

Comunicato Stampa

Ai sensi della delibera Consob 11971/99 e successive modificazioni e integrazioni

Il Sole 24 ORE S.p.A.: il CdA approva il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015

I dati commentati sono a perimetro omogeneo, al netto delle cessioni del ramo Business Media e dell'Area Software effettuate nel precedente esercizio.

- **Ricavi consolidati di Gruppo pari a 84,8 milioni di euro, sono in crescita di 0,5 milioni di euro** (+0,6% rispetto al 1° trimestre 2014), continuando la positiva dinamica iniziata nel 2014, grazie alla scelta strategica implementata di creare un sistema multimediale con una filiera di quotidiani digitali specializzati, che determinano una crescita dei ricavi da contenuti informativi digitali ad alta redditività, unitamente al buon andamento della raccolta pubblicitaria e della formazione.
- **I ricavi digitali da contenuto informativo**, che aumentano di 2,2, milioni di euro, pari al 14,8% rispetto al pari periodo del precedente esercizio, hanno superato i ricavi da contenuto in versione cartacea, attestandosi a oltre il 50% del totale dei ricavi da contenuto, rispetto al 41% dello stesso periodo del 2014.
- I ricavi digitali complessivi del Gruppo ammontano a 26,5 milioni di euro e sono pari al 31,2% del totale dei ricavi (erano pari al 29,1% nel primo trimestre 2014) in incremento del 7,8% rispetto al pari periodo del 2014.
- I ricavi diffusionali del quotidiano sono in crescita (+0,9%) rispetto al 1° trimestre 2014, in controtendenza rispetto al mercato. I ricavi pubblicitari in un mercato in calo del 5,2% si incrementano del 3,6%, i ricavi dell'Area Formazione del 13,1% e i ricavi dell'Area Cultura del 2,1%.
- **Margine Operativo Lordo (ebitda)**, in miglioramento di 0,4 milioni di euro (+28,3%), è pari a 1,8 milioni di euro e si confronta con un risultato di 1,4 milioni di euro nel 1° trimestre 2014. Tale risultato è stato ottenuto grazie alla crescita dei ricavi e alla costante attenzione al contenimento dei costi e degli effetti della riorganizzazione di alcune aree di business e della riduzione dei costi operativi delle funzioni corporate;
- **Il Sole 24 ORE** si conferma nei primi tre mesi del 2015 il primo quotidiano digitale con oltre 213 mila copie digitali a marzo 2015 (+25,4% verso marzo 2014) e il secondo quotidiano nazionale per diffusioni complessive carta + digitale con 389 mila copie complessive carta + digitale a marzo 2015 (+7,4% verso marzo 2014), in controtendenza rispetto al mercato, in flessione del 3,8% (fonte ADS gennaio – marzo 2015). A completamento del sistema Sole, alle copie cartacee e digitali si aggiungono gli oltre 30.000 abbonamenti attivi a pagamento de IlSole24ore.com.
- **www.ilssole24ore.com**, primo sito italiano a pagamento, nel primo trimestre 2015 registra una media di quasi 767 mila *browser* unici in crescita dell'8,7% e una crescita delle pagine viste pari al 12,0% rispetto alla media del primo trimestre 2014. (Fonte

dati: *Omniure Sitecatalyst*). La versione mobile del sito *www.ilsole24ore.com* rileva nel primo trimestre 2015 un aumento del 196,4% dei *browser unici* nel giorno medio e del 66,3% di pagine viste (Fonte dati: *Omniure Sitecatalyst*) grazie al *restyling* grafico e all'ottimizzazione della fruizione dei contenuti.

- **Raccolta pubblicitaria System pari a 33,3 milioni di euro**, in crescita del 3,6% rispetto al 1° trimestre 2014 e si confronta con un mercato in calo del 5,2%, realizzando un risultato in totale controtendenza nel settore media. Tutti i mezzi realizzano risultati migliori del mercato: Radio 24 (+12,6% vs 5,2% mercato), stampa (+2,8% vs mercato in calo dell'8,0%), *online* (-1,0% vs -5,3% mercato) - Fonte: *Nielsen – gennaio-febbraio 2015*. La concessionaria ha realizzato un incremento dei ricavi sui mezzi stampa di 0,6 milioni di euro rispetto allo stesso periodo del 2014.
- **Radio 24**, nel 2014 consolida la 9° posizione nella classifica delle radio nazionali con 1.965 mila ascoltatori che salgono a 2.178 mila dal lunedì al venerdì. La raccolta pubblicitaria di Radio 24 ha registrato un incremento del 12,6% rispetto al primo trimestre 2014 con una performance migliore rispetto al mercato radio nazionale (fonte: 6,2% *Fcp Assoradio gennaio – marzo 2015*). In termini di spazi Radio 24 registra un +9,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (fonte: *Nielsen, analisi per secondi gen-mar 2015*) e mantiene stabile al 9,4% la sua quota in secondi rispetto al totale mercato radio.
- I ricavi dell'**Area Formazione ed Eventi** sono in crescita di 1,0 milioni di euro pari al +13,1% e si attestano a 8,7 milioni di euro, grazie all'incremento delle vendite, al mix di offerta della *Business School* e all'incremento del portafoglio clienti di Newton.
- L'**Area Cultura** conferma la propria leadership nel panorama nazionale con una crescita dei ricavi pari al 2,1%.
- **Il risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante**, in miglioramento di 3,0 milioni di euro (+51,7%) è negativo per 2,8 milioni di euro e si confronta con un risultato di -5,8 milioni di euro nel 1° trimestre 2014.
- **Posizione Finanziaria Netta** negativa per 21,2 milioni di euro (+2,2 milioni di euro al 31 dicembre 2014).

Dichiarazione del Presidente del Gruppo 24 Ore Dott. Cav. Lav. **Benito Benedini**:

“In un mercato dell'editoria ancora difficile, il Gruppo 24 Ore ha saputo continuare la sua crescita soprattutto grazie alle buone performance registrate nei ricavi diffusionali e nella raccolta pubblicitaria. Crescita dei ricavi e costante attenzione al contenimento dei costi hanno prodotto per il 2° trimestre consecutivo un Ebitda positivo”.

Milano, 12 maggio 2015 Si è riunito oggi, sotto la presidenza del Cav. Lav. Dr. Benito Benedini, il Consiglio di Amministrazione de Il Sole 24 ORE S.p.A., che ha approvato il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015.

PRINCIPALI DATI DEL GRUPPO 24 ORE A PERIMETRO OMOGENEO		
milioni di euro	1° Trimestre 2015	1° Trimestre 2014
Ricavi	84,8	84,3
Margine operativo lordo (EBITDA)	1,8	1,4 (*)
Risultato operativo (EBIT)	(2,0)	(2,2)
Risultato ante imposte	(2,3)	(3,0)
Risultato netto a perimetro omogeneo	(3,0)	(3,8)
Risultato delle attività operative cessate	-	(0,8)
Risultato di altre attività in discontinuità	-	(1,2)
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(2,8)	(5,8)
Posizione finanziaria netta	(21,2)	2,2 (**)(1)
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante	107,0	109,8 (1)
Numero dipendenti a fine periodo	1.229	1.228 (1)

(1) Valore relativo al 31 dicembre 2014

Andamento del mercato

I dati di mercato relativi al primo trimestre 2015 presentano un trend ancora in flessione rispetto al 2014 sia per quanto riguarda la raccolta pubblicitaria sia per le diffusioni dei quotidiani.

Il mercato pubblicitario, nella sua interezza, considerando la totalità dei mezzi, inclusa la televisione, nel primo bimestre 2015 registra una flessione del 5,2% rispetto allo stesso periodo del 2014.

Risulta ancora in sofferenza la raccolta pubblicitaria sulla stampa (-8,0%), i quotidiani si contraggono dell'8,9% e i periodici del 6,2%. In calo gli investimenti sull'online (-5,3%), mentre per la radio si registra un incremento del 5,2% (fonte: Nielsen, gennaio-febbraio 2015).

Per quanto riguarda le diffusioni, dati ADS, indicano per il periodo gennaio – marzo 2015 un calo delle diffusioni della versione cartacea dei principali quotidiani nazionali

(*)L'Ebitda è definito come risultato netto al lordo degli ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali e materiali, degli oneri e proventi finanziari, delle plusvalenze/minusvalenze da cessione attività immobilizzate, della svalutazione di partecipazioni, delle plusvalenze da alienazione partecipazioni, della svalutazione immobilizzazioni immateriali e delle imposte sul reddito.

Poiché l' Ebitda non è identificato come misura contabile nell'ambito degli IFRS adottati dall'Unione Europea la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca. Il criterio di determinazione dell'EBITDA applicato dal Gruppo Il Sole 24 Ore potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

(**)La posizione finanziaria netta è definita come somma delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, dei crediti finanziari a breve termine, delle attività finanziarie non correnti e del *fair value* degli strumenti finanziari di copertura, al netto di scoperti e finanziamenti bancari scadenti entro un anno e passività finanziarie non correnti. La posizione finanziaria netta non è identificata come misura contabile nell'ambito degli IFRS adottati dall'Unione Europea. Il criterio di determinazione applicato dall'Emittente potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il saldo ottenuto del Gruppo potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi

pari a circa il 9,1% rispetto allo stesso periodo del 2014. La diffusione delle copie cartacee sommate a quelle digitali mostra un calo pari al 3,8%.

Anche per il mercato dell'editoria professionale, il primo bimestre del 2015 registra trend analoghi a quelli dell'esercizio precedente, confermando quindi, allo stato attuale, la previsione di un 2015 in contrazione generale pari a circa il -5% rispetto al 2014 (fonte Databank 2014).

I dati d'ascolto più recenti relativi al mezzo radiofonico si riferiscono al totale 2014 e ammontano a 34.314.000 ascoltatori nel giorno medio, con una contrazione dell'1,5% (-539.000) rispetto all'anno 2013.

La crisi economica in atto determina una crescente difficoltà della domanda finale nei mercati principali del Gruppo: imprese, famiglie, professionisti. Per il 2015 s'intravedono segnali di ripresa, confermati dalle stime del Centro Studi Confindustria, che prevede per l'Italia una crescita dello 0,7%.

Il modello di consumo si evolve a favore di media elettronici, banche dati, prodotti e servizi online. Questo fenomeno determina una contrazione della spesa, a causa della difficoltà nel mercato professionale a vendere le informazioni online a prezzi adeguati alle versioni cartacee.

Commento ai risultati consolidati al 31 marzo 2015

Nel primo trimestre 2015, il Gruppo 24 ORE ha conseguito **ricavi consolidati** pari a 84,8 milioni di euro, in incremento di 0,5 milioni di euro rispetto allo stesso periodo del 2014. Tale risultato è stato ottenuto grazie all'innovazione dei prodotti e servizi con focalizzazione alle esigenze del cliente e all'integrazione dei contenuti che ha consentito di ottenere ricavi diffusionali cartacei e digitali in crescita dello 0,9%, con diffusioni in crescita del 7,4% in un mercato in calo del 3,8% (fonte rilevazioni ADS gennaio-marzo 2015), un significativo incremento dei ricavi pubblicitari del 3,6%, in controtendenza rispetto al mercato (-5,2% Fonte: *Nielsen gennaio - febbraio 2015*). In crescita i ricavi dell'area Formazione (+13,1%), e Cultura (+2,1%).

I ricavi digitali da contenuto informativo, che aumentano di 2,2 milioni di euro, pari al 14,8% rispetto al pari periodo del precedente esercizio, hanno superato i ricavi da contenuto in versione cartacea, attestandosi a oltre il 50% del totale dei ricavi da contenuto, rispetto al 41% dello stesso periodo del 2014.

I ricavi digitali complessivi del Gruppo ammontano a 26,5 milioni di euro e sono pari al 31,2% del totale dei ricavi (erano pari al 29,1% nel primo trimestre 2014) in incremento del 7,8% rispetto al pari periodo del 2014.

I costi complessivi sono pari a 86,3 milioni di euro e sono in linea rispetto al primo trimestre del 2014. Alcune tipologie di costo, grazie all'implementazione della strategia digitale e alle politiche e azioni di contenimento dei costi perseguite, sono diminuite, in particolare i costi per materie prime e di consumo, i costi stampa e i costi di distribuzione diminuiscono complessivamente di 2,1 milioni di euro per la strategia intrapresa dal Gruppo di passaggio al digitale, con conseguente minore produzione e distribuzione di prodotti cartacei. I costi per servizi centralizzati delle funzioni corporate diminuiscono di 1,3 milioni di euro rispetto al primo trimestre 2014 e presentano un'incidenza dell'11,4% sui ricavi consolidati nel primo trimestre 2015 rispetto al 13% del pari periodo 2014.

Alcune altre tipologie di costo sono in incremento, in quanto direttamente correlate alla crescita dei ricavi, in particolare le competenze pubblicitarie verso editori terzi, i costi

legati agli eventi e i costi di vendita, per un diverso mix di prodotti venduti e per l'effetto derivante dal contratto di agenzia stipulato con TeamSystem, a seguito della cessione dell'area Software.

Il costo del personale, pari a 27,7 milioni, è in linea rispetto al 1° trimestre del 2014: il calo del costo derivante dalla riduzione dell'organico medio, unitamente ai benefici dell'aumento della solidarietà, hanno consentito di neutralizzare i maggiori costi derivanti dall'applicazione dei contratti collettivi.

Il personale dipendente in organico al 31 marzo 2015 è pari a 1.229 unità e si confronta con un dato al 31 dicembre 2014 di 1.228 unità. L'organico medio diminuisce di 13 unità verso il primo trimestre 2014 ed è pari a 1.207 unità (1.220 unità nel primo trimestre 2014).

Il Margine Operativo Lordo (*ebitda*), positivo per 1,8 milioni di euro in miglioramento per 0,4 milioni di euro (+28,3%), e si confronta con un risultato di 1,4 milioni di euro nel primo trimestre 2014. Tale risultato è stato ottenuto grazie alla **crescita dei ricavi** in particolare di pubblicità, formazione e dei prodotti digitali, unitamente alla costante attenzione al contenimento dei costi e alle azioni di ottimizzazione dell'assetto organizzativo, produttivo e distributivo e all'efficienza dei processi in tutte le aree del Gruppo.

Il risultato operativo (*ebit*), in miglioramento di 0,2 milioni rispetto al primo trimestre 2014 (+9,7%) è negativo per 2,0 milioni di euro e si confronta con un *ebit* negativo di 2,2 milioni di euro nel 2014. Gli ammortamenti e le svalutazioni ammontano a 3,9 milioni di euro contro i 3,6 milioni di euro dello stesso periodo del precedente esercizio.

Il risultato delle attività operative cessate nel primo trimestre 2014 era negativo per 0,8 milioni di euro, e si riferiva al risultato netto dell'area Software ceduta nel maggio 2014; il **risultato di altre attività in discontinuità** nel primo trimestre 2014 era negativo per 1,2 milioni di euro e si riferiva agli utili e perdite del ramo d'azienda Business Media la cui cessione è stata perfezionata nel gennaio 2014.

Il risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante in miglioramento di 3,0 milioni di euro (+51,7%) ed è pari a -2,8 milioni di euro e si confronta con risultato negativo di 5,8 milioni di euro del primo trimestre 2014.

La **posizione finanziaria netta** è negativa per 21,2 milioni di euro, si confronta con un valore al 31 dicembre 2014 di +2,2 milioni di euro e diminuisce principalmente per effetto dell'andamento del capitale circolante netto, in relazione alla dinamica dei pagamenti di inizio anno, della diversa stagionalità degli incassi e degli investimenti netti.

Prevedibile evoluzione dell'attività per l'esercizio in corso

La recessione, anche nei primi mesi del 2015, continua a incidere negativamente sui ricavi e sui margini dell'industria editoriale anche se in misura più contenuta rispetto ad anni precedenti. Le attese per il 2015 prevedono una variazione positiva del PIL prevedendo per l'Italia una ripresa dell'economia dello 0,7% (*fonte: Confindustria centro studi*).

Il trend del mercato pubblicitario nei primi 2 mesi del 2015 è ancora in flessione, con effetti differenti sui diversi mezzi. Le previsioni del mercato pubblicitario per il 2015 sono allo stato attuale ancora piuttosto incerte.

Le dinamiche macro-economiche sopra evidenziate sono state riflesse nelle previsioni di piano 2015 - 2019.

Il Gruppo continua a perseguire attività volte all'ottimizzazione dei processi e alla riduzione dei costi.

Per il 2015, il Gruppo proseguirà nella linea di rafforzamento e ampliamento delle iniziative commerciali già avviate nel 2014 e continuerà a focalizzarsi su azioni volte all'incremento dei ricavi, proseguendo in particolare con lo sviluppo dei nuovi prodotti lanciati nel 2014. L'offerta è ulteriormente rafforzata nel 2015 con il lancio di nuove banche dati per il mercato professionale nel settore Lavoro e Diritto e nuovi prodotti digitali per il mercato dei tecnici.

Per l'esercizio in corso il Gruppo prosegue lo sviluppo dei prodotti digitali e dei quotidiani verticali, sostenuto dalla sempre maggiore integrazione di tutti i contenuti professionali de Il Sole 24 Ore, per compensare il previsto calo dell'editoria tradizionale cartacea. L'area Cultura amplierà le proprie attività, con iniziative internazionali e con l'apertura del Museo delle Culture di via Tortona - Milano avvenuta a fine marzo. Anche l'area Formazione sfrutterà le possibilità fornite dagli spazi di via Tortona, con l'avvio del Mudec Academy al quale saranno collegati nuove iniziative formative ed eventi.

Allo stato attuale e in assenza di eventi al momento non prevedibili, il Gruppo continua a monitorare attentamente il contesto di riferimento, ancora caratterizzato da un elevato grado d'incertezza, per quanto riguarda in particolare l'andamento del mercato pubblicitario. Tenuto conto di tale contesto, si prevede di confermare per l'esercizio in corso un *ebitda* in miglioramento rispetto al 2014.

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Valentina Montanari 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 e alle scritture contabili.

Per ulteriori informazioni:

Responsabile Ufficio Stampa Il Sole 24 ORE:

Ginevra Cozzi - Tel. 02/3022.4945 – Cell. 335/1350144

Investor Relations

Ines Di Terlizzi Tel. 02/3022.3728

Prospetti contabili del Gruppo 24 ORE al 31 marzo 2015

CONTO ECONOMICO SINTETICO CONSOLIDATO A PERIMETRO OMOGENEO		
milioni di euro	1° Trimestre 2015	1° Trimestre 2014
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	84,8	84,3
Altri proventi operativi	3,4	3,4
Costi del personale	(27,7)	(27,9)
Variazione delle rimanenze	(1,3)	(1,1)
Acquisto materie prime e di consumo	(2,0)	(3,3)
Costi per servizi	(47,8)	(45,2)
Altri costi operativi	(7,1)	(7,6)
Accantonamenti e svalutazioni crediti	(0,4)	(1,2)
Margine operativo lordo	1,8	1,4
Ammortamenti e svalutazioni	(3,9)	(3,6)
Plus/minusvalenze attività immat. e materiali	0,1	0,0
Risultato operativo	(2,0)	(2,2)
Proventi (oneri) finanziari	(0,3)	(0,8)
Risultato prima delle imposte	(2,3)	(3,0)
Imposte sul reddito	(0,7)	(0,8)
Risultato delle attività a perimetro omogeneo	(3,0)	(3,8)
Risultato delle attività operative cessate	-	(0,8)
Risultato di altre attività in discontinuità	-	(1,2)
Risultato attribuibile ad azionisti di minoranza	(0,2)	0,1
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(2,8)	(5,8)

Nel conto economico consolidato a perimetro omogeneo è stata effettuata la riclassifica dei dati relativi al ramo Business Media ceduto nel mese di gennaio 2014.

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO		
milioni di euro	1° Trimestre 2015	1° Trimestre 2014 Rideterminato
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	84,8	85,0
Altri proventi operativi	3,4	3,4
Costi del personale	(27,7)	(28,4)
Variazione delle rimanenze	(1,3)	(1,1)
Acquisto materie prime e di consumo	(2,0)	(3,3)
Costi per servizi	(47,8)	(46,4)
Altri costi operativi	(7,1)	(7,7)
Accantonamenti e svalutazioni crediti	(0,4)	(1,3)
Margine operativo lordo	1,8	0,2
Ammortamenti e svalutazioni	(3,9)	(3,6)
Plus/minusvalenze attività immat. e materiali	0,1	0,0
Risultato operativo	(2,0)	(3,4)
Proventi (oneri) finanziari	(0,3)	(0,8)
Risultato prima delle imposte	(2,3)	(4,2)
Imposte sul reddito	(0,7)	(0,8)
Risultato delle attività in funzionamento	(3,0)	(5,0)
Risultato delle attività operative cessate	-	(0,8)
Risultato netto	(3,0)	(5,7)
Risultato attribuibile ad azionisti di minoranza	(0,2)	0,1
Risultato netto attribuibile ad azionisti della controllante	(2,8)	(5,8)

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA		
milioni di euro	31.03.2015	31.12.2014
ATTIVITÀ		
Attività non correnti		
Immobili, impianti e macchinari	43,9	45,4
Avviamento	18,4	18,1
Attività immateriali	58,4	59,5
Partecipazioni in società collegate e joint venture	0,0	0,0
Attività finanziarie disponibili per la vendita	0,9	0,9
Altre attività non correnti	27,5	27,0
Attività per imposte anticipate	57,7	57,7
Totale	206,8	208,7
Attività correnti		
Rimanenze	5,4	6,8
Crediti commerciali	114,7	112,0
Altri crediti	15,5	10,8
Altre attività correnti	7,7	4,5
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	30,8	34,5
Totale	174,2	168,6
Attività disponibili alla vendita	-	-
TOTALE ATTIVITÀ	381,0	377,3

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA CONSOLIDATA (SEGUE)

milioni di euro

31.03.2015

31.12.2014

PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ
Patrimonio netto
Patrimonio netto attribuibile ad azionisti della controllante

Capitale sociale	35,1	35,1
Riserve di capitale	83,0	98,8
Riserve di copertura e di traduzione	(0,0)	(0,0)
Riserve - Altre	13,7	13,7
Utili (perdite) portati a nuovo	(22,0)	(28,0)
Utile (perdita) attribuibile ad azionisti della controllante	(2,8)	(9,8)
Totale	107,0	109,8

Patrimonio netto attribuibile ad azionisti di minoranza

Capitale e riserve attribuibili ad azionisti di minoranza	0,8	0,3
Utile (perdita) attribuibile ad azionisti di minoranza	(0,2)	0,5
Totale	0,6	0,8

Totale patrimonio netto

107,6

110,6

Passività non correnti

Passività finanziarie non correnti	15,0	15,0
Benefici ai dipendenti	27,1	27,5
Passività per imposte differite	6,7	6,7
Fondi rischi e oneri	9,9	11,3
Altre passività non correnti	0,0	0,0
Totale	58,7	60,5

Passività correnti

Scoperti e fin. bancari-scad. entro anno	37,0	17,2
Passività per strumenti finanziari detenuti per la negoziazione	0,0	0,0
Debiti commerciali	140,4	149,9
Altre passività correnti	0,2	0,0
Altri debiti	37,2	39,1
Totale	214,7	206,3
Passività disponibili alla vendita	-	-
Totale passività	273,4	266,8

TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ

381,0

377,3

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO		
milioni di euro	1° Trimestre 2015	1° Trimestre 2014 Rideterminato
Risultato prima delle imposte di pertinenza del Gruppo [a]	(2,1)	(5,8)
Rettifiche [b]	1,4	8,1
Risultato di pertinenza di terzi	(0,2)	0,1
Ammortamenti e svalutazioni	3,9	6,8
(Plusvalenze) minusvalenze	(0,1)	0,0
Risultato attività operative cessate	-	0,8
Variazione fondi rischi e oneri	(1,4)	(0,1)
Variazione benefici a dipendenti	(0,4)	(0,0)
Variazione imposte anticipate/differite	(0,7)	(0,2)
Oneri e proventi finanziari	0,3	0,9
Variazioni del capitale circolante netto operativo [c]	(20,5)	(9,2)
Variazione rimanenze	1,3	1,2
Variazione crediti commerciali	(2,6)	(22,2)
Variazione debiti commerciali	(9,5)	27,6
Pagamenti imposte sul reddito	-	-
Altre variazioni del capitale circolante netto	(9,7)	(15,7)
Totale cash flow attività operativa [d=a+b+c]	(21,2)	(6,9)
Cash flow derivante da attività di investimento [e]	(1,5)	(1,5)
Investimenti in attività immateriali e materiali	(1,6)	(1,8)
Corrispettivi da cessione di attività immateriali e materiali	0,1	0,0
Altre variazioni delle attività di investimento	(0,0)	0,2
Cash flow derivante da attività finanziaria [f]	2,1	10,5
Interessi finanziari netti pagati	(0,7)	(0,9)
Variazione di prestiti bancari a medio/lungo	-	(0,1)
Variazione dei finanziamenti bancari a breve	2,8	11,4
Risorse finanziarie assorbite nel periodo [g=d+e+f]	(20,6)	2,1
DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO	24,8	(14,8)
DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALLA FINE DEL PERIODO	4,2	(12,7)
INCREMENTO (DECREMENTO) DEL PERIODO	(20,6)	2,1

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA		
milioni di euro	31.03.2015	31.12.2014
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	30,8	34,5
Scoperti e finanziamenti bancari scadenti entro l'anno	(37,0)	(17,2)
Posizione finanziaria netta a breve termine	(6,1)	17,3
Passività finanziarie non correnti	(15,0)	(15,0)
Fair value strumenti finanziari di copertura	(0,0)	(0,0)
Posizione finanziaria netta a medio lungo termine	(15,1)	(15,1)
Posizione Finanziaria Netta	(21,2)	2,2

\