

TRIGANO

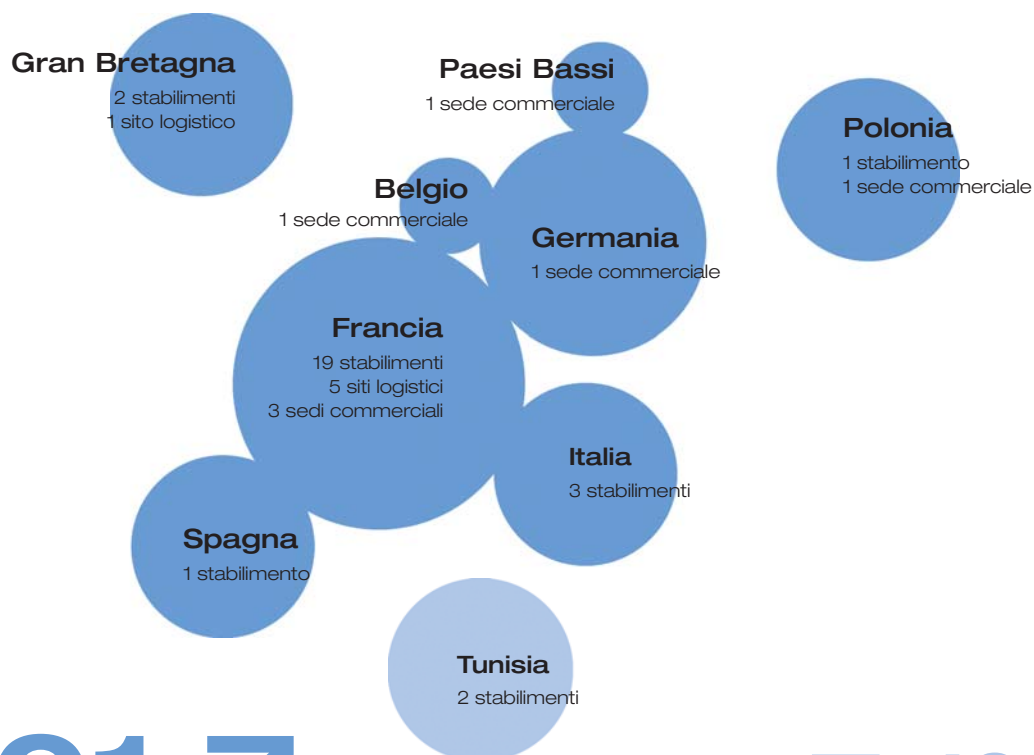


Relazione annuale 2004

TRIGANO

2003 - 2004

L'Europa come mercato interno



701,7 milioni di euro **+7,1%**

Fatturato 2004

47,6 milioni di euro **+27,6%**

Utile netto di competenza del gruppo ante differenze da consolidamento

1° produttore europeo di autocaravan

+17,4%

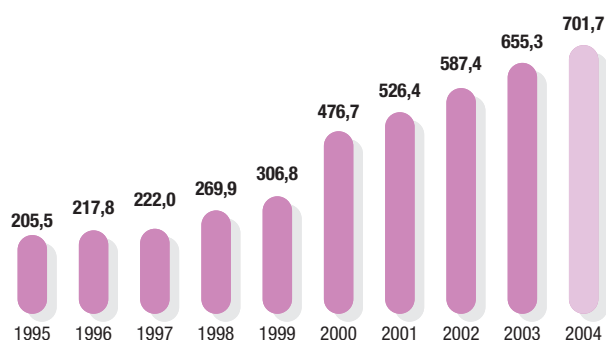
Progressione annua media
del fatturato dal 1995 al 2004

Indice

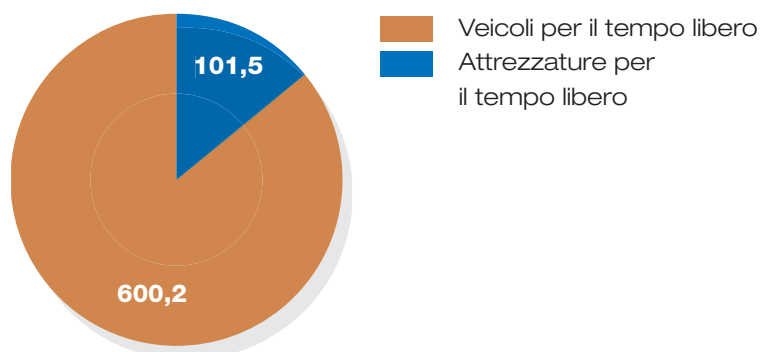
Conversazione con il Presidente	2
Corporate Governance	4
Mercati	6
Polo veicoli per il tempo libero	7
Polo attrezzature per il tempo libero	10
Punti di forza e prospettive	11
Taccuino dell'azionista	12

Una crescita sostenuta e continua

Fatturato* (in milioni di €) **+ 7,1 %**



Ripartizione del fatturato per settori (mil €)



* Rispetto all'esercizio 2002/2003

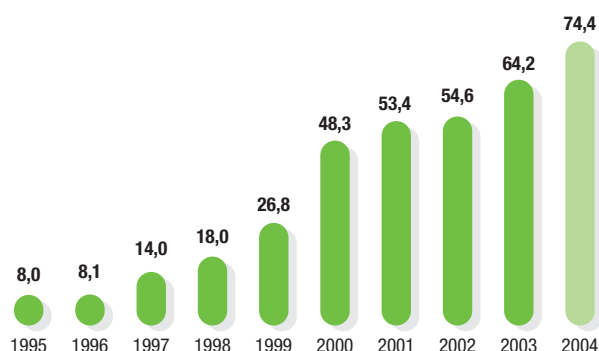
Principali dati dello Stato Patrimoniale

al 31 agosto in milioni di euro

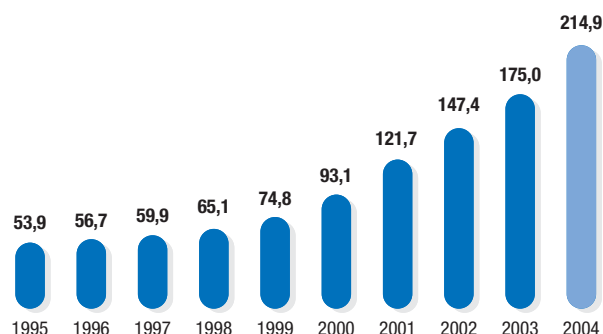
	2004	2003	2002
Differenze da consolidamento	32,6	32,1	32,2
Immobilizzazioni	64,8	63,5	64,9
Giacenze	146,9	135,2	137,9
Crediti operativi	158,2	147,4	139,7
Liquidità	44,5	37,9	33,0
TOTALE ATTIVO	447,0	416,1	407,7
Patrimonio netto quota del Gruppo	214,9	175,0	147,4
Quota di terzi	1,7	2,3	2,3
Accantonamenti al fondo per rischi e oneri	11,5	10,8	10,1
Debiti finanziari	64,8	87,1	95,5
Debiti operativi	154,1	140,9	152,4
TOTALE PASSIVO	447,0	416,1	407,7

TRIGANO

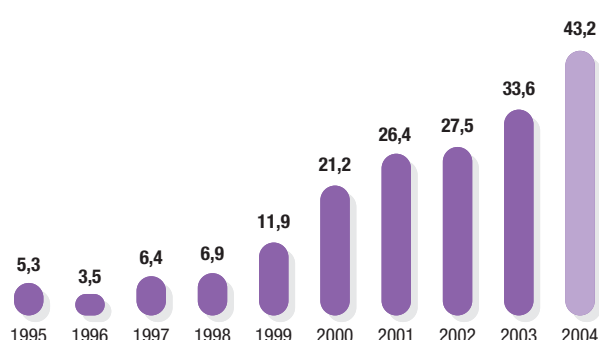
Risultato operativo* (mil €) **+ 15,9 %**



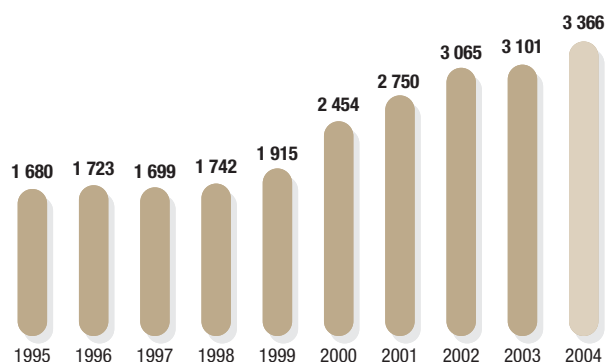
Situazione patr. netta* (mil €) **+ 22,8 %**
quota del Gruppo



Utile netto* (mil €) **+ 28,4 %**



Organico* **+ 8,5 %**



Conto Economico

al 31 agosto in milioni di euro

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

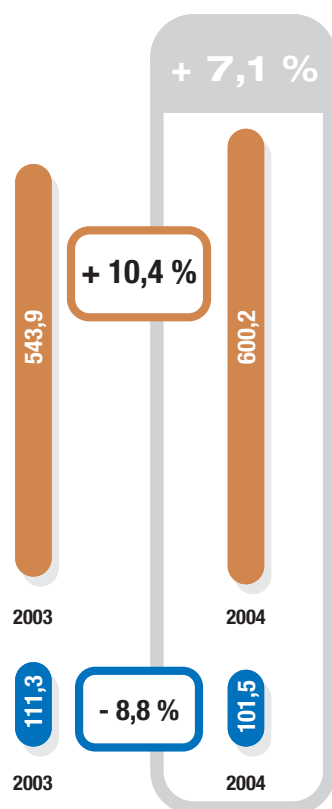
TRIGANO : lo specialista europeo dei veicoli e dell'attrezzatura per il tempo libero

Un'attività principale:
85,5% del fatturato consolidato



I veicoli per il tempo libero

Distribuzione diretta attraverso una rete di concessionari esperti, fedeli e motivati che garantiscono una presenza capillare sui mercati, costantemente ampliata.



- Autocaravan
- Caravan
- Case Mobili
- Accessori e ricambi
- Noleggio
- Finanziamenti

- Carrelli
- Materiale da campeggio
- Attrezzatura da giardino

Un'attività complementare:
14,5% del fatturato consolidato



L'attrezzatura per il tempo libero

Vendita tramite la grande distribuzione e la vendita diretta agli enti locali e alla pubblica amministrazione

Conversazione con François Feuillet Amministratore delegato



“Trigano ha raggiunto gli obiettivi in termini incremento della redditività operativa e di rafforzamento della struttura finanziaria”

2003 / 2004 : un'ottima performance per Trigano!

Primo perché in un contesto sempre difficile, come dimostra la stagnazione o addirittura la recessione del mercato automobilistico, il settore dei veicoli per il tempo libero ha continuato a progredire, come ci aspettavamo.

Secondo perché Trigano continua a svilupparsi in Europa, in mercati chiave come quello inglese, italiano o del Nord Europa.

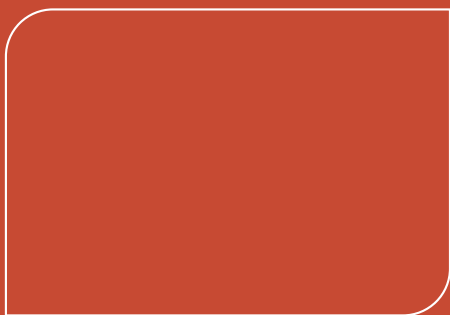
Terzo perché Trigano ha raggiunto gli obiettivi in termini di incremento della redditività operativa e di rafforzamento della struttura finanziaria.

Lo sviluppo di Trigano non è stato rallentato quest'anno da problemi specifici?

In effetti la società ha dovuto fronteggiare alcuni eventi sfavorevoli verificatisi durante l'esercizio :

- in Italia una serie di scioperi che per circa sei mesi hanno ridotto considerevolmente la capacità produttiva dello stabilimento di San Gimignano;
- la concorrenza delle attrezzature da giardino prodotte in paesi con manodopera a basso costo, unitamente ad una relativa crisi della distribuzione specializzata dei prodotti "fai da te" e giardinaggio;
- la prevista riduzione degli acquisti da parte degli enti locali e della pubblica amministrazione;

Per queste ragioni i risultati conseguiti nel 2004 sono ancora più considerevoli.



I fattori strutturali del settore veicoli per il tempo libero continuano ad essere il motore di sviluppo della società?

Sì. Anno dopo anno si confermano ottimi e il futuro appare altrettanto positivo. Nei prossimi 10 anni la società dovrebbe beneficiare dello sviluppo demografico della popolazione di età compresa tra 55 e 65 anni. Inoltre i valori connessi ai viaggi e alle vacanze alternative assumono un'importanza via via maggiore. Il piacere di vacanze libere ed in movimento favorisce la scelta dell'autocaravan come miglior mezzo per soddisfare questo bisogno crescente. Riassumendo, il bacino di clientela potenziale di Trigano aumenta quantitativamente e qualitativamente in quanto dispone di redditi maggiori e gode di un miglioramento generale delle condizioni di salute il che favorisce l'acquisto di veicoli per il tempo libero.

Quali sono gli obiettivi a medio termine della società?

Volendo riassumerli in uno slogan: crescita, visibilità e redditività.

Crescita : organica naturalmente, ma anche per linee esterne.

Visibilità : grazie alla fidelizzazione della propria rete di distribuzione, costantemente rafforzata, cui Trigano offre la propria solidità e un rapporto di fiducia reciproca.

Redditività : perché Trigano attribuisce la massima importanza alle soluzioni che consentono alla società di restare indipendente, essendo relativamente insensibile alle fluttuazioni locali o congiunturali, ai costi delle materie prime e alla situazione economica generale.

Ci sembra che lei sia particolarmente fiducioso nelle possibilità di sviluppo di Trigano.

Con una crescita annua media del fatturato pari al 17,4% e incrementi di oltre il 26% del risultato nel corso degli ultimi 10 anni, Trigano è diventato il primo produttore europeo di autocaravan. Oggi la società dispone delle risorse finanziarie per continuare a investire e aumentare così la propria capacità produttiva rispondendo alla crescente domanda e contemporaneamente proseguendo la strategia di sviluppo per linee esterne. Tali punti di forza permetteranno alla società di consolidare ulteriormente nei prossimi anni la posizione di mercato ed i risultati conseguiti. L'obiettivo che ci siamo posti a medio termine è di aumentare mediamente il margine operativo dello 0,5% annuo circa.

Corporate Governance



Michel Freiche, François Feuillet, Marie-Hélène Feuillet

Struttura decisionale

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

Tale comitato comprende

- François Feuillet, Direttore Generale
- Michel Freiche, Vice Direttore Generale : responsabile finanziario e del sistema informativo
- Marie-Hélène Feuillet, Vice Direttore Generale : responsabile dell'ufficio legale, delle risorse umane, assicurazioni, ambiente e patrimonio immobiliare
- Jean Legrand (dal mese di dicembre 2004), 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 riunito per deliberare sulle decisioni strategiche di portata generale per la società.

Consiglio d'amministrazione

Si compone di cinque membri :

Due in rappresentanza dell'azionista di maggioranza

- François Feuillet, 56 anni, laureato alla business school HEC di Parigi, dirige la Trigano dal 1981 dopo un'esperienza di revisore contabile alla KPMG e di direttore finanziario e direttore generale (gruppo Singer e Compagnie Française du Meuble).
- Marie-Hélène Feuillet, 55 anni, laureata alla business school HECJF di Parigi entrata alla Trigano nel 1994 dopo una carriera nel settore bancario presso il gruppo Banques Populaires.

Due consiglieri indipendenti

- Jean Ducroux, 61 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, 60 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)

Una persona di riconosciuta capacità professionale

- Michel Barbier, 71 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 bilancio e 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 discusse e controllate.

Sviluppo sostenibile

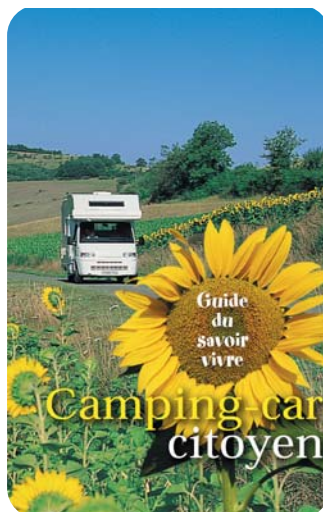
La politica di sviluppo adottata dal gruppo Trigano è prudente e si pone come obiettivi prioritari la tutela dell'ambiente, degli interessi dei propri dipendenti e partner e del patrimonio della società.

Gestione dei rischi

Per favorire la propria crescita in un contesto multiculturale, Trigano ha adottato da vari anni un'organizzazione fortemente decentralizzata. Nell'ambito delle deleghe loro affidate, i responsabili delle business unit beneficiano di ampia autonomia nel definire ed applicare i programmi per identificare, prevenire e gestire i principali rischi operativi. I rischi finanziario, legale e ambientale sono gestiti a livello di Direzione Generale.

Tutela dell'ambiente

La società è particolarmente attenta agli effetti esercitati sull'ambiente dalle sue attività e dall'utilizzo dei suoi prodotti e ha messo a punto una procedura di verifica regolare del rispetto della normativa ambientale in ciascuno dei suoi impianti produttivi e di stoccaggio. Nel 2004 è stata confermata la certificazione ISO 14000 dell'impianto di San Gimignano. Inoltre Trigano svolge un ruolo di primo piano nella redazione e distribuzione del "Decalogo degli utilizzatori di autocaravan", diffondendo i valori ed i comportamenti coerenti con la tutela dell'ambiente.



(photo): Decalogo degli utilizzatori di autocaravan

Principi etici

TRIGANO ha sempre perseguito l'espansione della propria attività senza concedere benefici eccessivi agli intermediari, senza finanziare organizzazioni politiche e senza devolvere compensi a soggetti in grado di influenzare l'andamento dei mercati.



“Il pieno coinvolgimento del management di Trigano nella gestione delle business unit è un vero fattore di progresso per l'azienda e per tutto il personale.”

Shane Devoy, Direttore Finanziario della business unit di Grimsby (Gran Bretagna)

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 situazione e prevede il mantenimento del trend attuale di crescita anche nei prossimi anni.

Salute - reddito - tempo libero

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 questa 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 con le idee chiare, con elevata propensione al consumo e la volontà di approfittare al meglio delle risorse di cui dispongono.

Prediligono il turismo "intelligente" e partono spesso fuori stagione alla scoperta della natura o di destinazioni turistiche, culturali o gastronomiche.

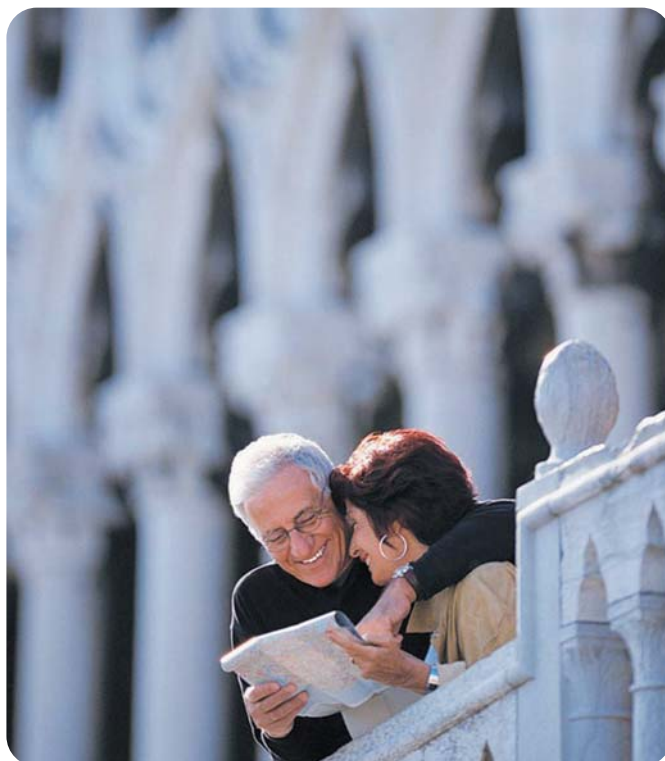
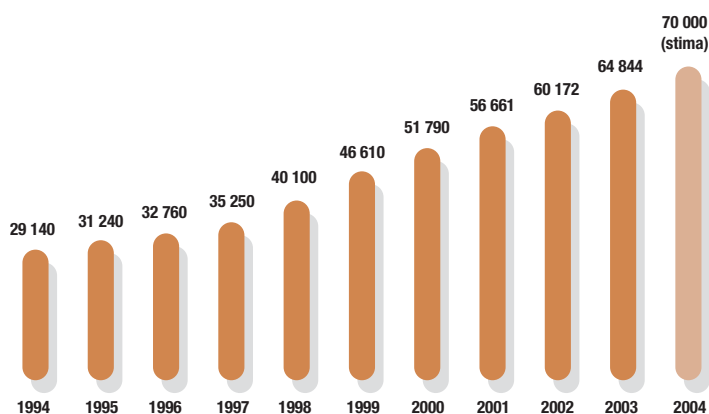
L'autocaravan, strumento di mobilità per eccellenza, risponde perfettamente a queste esigenze consentendo di viaggiare spesso ed in piena libertà.

Una risposta diversificata

In funzione delle esigenze e della propria personalità, la middle-age può scegliere la libertà e mobilità con l'autocaravan o il turismo stanziale a contatto della natura con caravan o case mobili negli appositi spazi predisposti dalle strutture turistiche d'accoglienza. I prodotti per questo tipo di turismo si evolvono continuamente per rispondere alle crescenti esigenze di comfort, offrendo nuove funzionalità come la grande stiva portabagagli ormai presente in numerosi modelli di autocaravan.

Immatricolazioni di autocaravan in Europa

+ 9,3 % di aumento medio annuo dal 1994 al 2004



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

I veicoli per il tempo libero

L'85,5% del fatturato della società

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

Trigano fornisce alla rete praticamente tutti i prodotti e servizi necessari ed ha in cambio ottima visibilità e programmazione costante con vendite attendibili.

Vendite per tipologia di prodotto

In milioni di €	2004	2003	variazione (%)
Autocaravan	456,5	408,7	11,7
Caravan per turismo	47,3	45,2	4,6
Caravan d'abitazione	5,9	5,7	3,5
Carrelli tenda	11,5	10,4	10,6
Case mobili	9,7	9,4	3,2
Totale veicoli	530,9	479,4	10,8
Accessori	65,6	62,1	+ 5,6
Varie	3,7	2,4	ns
Totale settore veicoli per il tempo libero	600,2	543,9	10,4



Per continuare ad essere leader occorre mantenere il contatto con i propri clienti.

L'organizzazione decentralizzata adottata da Trigano, preservando l'identità delle singole business unit, favorisce la reattività e l'adattamento al mercato oltre a consentire un approccio commerciale personalizzato.

Franco Barducci, Responsabile della business unit di San Gimignano (Italia)

I veicoli per il tempo libero

Le vendite di autocaravan rappresentano il 65,1% del fatturato consolidato

Le immatricolazioni in Europa sono pari a 69.134 veicoli, in aumento del 7,8 rispetto al 2003. Trigano ha consolidato la propria quota di mercato nei principali paesi europei, con un aumento sensibile delle vendite in particolare nel segmento "van". Con circa 15.000 autocaravan venduti, la quota di mercato del gruppo è stata del 21,6%, rispetto al 21,3 del 2003.

Autocaravan

TRIGANO

ARCA

AUTOSTAR

Auto Trail

benimar

challenger

CHAUSSON

di

FONT VENDOME

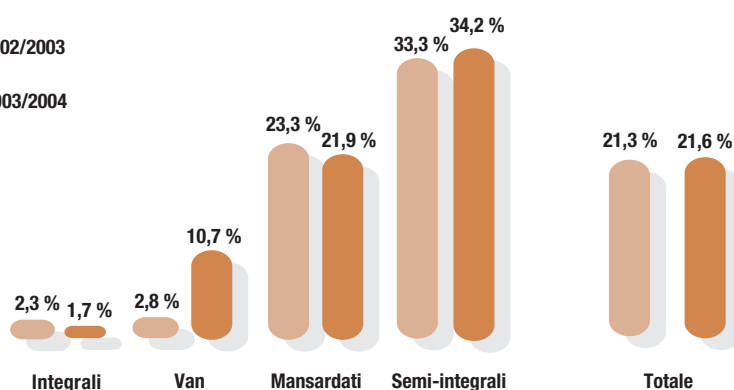
ROLLER TEAM

Quote di mercato per segmenti in %

TRIGANO

2002/2003

2003/2004

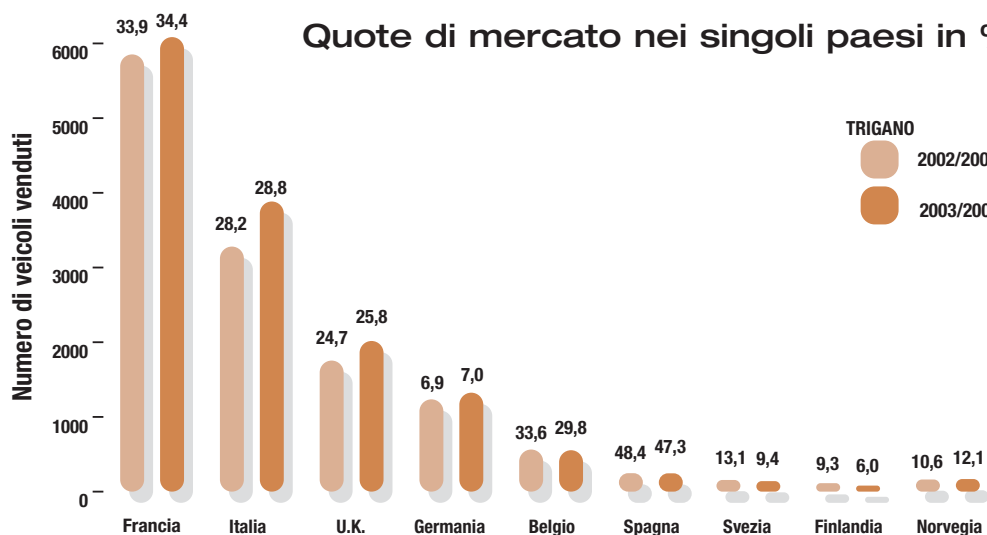


Quote di mercato nei singoli paesi in %

TRIGANO

2002/2003

2003/2004



TRIGANO ha sempre cercato di proporre dei veicoli per il tempo libero con il miglior rapporto prezzo/dotazioni. La gamma si evolve costantemente per seguire le tendenze di mercato ma il numero di veicoli proposti è ridotto allo stretto necessario per garantire una maggior redditività della rete commerciale.

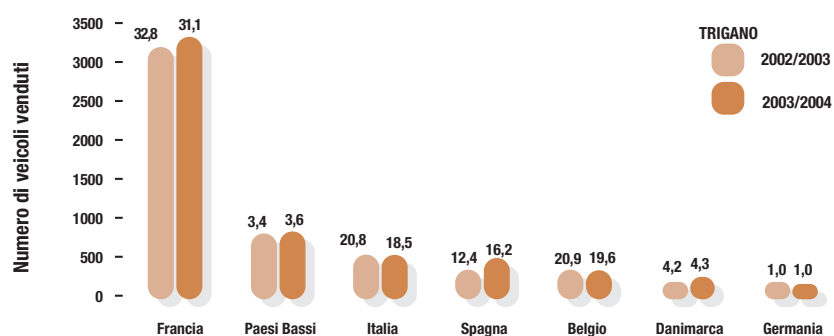
Jean-Paul Fassinotti, Presidente del comitato di coordinamento autocaravan

Le vendite di caravan rappresentano il 9,2% del fatturato consolidato

Grazie al consistente incremento del mercato britannico, il numero di caravan immatricolate in Europa è aumentato del 6,4% rispetto al 2004.

Trigano non ha approfittato pienamente di questo andamento, essendo maggiormente presente sui mercati del sud dell'Europa. Con 6.600 caravan venduti (+2,4%) la sua quota di mercato è scesa leggermente al 5,3% rispetto al 5,5% registrato nel 2003.

Quote di mercato nei singoli paesi in %



Accessori e ricambi :9,4% del fatturato consolidato

La progressione di questo mercato è correlata a quella del parco veicoli per il tempo libero in circolazione.

L'aumento delle vendite (+ 5,6% nel 2004) riflette la fedeltà della rete di concessionari all'azienda e alla qualità dei servizi dei centri logistici Trigano.

Gli indicatori della qualità dei servizi sono vicini a quelli dell'industria automobilistica.

Case mobili: 1,4% del fatturato consolidato

In un mercato estremamente concorrenziale, Trigano propone ai proprietari e gestori di campeggi offerte combinate comprendenti la vendita dei prodotti, il finanziamento e, a richiesta, la gestione della locazione ai privati tramite la filiale Mistercamp.

Gli strumenti a servizio delle vendite

Il noleggio e il finanziamento sono servizi destinati a favorire la decisione d'acquisto dei clienti potenziali e completano pertanto l'offerta Trigano.

- **Trois Soleils**, partner della Hertz, propone il noleggio di una flotta di oltre 500 autocaravan, rinnovata ogni anno e distribuita in 60 città francesi, tedesche, italiane e spagnole.
- **Tri Ma**, società gestita in collaborazione con Maggiore, completa l'offerta di noleggio autocaravan in Italia.
- **Loisirs Finance** propone ai privati e ai professionisti una gamma completa di finanziamenti specifici. Il totale dei finanziamenti erogati dello scorso esercizio è stato di circa 80 milioni di euro dei finanziamenti erogati e gli impieghi totali ammontano a 180 milioni di euro.

Caravan & Case mobili

TRIGANO

CARAVELAIR

LA MANCELLE

Sterckeman

RACLET

Accessori

TRIGANO

Clairval

CMC ACCESSOIRES

E.T.R.

EURO ACCESSOIRES

EUROVENT

RULQUIN

Servizi

LOISIRS FINANCE

mistercamp

TROIS SOLEILS Hertz

Carrelli

ECIM

ERKA

FRANC

MAÎTRE
EQUIPEMENT



RULQUIN

SOREL

TRELGO

L'attrezzatura per il tempo libero

Il 14,5% del fatturato della società

Vendite per tipologia di prodotti

In milioni di €	2004	2003	variazione
Carrelli	48,3	46,8	+ 3,2 %
Materiale da campeggio	14,8	20,3	- 27,0 %
Attrezzature da giardino	37,2	42,8	- 13,1 %
Altro	1,2	1,4	NS
Totale attrezzature per il tempo libero	101,5	111,3	- 8,8 %

Carrelli: 6,9% del fatturato consolidato

L'incremento delle residenze individuali, le norme sulla raccolta selettiva dei rifiuti e lo sviluppo delle attività dedicate al tempo libero quali il giardinaggio, il "fai da te", ecc. sono altrettanti elementi che favoriscono le vendite dei carrelli.

Nel 2004 questa attività si è sviluppata in particolare grazie alla netta ripresa delle vendite di carrelli ad uso professionale.

Avendo rilevato la società Mecanorem a fine esercizio, Trigano ha completato la propria offerta con la gamma di carrelli per il traino di barche

Materiali da campeggio: 2,1% del fatturato consolidato

Nel 2004 questa attività storica di Trigano ha subito la contrazione del mercato delle tende militari, correttamente previsto e anticipato dalla società.

Nei principali stabilimenti del gruppo interessati da questa riduzione dell'attività è continuato il programma di riconversione per permettere la produzione in subappalto dei componenti di veicoli per il tempo libero. Tale politica ha evitato la necessità di dolorose ristrutturazioni ed anche consentito a Trigano di aumentare la propria competitività.

Attrezzature da giardino: 5,3% del fatturato consolidato

La volatilità dei consumi delle famiglie e la concorrenza dei prodotti provenienti dal sud-est asiatico ha pesato sulle vendite di questa attività.

Trigano ha adattato la propria offerta commerciale alle evoluzioni del mercato e sta studiando la possibilità di riconversione parziale dell'apparato produttivo, come già avvenuto nel settore dei materiali da campeggio.

Materiale da campeggio
Attrezzature da giardino

TRIGANO

ABAK
PISCINES

AMCA

artix

JAMET

PLISSON

RACLET

yardmaster



Trigano, grazie alla competitività della propria produzione, in particolare in Polonia, gode di prospettive di crescita elevata sul mercato europeo.

Christian Lafuge, membro del comitato di direzione del polo attrezzature per il tempo libero.

Punti di forza e prospettive

Trigano beneficia di punti di forza e delle condizioni favorevoli attivamente sfruttate per permettere alla società di continuare ad essere leader in Europa :

- Mercato trainante nel settore dei veicoli per il tempo libero e dei carrelli
- Rete commerciale fedele e motivata
- Struttura produttiva snella e reattiva, diretta da un management esperto
- Potere di negoziazione nei rapporti con i fornitori grazie alla posizione di leader di mercato che consente di discutere i prezzi ed evitare i rincari delle materie prime
- Adozione di un programma di miglioramento continuo applicato in tutti gli stabilimenti del gruppo che consente la costante riduzione dei costi di produzione
- Investimenti in corso che permetteranno, già quest'anno, di aumentare la capacità produttiva di autocaravan. Pensiamo in particolare alle due nuove linee di assemblaggio in corso di realizzazione :
 - a Atessa, in Italia, dove è già possibile la produzione di un migliaio di van
 - a Sablé-sur-Sarthe che permetterà a termine la produzione di 2-3 mila autocaravan
- Programmi di riconversione degli stabilimenti interessati dalla contrazione della produzione nei settori dei materiali da campeggio e dell'attrezzatura da giardino, per prepararli alle lavorazioni in subappalto
- Struttura finanziaria solida che consente un'attiva politica di crescita per linee interne ed esterne

Questi punti di forza consentono a Trigano di annunciare per il 2005 obiettivi chiari ed ambiziosi

- Accelerare lo sviluppo sui mercati esteri, nei settori veicoli per il tempo libero, carrelli e accessori
- Mantenere un tasso di crescita superiore a quello del mercato
- Continuare ad incrementare il margine operativo anche nei prossimi esercizi (10,6% del fatturato nell'esercizio 2003/2004), grazie ad una progressione media annua dello 0,5%



Gli stabilimenti di San Gimignano e di Tournon-sur-Rhône, tra i maggiori in Europa nella produzione di autocaravan



Taccuino dell'azionista

Andamento di borsa e volumi di scambi

Esercizio	31/08/2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998
Volumi di scambi	3 290 770	3 439 816	3 847 770	3 205 280	3 153 600	1 994 535	1 667 545
Massimo in €	45,80	35,50	44,25	54,75	29,50	8,51	7,20
Minimo in €	30,55	15,04	16,60	23,51	7,99	4,63	5,79

Percorso in borsa

Marzo 1998 : Iquotazione al Second Marché della Borsa di Parigi. Quotazione iniziale: 190 FrF, pari a euro 5,79 (tenendo conto dello splitting del 2000 che ha moltiplicato per 5 il numero di titoli in circolazione)

Novembre 2000 : ammissione al comparto a regolamento mensile, più tardi diventato "SDR"

Dicembre 2000 : il titolo viene incluso nell'indice "Next 150"

Marzo 2001 : il titolo viene incluso nell'indice "SBF 250"

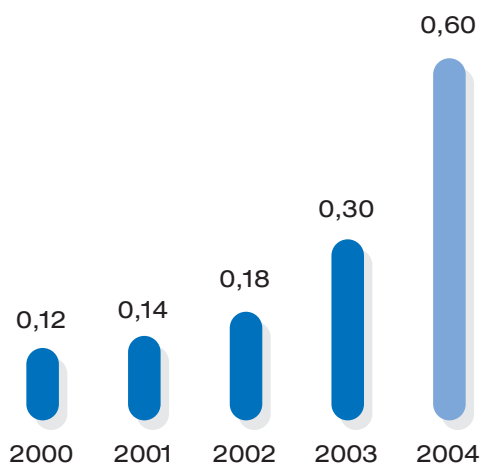
Dicembre 2001 : adesione al segmento "Next Prime" dell'Euronext

Aprile 2002 : il titolo viene incluso nell'indice "MIDCAC"

Novembre 2003 : Il titolo viene incluso nell'indice "SBF 120"

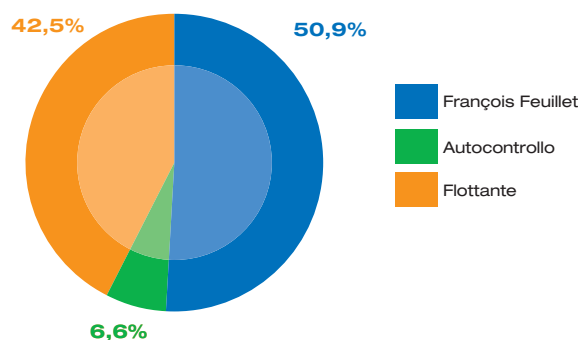
Febbraio 2005 : il titolo verrà incluso negli indici CAC Mid 100 e CAC Mid and Small 190.

Andamento del dividendo (in €) Al netto del credito d'imposta



Trigano ha un approccio al mercato che aumenta la visibilità e la liquidità del titolo, costantemente seguito da numerosi uffici studi ed incluso in vari indici di borsa.

Ripartizione del capitale sociale



Dati Principali al 10/12/04

Numero di azioni	11 321 067
Corso dell'azione	54,05 €
Minimo e Massimo dal 02/01/2004	
Massimo (29/11/2004)	54,90 €
Minimo (02/01/2004)	37,80 €
Variazioni dal 01/01/2004	
Trigano	+ 42,99 %
CAC 40	+ 5,92 %
Capitalizzazione di borsa (in milioni di euro)	
	612
Settore di attività	Tempo libero, Attrezzature peril tempo libero
Indice di borsa	SBF 120
Mercato	Second marché
Piazza di quotazione	Euronext Parigi (Francia)
Codice o simbolo	TRI
Codice ISIN	FR0005691656
Ammissibile PEA* / SDR**	Sì / Sì
Ultima cedola lorda al netto del credito d'imposta	Brut : 0,60 €

* Piano di investimento azionario personale

** comparto a regolamento mensile

Agenda provvisoria 2005

7 gennaio :

Assemblea generale esercizio 2003/2004
Fatturato primo trimestre
Comunicato stampa

29 marzo* :

Fatturato primo semestre
Comunicato stampa

29 aprile* :

Semestrale esercizio 2004/2005
Comunicato stampa
Riunione informativa

28 settembre* :

Fatturato esercizio 2004/2005
Comunicato stampa

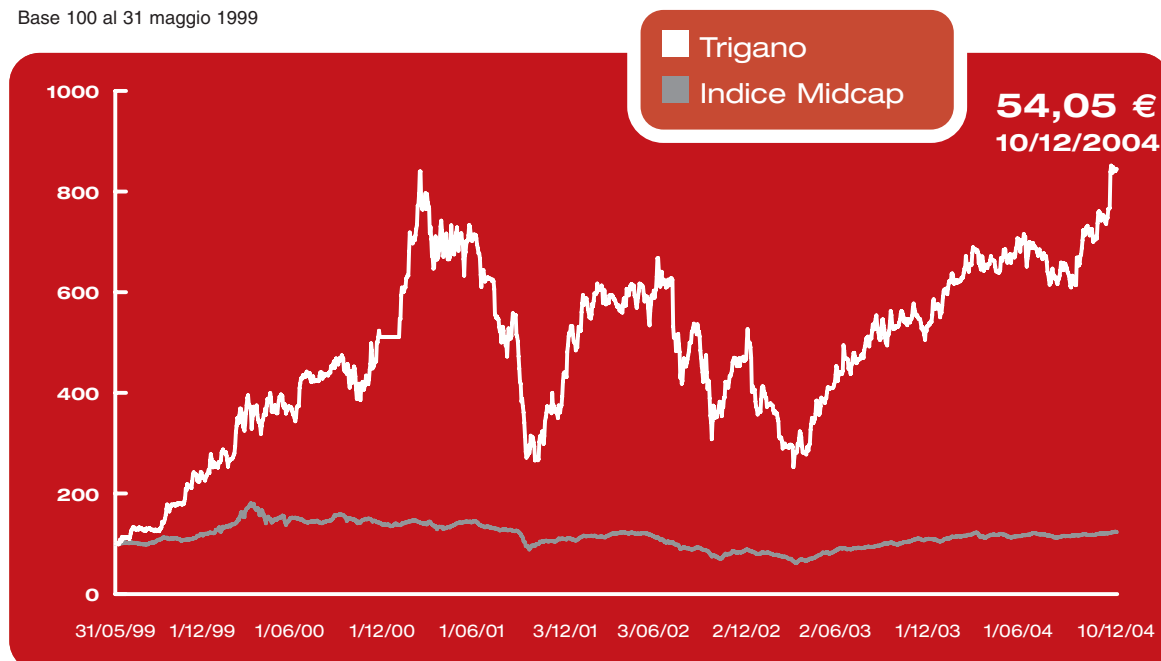
30 novembre* :

Bilancio esercizio 2004/2005
Comunicato stampa
Riunione informativa

* date indicative

Andamento del corso dell'azione

Base 100 al 31 maggio 1999





TRIGANO







www.trigano.fr