

Comunicato Stampa

Gruppo 24 ORE: il CDA approva i risultati del primo trimestre 2010

- **Ricavi consolidati pari a € 123,2 mln (-7,4%)**
- **Ricavi System al +2% al netto degli effetti free press e fondi**
- **EBITDA pari a € 0,5 mln (€ 3,0 mln nel primo trimestre 2009)**
- **EBIT pari a € -6,9 mln (€ -4,6 mln nello stesso periodo del 2009)**
 - **Risultato netto di Gruppo pari a € -6,4 mln (€ -4,2 mln nel primo trimestre 2009)**
- **Posizione finanziaria netta positiva per € 94,4 mln (€ 98,8 mln al 31/12/2009)**

Milano, 11 maggio 2010. Si è riunito oggi, sotto la Presidenza del Cav. Lav. Dr. Giancarlo Cerutti, il Consiglio di amministrazione del Gruppo 24 ORE, che ha approvato i risultati consolidati del primo trimestre 2010. Questi in sintesi i principali dati confrontati con quelli dell'esercizio precedente:

PRINCIPALI DATI ECONOMICI DEL GRUPPO 24 ORE		
milioni di euro	1° trimestre 2010	1° trimestre 2009
Ricavi	123,2	133,0
Margine operativo lordo (EBITDA)	0,5	3,0
Risultato operativo (EBIT)	(6,9)	(4,6)
Risultato ante imposte	(6,6)	(3,6)
Risultato netto del periodo	(6,5)	(4,4)
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(6,4)	(4,2)
Posizione finanziaria netta	94,4	98,8 *
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante	290,8	296,9 *
Numero dipendenti a fine periodo	2.163	2.202 *

* Valore relativo al 31 dicembre 2009

Commento ai risultati consolidati del primo trimestre 2010

Il contesto economico di riferimento non ha mostrato nel corso del primo trimestre 2010 evidenti miglioramenti, benché siano registrabili alcune timide inversioni di tendenza, soprattutto sul fronte degli investimenti pubblicitari.

Il mercato pubblicitario nella sua interezza, considerando quindi la totalità dei mezzi inclusa la televisione, chiude il primo bimestre con un leggero incremento (+2,7%) rispetto al dato del corrispondente periodo 2009 (Fonte Nielsen Media Research – gennaio-febbraio 2010). Tale dato è in parte conseguenza del confronto con un periodo particolarmente difficile come l'inizio del 2009, ma è comunque da considerarsi positivamente come primo segnale di ripresa. Nell'ambito dei diversi mezzi, la carta stampata conferma il trend negativo (-4,3%), dove le difficoltà sono prevalentemente

concentrate sui periodici (-14,1%). Buona la performance della Radio (+11%), mentre Internet evidenzia una progressione più contenuta (+3,8%).

Sul fronte diffusionale, l'inizio del 2010 sta confermando il trend di contrazione delle diffusioni dei quotidiani a pagamento, che interessa in misura prevalente i maggiori quotidiani nazionali: anche per effetto della riduzione delle iniziative promozionali a limitata marginalità, infatti, i dati più recenti relativi ai principali quotidiani nazionali mostrano una riduzione del 9,4% rispetto al pari periodo dell'anno precedente (Fonte ADS media mobile 12 mesi, febbraio 2009 – gennaio 2010).

Anche il mercato dei servizi di natura professionali, pur confermando una maggiore tenuta, continua a risentire della congiuntura economica in atto e delle difficoltà dei professionisti e delle piccole e medie imprese.

I ricavi consolidati del Gruppo 24 ORE nel primo trimestre 2010 ammontano a 123,2 milioni di euro, in diminuzione del 7,4% rispetto ai 133,0 milioni di euro del corrispondente periodo del 2009. I ricavi pubblicitari diminuiscono nel complesso dell'8,6% per 4,4 milioni di euro (di cui 3,3 milioni relativi a System e 1,1 milioni di euro all'editoria di settore), cui si aggiungono i minori ricavi derivanti dalle vendite del quotidiano e dei prodotti collaterali (-3,5 milioni complessivamente).

Sulla performance di System rispetto all'anno precedente, incidono da un lato un differente perimetro di attività, tra cui la cessazione della pubblicazione del quotidiano free press 24minuti avvenuta a fine marzo 2009, dall'altro gli impatti sulla pubblicità finanziaria della delibera Consob 16840/09 che ha reso non più obbligatoria la pubblicazione sui quotidiani dei valori delle quote dei fondi esteri e degli annunci ad essi associati. Al netto di questi effetti, la raccolta pubblicitaria è in crescita rispetto al primo trimestre 2009 del +2%, trainata dal +8,8% della tipologia commerciale sul quotidiano.

Il **marginale operativo lordo (Ebitda)** risulta positivo per 0,5 milioni di euro, rispetto ai 3,0 milioni di euro del pari periodo 2009.

La flessione è da imputarsi alla già citata evoluzione dei ricavi che solo in parte ha potuto essere recuperata dai benefici originati dagli effetti degli interventi sui costi di funzionamento.

I costi diretti e operativi consolidati si riducono nel trimestre del 6,9% mentre il costo del personale scende di circa 2 milioni di euro (-3,9%), anche per effetto di un organico medio del personale dipendente che passa da 2.239 unità del primo trimestre 2009 a 2.150 del primo trimestre 2010, riducendosi di 89 unità.

Il **risultato operativo (Ebit)** è pari a -6,9 milioni di euro, in peggioramento di 2,3 milioni di euro rispetto al corrispondente periodo 2009. Il valore degli ammortamenti e delle svalutazioni dei primi tre mesi del 2010, pari a 7,4 milioni di euro, è in linea rispetto allo stesso periodo del 2009.

Il **risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante** è pari a -6,4 milioni di euro contro i -4,2 milioni di euro del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Tale andamento risente in negativo di minori proventi finanziari netti (minore liquidità media e tassi di interesse ridotti) ed in positivo delle minori imposte, derivante dalla riduzione del reddito imponibile.

La **posizione finanziaria netta** del Gruppo al 31 marzo 2010 è positiva per 94,4 milioni di euro (positiva per 98,8 milioni di euro al 31 dicembre 2009).

Andamento dei settori di attività

Nel corso dell'esercizio 2009, alcune variazioni di carattere organizzativo hanno modificato le aree di business in cui il Gruppo è articolato ed hanno riallocato alcune attività e responsabilità tra queste e le funzioni Corporate. La principale modifica riguarda la riduzione da 5 a 4 delle aree di business, ottenuta attraverso l'integrazione delle business unit facenti capo all' ex-area Multimedia (online, finanza e agenzia) nell'area Editrice. Inoltre, le tecnologie informatiche legate al prodotto, che fino allo scorso esercizio facevano parte dell'Area Corporate e servizi centralizzati, sono state affidate alla gestione diretta delle Aree Editrice e Professionale. A livello di esposizione dei risultati economici e finanziari del Gruppo, tali modifiche sono state recepite dall'inizio dell'esercizio 2010, rendendo pertanto disomogeneo il confronto con i valori relativi al corrispondente periodo dell'anno precedente.

Allo scopo di rendere confrontabili i valori dei due anni su base omogenea, i risultati del primo trimestre 2009 sono stati riclassificati in base all'organizzazione 2010.

L'**Area System**, nel suo complesso chiude il primo trimestre 2010 con ricavi in calo del 7,5% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. Tale performance risente della chiusura della *free press* al 31 marzo 2009 e della contrazione della comunicazione finanziaria, tipologia per la quale la concessionaria è leader di mercato, soprattutto per i fondi. Al netto di tali effetti l'Area System registra ricavi in crescita del 2,0%.

Si ricorda infatti che, in seguito all'applicazione della direttiva Consob n. 16840 del 2009, che ha eliminato gradualmente gli obblighi di comunicazione sui quotidiani per i fondi esteri, la concessionaria ha visto contrarsi significativamente questa fonte di ricavo: l'impatto sul primo trimestre rispetto allo stesso periodo del 2009 su questa tipologia è stato complessivamente del -38,8%.

Il quotidiano chiude il primo trimestre 2010 in decremento (-11,6%) rispetto al pari data del 2009. Positiva la raccolta della pubblicità tabellare, che nel primo trimestre cresce del 8,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, e negli ultimi cinque anni, registra una CAGR del -1,8%, migliore rispetto al mercato dei quotidiani che segna un -7,6%. In calo invece del 34,5% la tipologia di servizio, in particolare i fondi cui va attribuita integralmente la performance del trimestre, in seguito all'applicazione della direttiva Consob già citata. Questa tipologia pesa su Il Sole 24 ORE più del doppio di quanto pesi sul totale quotidiani a pagamento e, nonostante la notevole flessione, la concessionaria nel periodo gennaio 2006 – marzo 2010 registra una diminuzione media più contenuta (-11,0%) del mercato (-15,8%).

L'andamento dei principali periodici del Gruppo - IL, Ventiquattro e Viaggi del Sole – segue il trend negativo del mercato dei periodici mensili. Dall'analisi sui settori merceologici si osserva la particolare sofferenza proprio per i primi due settori in graduatoria: Abbigliamento (-33%), Automobili (-20%). Al contrario crescono i settori Oggetti Personali e Finanza/Assicurazioni.

Il mercato radio chiude il primo bimestre in crescita rispetto al 2009 del 11% (Fonte Nielsen – primo bimestre 2010). La performance complessiva di System sul mezzo radio è del 9,0%, inferiore al mercato, ma si deve considerare che System nello scorso anno aveva chiuso il primo trimestre a +6,3% contro un mercato in forte perdita (-20,1%). Inoltre, considerando il periodo 2006-2010 la Radio fa registrare una performance media

annua positiva, in controtendenza rispetto al mercato nel complesso (+9,3% System - Mercato Radio -2,1%).

La vendita degli spazi pubblicitari on line, sia di alcuni siti del Gruppo 24 ORE sia di importanti siti di altri editori, ha ottenuto un risultato complessivo del +65,7% rispetto al corrispondente periodo del 2009, performance determinata dalla nuova modalità di vendita dei fondi off e on line.

I ricavi complessivi dell'**Area Editrice**, sono in flessione dell'11,0% rispetto al corrispondente periodo del 2009.

I ricavi del quotidiano risultano in calo del 11,4% rispetto ai primi tre mesi dello scorso esercizio. La flessione della raccolta pubblicitaria sconta il contesto di crisi del mercato finanziario e la forte crescita, superiore al mercato, del biennio 2007/2008. Considerando l'intero periodo 2006-2010, i ricavi pubblicitari del quotidiano Il Sole 24 ORE fanno registrare infatti una flessione più contenuta di quella del mercato (Il Sole 24 ORE -5,6%, Quotidiani a pagamento -7,8%).

I più recenti dati relativi alla diffusione (ADS media mobile febbraio 2009 - gennaio 2010) evidenziano una riduzione del numero di copie relativa ai principali quotidiani nazionali a pagamento rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente pari al -9,4%. Il Sole 24 ORE, nel medesimo periodo, registra una flessione del 13,9% anche per effetto della politica di riduzione delle copie promozionate.

La business unit *on line* registra ricavi in crescita del 56,7% rispetto al corrispondente dato del 2009, quale risultato dell'ottimo andamento della raccolta pubblicitaria, sia nei comparti già attivi nel 2009 (automobilistico in testa), sia e soprattutto nel mondo degli intermediari finanziari, grazie al lancio di nuove modalità di vendita on line dei Fondi di investimento. In crescita il numero dei visitatori unici, che hanno raggiunto una media giornaliera di 323 mila (+16% rispetto al corrispondente periodo 2009) (fonte: *Nielsen SiteCensus*).

La business unit *Finanza* (-8,5%) raggruppa, a partire da inizio 2010, le attività di vendita di informazioni finanziarie in *real time* e quelle dell'agenzia di stampa Radiocor. Quest'ultima registra nel periodo ricavi in crescita del 5,8%, in particolare sulla linea di prodotto Servizi Editoriali Diversificati, mentre nel primo trimestre 2010 il mercato dell'informativa finanziaria *real time* si presenta ancora in contrazione.

La business unit Finanza ha avviato un processo di revisione contenuti delle piattaforme finanza, con un focus particolare sul target fondi d'investimento e *fixed income*, volto ad arricchire i servizi offerti.

Nel complesso l'**Area Professionale** ha registrato un andamento dei ricavi in diminuzione del 6,1%, rispetto al primo trimestre 2009. Per rendere i dati comparabili con l'esercizio 2009, occorre escludere gli effetti derivanti dalle cessioni effettuate successivamente al primo trimestre 2009: il ramo Grafica di Data Ufficio, ceduto in settembre 2009, Mondoesa Milano Nordovest S.r.l. e Cesaco S.r.l., delle quali non si detiene più il controllo, il ramo libri Architettura, ceduto nel febbraio 2010 alla Business unit Cultura e le testate ICT, cedute anch'esse nel mese di febbraio.

A dati comparabili, i ricavi risultano in flessione del 1,7%, prevalentemente a causa della minore raccolta pubblicitaria sui mezzi Business Media (-10,6%). Infatti, al netto della business unit Editoria di settore e a parità di perimetro, l'andamento dei ricavi dell'Area professionale è sostanzialmente in linea con lo stesso periodo dell'anno precedente (+0,1%).

I ricavi della business unit *Software Solutions* mostrano un decremento pari a 7,6% rispetto al pari periodo del 2009. Il confronto non è però omogeneo per l'uscita dal Gruppo, avvenuta nella seconda parte del 2009, del ramo grafica di Data Ufficio S.p.A., ceduto al Gruppo Buffetti e dall'uscita dal perimetro di consolidamento di Cesaco S.r.l. e Mondoesa Milano Nordovest S.r.l.. Escludendo tali effetti la business unit mostra ricavi in crescita del 4,4%.

Da sottolineare il positivo andamento dei prodotti software a marchio 24 ORE che registrano un incremento dei ricavi del 11,8% rispetto al corrispondente trimestre del 2009. Tale performance deriva, oltre che dall'elevato tasso di fidelizzazione del parco abbonati al Sistema Via Libera, dal buon andamento delle vendite del nuovo prodotto Studio24 Commercialisti, lanciato nel 2009, dalla continua crescita dei ricavi sul mercato aziende, in particolare col prodotto Impresa24, e dal graduale incremento delle vendite dei nuovi prodotti sviluppati nel corso del 2009 grazie anche all'integrazione ed allo sfruttamento commerciale di software prodotti dalle aziende acquisite: Via Libera Azienda, Studio24Edilizia, Studio24Avvocati, Via Libera Paghe Online.

Positivo anche l'andamento dei prodotti a marchio Data Ufficio e STR, in particolare grazie all'erogazione di servizi e personalizzazioni e al significativo incremento dei contratti di assistenza.

I ricavi della business unit *Tax&Legal* diminuiscono del 3,7%, principalmente per l'andamento di alcune linee di prodotto (libri -11,8% e periodici -8,3%). Più in particolare, la contrazione dei ricavi della business unit è legata da un lato alla congiuntura economica e dall'altro alla contrazione dei ricavi delle linee periodici e libri, che deriva sia da uno spostamento verso nuovi strumenti di informazione prevalentemente *on line*, sia dalla conseguente razionalizzazione del catalogo che punta alla massimizzazione del margine di queste due linee prodotto. I periodici confermano un'elevata fidelizzazione degli abbonati sostenuta anche dallo sviluppo di siti *on line*, nati proprio per soddisfare la sempre maggiore propensione dei target di riferimento verso i media elettronici ed internet. In crescita i ricavi di editoria elettronica (4,8%) sostenuta da un impegno costante e significativo in termini di innovazione di prodotto, editoriale e tecnologica, finalizzata a rispondere tempestivamente ed efficacemente all'evoluzione dei modelli di consumo del target, e dallo sviluppo di offerte di sistema.

I ricavi della business unit *Formazione* evidenziano una crescita del 22,0% rispetto ai tre mesi del 2009.

I ricavi di **Radio 24** nel periodo gennaio – marzo 2010 hanno mostrato crescita del 4,1% rispetto allo stesso periodo del 2009. I ricavi pubblicitari mostrano un incremento del 5,3%. Una quota residua di ricavi è generata da operazioni e progetti speciali sviluppati dal marketing, da prestazioni di servizi tecnici e da produzioni audio/video realizzate per le altre Aree del Gruppo. In termini di secondi, la pubblicità in onda su Radio 24 ha visto una crescita del + 2% rispetto allo stesso periodo del 2009 raggiungendo una quota di mercato del 7,8%. (fonte: Nielsen Media Research).

Nel rispetto della la sua identità *News and Talk*, da gennaio 2010 Radio 24 ha introdotto alcune novità nel proprio palinsesto potenziando la fascia pomeridiana dedicata all'intrattenimento con programmi rivolti ad un pubblico più giovane. Ampio spazio all'informazione con il rafforzamento della fascia di mezzogiorno con l'introduzione di due nuove rubriche informative.

Nel mese di gennaio è stato lanciato il nuovo sito di Radio 24, rinnovato sia nella veste grafica sia nella struttura e arricchito di contenuti audio. Nei primi tre mesi dell'anno ha registrato un + 67% di pagine viste e un + 56% di visitatori unici rispetto al pari periodo dell'anno precedente.

Evoluzione prevedibile della gestione

L'evoluzione dei mercati di riferimento nell'esercizio in corso rimane influenzata da una situazione di incertezza, facendo sì che il 2010 rappresenti un anno di stabilizzazione o crescita molto limitata.

In particolare, il mercato pubblicitario rimane caratterizzato da scarsa visibilità: i segnali di ripresa evidenziati nel primo trimestre relativamente alla tipologia commerciale appaiono più deboli per il mese di aprile, rendendo difficile una previsione sull'intero esercizio. Il quadro rimane peraltro critico a livello di pubblicità finanziaria, fortemente penalizzata anche dagli impatti delle evoluzioni normative, in particolare dall'eliminazione dell'obbligo di pubblicazione sui quotidiani delle quote dei fondi OICR esteri e dei relativi avvisi, settore nel quale il Gruppo 24 ORE ha una leadership storica.

Anche relativamente al settore professionale, escludendo le attività in ambito editoria di settore (Business Media), le attese sono di un trend di sostanziale stabilità, ancora fortemente influenzato dal processo di transizione da modelli e strumenti cartacei alle piattaforme elettroniche.

Le linee di azione per l'esercizio in corso si concentreranno quindi, da un lato, sull'individuazione di nuovi prodotti e sull'evoluzione di quelli esistenti, con l'obiettivo di cogliere al meglio le dinamiche di mercato e le opportunità della tecnologia (a breve lo sfoglio del quotidiano in elettronico e il rilascio del nuovo sito internet che trasforma *ISole24Ore.com* in un nuovo sistema informativo multimediale e multiplatforma, disponibile su tutti i device), dall'altro, sul proseguimento delle azioni volte ad un equilibrato dimensionamento dei livelli di costo e ad una semplificazione dei processi e delle strutture. Peraltro, il Consiglio di amministrazione, su indicazione dell'amministratore delegato, approfondirà nel corso dei prossimi mesi l'evoluzione complessiva del settore ed il posizionamento nonché la struttura competitiva della società.

I benefici di tali azioni, in costanza del contesto normativo che ha caratterizzato il primo trimestre (non considerando quindi eventuali effetti legati al decreto interministeriale del 30 Marzo 2010 che ha cancellato, con effetto dal 1 aprile 2010, l'applicazione delle tariffe postali agevolate per il settore dell'editoria di riferimento), ed in assenza di oneri di natura straordinaria al momento non prevedibili, dovrebbero permettere di conseguire per l'intero esercizio 2010 un margine operativo lordo in miglioramento rispetto all'anno precedente.

Peraltro, il decreto interministeriale del 30 Marzo 2010, ha modificato sensibilmente lo scenario: qualora nel tavolo di discussione tra Governo, Poste Italiane e editori non si dovesse giungere ad un accordo di revisione complessiva delle tariffe, i costi di distribuzione subirebbero per il Gruppo un aggravio significativo, tenuto conto che le vendite in abbonamento del quotidiano e dei periodici rappresentano una parte rilevante del fatturato.

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Giuseppe Crea dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154-bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Per ulteriori informazioni:

*Ufficio Stampa Il Sole 24 ORE: Ginevra Cozzi - Tel. 02/3022.4945 – Cell. 335/1350144
PMS: Fabio Marando – Tel. 02/48000250 - Cell. 329/4605000*

Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2010
Prospetti contabili

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO		
milioni di euro	1°trimestre 2010	1°trimestre 2009
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	123,2	133,0
Altri proventi operativi	2,6	2,2
Costi del personale	(47,5)	(49,4)
Variazione delle rimanenze	(2,2)	(1,7)
Acquisto materie prime e di consumo	(6,1)	(8,1)
Costi per servizi	(56,3)	(60,5)
Altri costi operativi	(11,2)	(11,1)
Accantonamenti e svalutazioni crediti	(2,0)	(1,3)
Margine operativo lordo	0,5	3,0
Ammortamenti e svalutazioni	(7,4)	(7,7)
Plus/minusvalenze attività immat. e materiali	0,0	0,0
Risultato operativo	(6,9)	(4,6)
Proventi (oneri) finanziari	0,2	1,0
Proventi (oneri) da partecipazioni	0,1	0,0
Risultato prima delle imposte	(6,6)	(3,6)
Imposte sul reddito	0,0	(0,9)
Risultato netto	(6,5)	(4,4)
Risultato attribuibile a partecipazioni di minoranza	(0,1)	(0,2)
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(6,4)	(4,2)

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA

milioni di euro	31.03.2010	31.12.2009
ATTIVITÀ		
Attività non correnti		
Immobili, impianti e macchinari	88,3	90,5
Avviamento	72,9	72,9
Attività immateriali	96,5	100,5
Partecipazioni in società collegate e joint venture	3,2	3,1
Attività finanziarie disponibili per la vendita	2,9	2,9
Altre attività finanziarie non correnti	19,4	19,2
Altre attività non correnti	0,7	0,8
Attività per imposte anticipate	30,0	29,6
Totale	313,8	319,5
Attività correnti		
Rimanenze	13,9	15,4
Crediti commerciali	202,5	193,5
Altri crediti	13,1	12,5
Altre attività correnti	13,5	6,8
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	90,6	95,3
Totale	333,7	323,6
Attività destinate alla vendita	-	3,0
TOTALE ATTIVITÀ	647,5	646,1

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA (SEGUE)

milioni di euro	31.03.2010	31.12.2009
PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ		
Patrimonio netto		
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante		
Capitale sociale	35,1	35,1
Riserve di capitale	180,3	180,3
Riserve di rivalutazione	20,6	20,6
Riserve di copertura e di traduzione	(0,5)	(0,3)
Riserve - Altre	35,4	35,0
Utili/(Perdite) portati a nuovo	26,2	78,8
Utile (Perdita) di attribuibile ad azionisti controllante	(6,4)	(52,6)
Totale	290,8	296,9
Patrimonio netto attribuibile a partecipazioni di minoranza		
Capitale e riserve attribuibili a partecipazioni di minoranza	0,6	1,5
Utile (perdita) attribuibile a partecipazioni di minoranza	(0,1)	(0,8)
Totale	0,5	0,7
Totale patrimonio netto	291,2	297,6
Passività non correnti		
Passività finanziarie non correnti	10,8	10,9
Benefici ai dipendenti	38,2	38,8
Passività per imposte differite	19,7	21,0
Fondi rischi e oneri	19,1	19,2
Altre passività non correnti	0,0	0,0
Totale	87,8	89,9
Passività correnti		
Scoperti e fin. bancari-scad. entro anno	3,5	3,6
Passività finanziarie detenute per la negoziazione	0,7	0,5
Debiti commerciali	166,4	161,1
Altre passività correnti	15,4	8,8
Altri debiti	82,6	84,2
Totale	268,5	258,2
Passività destinate alla vendita	-	0,5
Totale passività	356,3	348,5
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ	647,5	646,1

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO

milioni di euro	1°trimestre 2010	1°trimestre 2009
A) RENDICONTO FINANZIARIO DELLA ATTIVITÀ OPERATIVA		
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(6,4)	(4,2)
Rettifiche per:		
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	2,9	2,8
Ammortamenti di altre attività immateriali	4,5	4,8
(Plusvalenze) minus v. da alien. di immobili, impianti e macchinari	0,1	(0,0)
(Plusvalenze) minus v. da alien. di attività immateriali	(0,1)	-
Incremento (decremento) nei fondi rischi e oneri	(0,1)	(0,0)
Incremento (decremento) dei benefici ai dipendenti	(0,5)	(0,4)
Incremento (decremento) delle Imposte anticipate/differite	(1,7)	(1,2)
Variazioni di perimetro dei fondi operativi	(0,1)	-
Risultato netto della gestione finanziaria - (proventi) Oneri	(0,2)	(1,0)
Flussi di cassa attività operativa pre variaz.capitale circolante	(1,7)	0,8
(Incremento) decremento delle rimanenze	1,5	1,7
(Incremento) decremento dei crediti commerciali	(9,2)	(8,0)
Incremento (decremento) dei debiti commerciali	5,4	(1,1)
(Incremento) decremento delle altre attività/passività	(1,3)	(0,7)
Variazioni di perimetro del capitale circolante	0,1	(0,0)
Variazioni del Capitale circolante netto operativo	(3,5)	(8,1)
TOT. DISP. LIQUIDE NETTE DERIVANTI DA ATTIVITÀ OPERATIVA (A)	(5,2)	(7,3)
B) RENDICONTO FINANZIARIO DELLA ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO		
Corrispettivi della cessione di imprese controllate	1,2	-
Corrispettivi della vendita di attività immateriali	0,1	-
Investimenti in attività materiali	(0,5)	(1,1)
Investimenti in attività immateriali	(0,7)	(2,2)
Acquisizione di partecipazioni in imprese controllate	-	(1,2)
Altri decrementi (incr.) di partecipazioni in imprese collegate	(0,1)	-
TOT. DISP. LIQUIDE NETTE ASSORBITE DA ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO (B)	0,0	(4,5)
FREE CASH FLOW (A + B)	(5,2)	(11,8)
C) RENDICONTO FINANZIARIO DELLA ATTIVITÀ FINANZIARIA		
Interessi finanziari netti percepiti	0,2	1,0
Altre variazioni dell'attività finanziaria	0,1	0,3
TOT. DISP. LIQUIDE NETTE ASSORBITE DA ATTIVITÀ FINANZIARIA (C)	0,3	1,3
INCR. (DECR.) NETTO DELLE DISP. LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI (A+B+C)	(4,9)	(10,5)
DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO	92,1	145,3
DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALLA FINE DELL'ESERCIZIO	87,2	134,8
INCREMENTO (DECREMENTO) DELL'ESERCIZIO	(4,9)	(10,5)

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA		
milioni di euro	31.03.2010	31.12.2009
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	90,6	95,3
Scoperti e finanziamenti bancari scadenti entro l'anno	(3,5)	(3,6)
Posizione finanziaria netta a breve termine	87,2	91,6
Passività finanziarie non correnti	(10,8)	(10,9)
Attività finanziarie non correnti e fair value strumenti finanziari di copertura	18,0	18,1
Posizione finanziaria netta a medio lungo termine	7,2	7,2
Posizione Finanziaria Netta	94,4	98,8