 478	6 581 540	6 879 632
Massimo in €	37,60	22,90	17,75
Minimo in €	19,38	15,27	7,52

Andamento del dividendo (in €)**



** dati riclassificati per tenere conto dell'assegnazione gratuita di 1 azione nuova per ogni azione detenuta

Agenda provvisoria 2006 ***

9 gennaio:

Assemblea generale esercizio
Fatturato primo trimestre

28 marzo:

Fatturato primo semestre

31 maggio:

Semestrale

27 giugno:

Fatturato terzo trimestre

26 settembre:

Fatturato esercizio 2005/2006

30 novembre:

Bilancio esercizio 2005/2006

*** date indicative



TRIGANO

Veicoli per il tempo libero

TRIGANO

ARCA

AUTOSTAR

Auto Trail

benimar

challenger

CHAUSSEON

EURO MOBIL

ci

FONT VENDOME

ROLLER TEAM

KARMANN

CARAVELAIR

LA MANCELLE

Sterckeman

RACLET

Accessori e servizi

TRIGANO

Clairval

CMC ACCESSOIRES

E.T.R.

EURO ACCESSOIRES

EUROVENT

RULQUIN

TROIS SOTERS
Hertz

LOISIRS
FINANCE

multicamp

DRM

CAMPING-PROFI

Carrelli

ECIM

ERKA

FRANC

MAÎTRE

M

RULQUIN

SOREL

TRELGO

Materiale da campeggio e attrezzature per il giardino

TRIGANO

ABAK
piscines

AMCA

artfix

JAMET

PLISSON

RACLET

yardmaster

TRIGANO

www.trigano.fr