

ARNOLDO MONDADORI EDITORE S.p.A.

Capitale Euro 67.451.756,32

Sede Legale in Milano

Sede Amministrativa in Segrate (MI)

**Resoconto intermedio di gestione
sul primo trimestre dell'esercizio 2009**

Cariche Sociali e organismi di controllo

Consiglio di Amministrazione

Presidente

Marina Berlusconi

Vice Presidente e Amministratore Delegato

Maurizio Costa

Consiglieri

Pier Silvio Berlusconi

Pasquale Cannatelli

Bruno Ermolli

Martina Forneron Mondadori

Roberto Poli

Mario Resca

Marco Spadacini

Umberto Veronesi

Carlo Maria Vismara (*)

(*) Segretario

Collegio Sindacale

Presidente

Ferdinando Superti Furga

Sindaci Effettivi

Francesco A. Giampaolo

Franco Carlo Papa

Sindaci Supplenti

Ezio Maria Simonelli

Francesco Vittadini

Sommario

Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre 2009	9
- Indicatori finanziari e non finanziari	10
- Divisione Libri	12
- Divisione Periodici Italia	15
- Divisione Periodici Francia	17
- Servizi pubblicitari	18
- Direct marketing	19
- Retail	20
- Divisione Radio	20
- Corporate e altri business	22
- Situazione finanziaria	22
- Informazioni sul personale	24
- Investimenti tecnici	25
- Altre informazioni	25
- Evoluzione prevedibile della gestione	25
 Stato patrimoniale e conto economico consolidati	 28

Relazione del Consiglio di Amministrazione

Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre 2009

Il primo trimestre dell'esercizio ha pesantemente recepito gli effetti delle problematiche del settore finanziario ed in seguito dei settori produttivi e del consumo sviluppatasi nel corso del 2008.

Per quanto riguarda i mercati di riferimento del Gruppo Mondadori:

- nel settore periodici il fenomeno negativo più significativo è stato rappresentato dal crollo del mercato degli investimenti pubblicitari, stimato superiore al 30% in Italia ed al 20% in Francia; molto più contenuta la contrazione delle diffusioni, in particolare in Francia, grazie alla buona tenuta degli abbonamenti. Sempre in forte diminuzione, come previsto, il mercato dei prodotti collaterali;
- il mercato dei libri in Italia nei primi tre mesi ha presentato valori in sostanziale stabilità nel canale delle librerie di catena, ed una leggera riduzione nel totale, in misura tale da non evidenziare rischi significativi.

L'impatto della drastica riduzione degli investimenti pubblicitari sulla redditività del Gruppo Mondadori nel primo trimestre è stato rilevante ed anche le vendite di prodotti collaterali hanno ridotto significativamente il loro apporto al margine operativo.

Le azioni di contenimento dei costi di gestione, impostate ed implementate già nello scorso esercizio e continuate con ancor maggiore determinazione, hanno prodotto positivi effetti; sono proseguiti gli investimenti per lo sviluppo (digitale, network internazionale, progetto Grazia in Francia).

Di seguito i valori di fatturato e di margine operativo consolidato sono indicati a totale ed a perimetro costante, escludendo cioè Mondadori Printing SpA, oggetto di cessione per l'80% del capitale nel novembre 2008.

Il **fatturato consolidato** al 31 marzo 2009 è stato di 354,5 milioni di Euro, in diminuzione del 23,0% rispetto ai 460,3 milioni di Euro del 2008 (-16,4% a perimetro costante).

Il **margine operativo lordo consolidato** al 31 marzo 2009 è risultato di 14,2 milioni di Euro, in riduzione di 34,2 milioni di Euro (-70,7%) rispetto ai 48,4 milioni di Euro dell'esercizio precedente e con un'incidenza sul fatturato del 4,0%, rispetto al 10,5% del 2008.

Escludendo il risultato dell'attività di Mondadori Printing il differenziale del margine operativo è risultato di -26,4 milioni di Euro (-64,5%), derivante essenzialmente da:

- minori risultati dei business: -17,0
- minore attività sui prodotti collaterali: -5,1
- maggiori investimenti per business in sviluppo: -1,2
- variazione elementi non ricorrenti: -3,1.

Il **risultato operativo consolidato** al 31 marzo 2009 è stato pari a 8,0 milioni di Euro, in diminuzione di 30,2 milioni di Euro (-79,1%) rispetto ai 38,2 milioni di Euro del 2008, con ammortamenti di attività materiali ed immateriali per 6,2 milioni di Euro (10,2 milioni di Euro nel 2008); l'incidenza sui ricavi è passata dall' 8,3% del 2008 al 2,3%.

Il **risultato prima delle imposte consolidate** è pari a 2,6 milioni di Euro, inferiore di 25,3 milioni di Euro (-90,7%) rispetto ai 27,9 milioni di Euro del 2008, con una diminuzione di 4,9 milioni di Euro degli oneri finanziari netti, per effetto sostanzialmente del minor costo dell'indebitamento.

Il **risultato netto consolidato** al 31 marzo 2009 si attesta a -1,8 milioni di Euro, rispetto ai +17,7 milioni di Euro dell'esercizio precedente.

Il **cash flow lordo** del primo trimestre 2009 è stato di 4,4 milioni di Euro rispetto ai 27,9 milioni di Euro del 2008.

La **posizione finanziaria netta** è passata da -490,3 milioni di Euro di fine 2008 a -454,2 milioni di Euro al 31 marzo 2009.

L'andamento dei singoli settori in cui opera Mondadori viene approfondito nella sezione dedicata alle singole divisioni del Gruppo; di seguito ne sono illustrati i principali elementi.

Indicatori finanziari e non finanziari

Conto economico consolidato	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008	Delta %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	354,5	460,3	(23,0%)
Costi per il personale	70,8	94,4	(25,0%)
Costo del venduto e di gestione (*)	266,4	319,5	(16,6%)
Proventi (Oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	(3,1)	2,0	n.s.
Margine operativo lordo	14,2	48,4	(70,7%)
<i>Incidenza MOL su ricavi</i>	<i>4,0%</i>	<i>10,5%</i>	
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	3,0	8,3	(63,9%)
Ammortamenti delle attività immateriali	3,2	1,9	68,4%
Risultato operativo	8,0	38,2	(79,1%)
<i>Incidenza risultato operativo su ricavi</i>	<i>2,3%</i>	<i>8,3%</i>	
Proventi (oneri) finanziari netti	(5,4)	(10,3)	(47,6%)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-	-
Risultato del periodo prima delle imposte	2,6	27,9	(90,7%)
<i>Incidenza risultato prima imposte su ricavi</i>	<i>0,7%</i>	<i>6,1%</i>	
Imposte sul reddito	4,2	9,9	(57,6%)
Risultato di pertinenza di terzi	0,2	0,3	(33,3%)
Risultato Netto	(1,8)	17,7	(110,2%)
<i>Incidenza risultato netto su ricavi</i>	<i>(0,5%)</i>	<i>3,8%</i>	
Cash flow lordo	4,4	27,9	

(*) Include le seguenti voci: decremento (incremento) delle rimanenze; costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci; costi per servizi; oneri (proventi) diversi.

A far data dal 1° gennaio 2009 è entrato in vigore il principio contabile IFRS 8, in sostituzione dello IAS 14, che disciplina l'informativa che deve essere fornita per ciascun business rilevante in cui opera il Gruppo.

L'applicazione di questo nuovo principio ha comportato l'esposizione dei dati relativi alle attività gestite dalla controllata Mondadori France separatamente rispetto a quelli dell'intera Divisione Periodici, di cui pure fa parte.

Pertanto, al fine di avere un confronto omogeneo, si è reso necessario riesporre anche i valori relativi al primo trimestre 2008.

Inoltre, a seguito della cessione dell'80% di Mondadori Printing, avvenuta nel novembre 2008, il segment che comprendeva i dati riconducibili alle attività grafiche del Gruppo non è più significativo ai sensi dell'IFRS 8 e, conseguentemente, tali valori sono stati aggregati a quelli degli Altri business. Stessa classificazione ha interessato gli importi del 2008.

I **ricavi consolidati** si sono attestati a 354,5 milioni di Euro con una flessione del 23%; di seguito ne viene fornito il dettaglio per settore di attività.

Il confronto non è omogeneo per la cessione delle attività grafiche; come già accennato si precisa che i relativi ricavi del marzo 2008 sono stati classificati alla voce "Corporate e altri business".

Volume d'affari per settore di attività	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008	Delta %
Libri	89,0	94,1	(5,4%)
Periodici Italia	124,7	162,3	(23,2%)
Periodici Francia	83,6	97,8	(14,5%)
Servizi pubblicitari	51,7	78,9	(34,5%)
Direct	4,8	5,3	(9,4%)
Retail	41,8	43,3	(3,5%)
Radio	3,0	3,6	(16,7%)
Corporate e altri business	4,6	107,1	n.s.
Totale ricavi aggregati	403,2	592,4	(31,9%)
Ricavi infragruppo	(48,7)	(132,1)	n.s.
Totale ricavi consolidati	354,5	460,3	(23,0%)

Nel prospetto seguente viene fornito il dettaglio dei ricavi consolidati per area geografica.

Volume d'affari per area geografica	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008	Delta %
Mercato nazionale	266,2	340,2	(21,8%)
Francia	78,6	99,5	(21,0%)
Altri Paesi UE	7,8	17,6	(55,7%)
Mercato USA	0,1	1,0	(90,0%)
Altri Paesi	1,8	2,0	(10,0%)
Totale ricavi consolidati	354,5	460,3	(23,0%)

Divisione Libri

Nel primo trimestre del 2009 la Divisione Libri ha confermato la propria leadership nel comparto Trade del mercato con una quota del 26,8% con una netta preminenza rispetto ai principali concorrenti. Tra le singole case editrici in leggerissimo calo rispetto al 2008 Edizioni Mondadori, in calo misurato Piemme mentre crescono le quote di Sperling & Kupfer e soprattutto di Einaudi.

La tabella seguente illustra l'andamento della Divisione nel periodo:

	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008
Fatturato libri	87,8	92,5
Altri ricavi	1,2	1,6
	89,0	94,1
Costi operativi	(76,5)	(78,1)
Margine operativo lordo	12,5	16,0
Ammortamenti e svalutazioni	(0,8)	(0,7)
Risultato operativo	11,7	15,3

Nella seguente tabella si declina il fatturato delle singole case editrici della Divisione:

Libri	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008	Delta %
Edizioni Mondadori	37,0	39,3	(5,9%)
Einaudi	12,1	11,8	2,5%
Sperling & Kupfer	8,2	6,2	32,3%
Edizioni Piemme	12,0	14,6	(17,8%)
Mondadori Electa	8,3	9,9	(16,2%)
Mondadori Education	2,3	2,7	(14,8%)
Distribuzione Libri	7,9	8,0	(1,3%)
Altri ricavi	1,2	1,6	(25,0%)
Totale ricavi consolidati	89,0	94,1	(5,4%)

Edizioni Mondadori

Nel primo trimestre del 2009 Edizioni Mondadori ha registrato ricavi per 37 milioni di Euro, in calo del 5,9% rispetto all'anno precedente.

Tra i titoli in evidenza nei primi tre mesi dell'anno hanno riscosso un grande successo il nuovo libro di Andrea Camilleri, *Un sabato, con gli amici*, che ha raggiunto le 180.000 copie e la novità di Patricia Cornwell *Kay Scarpetta* (oltre 170.000 copie).

Nella Saggistica si segnala una novità di particolare rilievo: il nuovo libro scritto da Corrado Augias e Vito Mancuso *Disputa su Dio e dintorni*, che è rapidamente salito in vetta alle classifiche con 150.000 copie. Da sottolineare la buona conferma di rifornimento del titolo *Conversazioni notturne a Gerusalemme*, di Carlo Maria Martini e Georg Sporschill con oltre 25.000 copie nel trimestre.

Si conferma la grande rilevanza nel mercato della Narrativa Italiana: oltre alla tenuta del fenomeno del 2008 *La solitudine dei numeri primi* di Paolo Giordano (100.000 copie nei primi 3 mesi del 2009) e di *Venuto al mondo* di Margaret Mazzantini (oltre 30.000 copie), da sottolineare l'eccellente esordio di Daria Bignardi che, con *Non vi lascerò orfani*, ha superato le 80.000 copie.

La Varia, pur in una situazione difficile di mercato, ha saputo confermare il buon successo della "saga" Amici con *Vola via con me* (100.000 copie). Esordi molto positivi di due nuovi autori: Claudio Baglioni con *Q.P.G.A.* e Geppi Cucciari con *Meglio un uomo oggi*.

Nella linea editoriale Strade Blu mantiene ottimi livelli di rifornimento *Gomorra* (sia pur in flessione rispetto all'anno precedente).

Per quanto riguarda il Paperback, i primi mesi hanno visto il lancio della nuova collana Oscar Spiritualità e il restyling completo degli Oscar Saggi: entrambe le operazioni hanno avuto particolare visibilità durante la tradizionale campagna Oscar Mondadori di marzo, che ha generato un incremento del venduto del 4% a valore rispetto all'anno precedente.

Nei libri per ragazzi Edizioni Mondadori ha lanciato con successo i libri legati ai film *Mostrici contro Alieni* e *Le avventure di Desperaux*: tra gli autori di portafoglio segnaliamo l'uscita di *Kot*, secondo romanzo dello scrittore spagnolo Rafael Ábalos.

Giulio Einaudi Editore

Il primo trimestre del 2009 si chiude con un incremento di ricavi netti del 2,5% rispetto allo stesso periodo del 2008. Al buon andamento dei canali libreria e Grande Distribuzione si contrappongono il calo del canale rateale e la prevedibile flessione della cessione dei diritti per operazioni in vendita congiunta in un mercato in forte contrazione.

L'incremento sul canale librario in particolare è riconducibile al maggior fatturato di rifornimento, per il buon andamento di alcuni titoli e per effetto delle nuove campagne sul catalogo effettuate nei primi due mesi dell'anno. Il calo del canale rateale interessa il marchio Einaudi ed in particolare le Grandi Opere.

Tra le novità che hanno registrato i migliori risultati nel trimestre segnaliamo: *Un luogo incerto* di Fred Vargas (oltre 80.000 copie), *Il pane di ieri* di Enzo Bianchi, che, pubblicato nel 2008, ha venduto nel trimestre 50.000 copie, *La forma della paura* di Giancarlo De Cataldo (oltre 25.000 copie), *Il professore di desiderio* di Philip Roth (25.000 copie), *G8* di Carlo Lucarelli (20.000 copie), *Educazione siberiana* del giovane esordiente Nicolai Lilin (20.000 copie), *ACAB* di Carlo Bonini (20.000 copie).

Sperling & Kupfer

Sperling & Kupfer realizza nel 1° trimestre 2009 ricavi per 8,2 milioni di Euro in crescita del 32,3% sul 2008, un lusinghiero risultato che segnala l'impegno di recuperare efficacia nel progetto editoriale e di rifocalizzare l'offerta in coerenza con il posizionamento dei marchi.

La produzione è stata infatti di 92 titoli, rispetto ai 134 del 2008: un contenimento, realizzato in prevalenza nelle linee Informatica e Paperback, che riconferma la priorità dello sviluppo qualitativo dell'offerta.

Al positivo risultato del trimestre concorrono la pubblicazione della novità di Sveva Casati Modignani, *Il gioco delle verità* (oltre 120.000 copie), un importante anticipo del rifornimento dei paperback ed il rilancio, in occasione dell'uscita del film, di *Io e Marley* di John Grogan, in due edizioni, di cui una rilegata e una illustrata, che ha raggiunto complessivamente 70.000 copie.

Tra le linee editoriali particolarmente positivo l'andamento della Fiction e della Saggistica.

Edizioni Piemme

Nei primi tre mesi del 2009 Piemme ha registrato ricavi per 12 milioni di Euro in calo rispetto all'anno precedente (-17,8%).

Il settore Adulti registra una flessione rispetto all'anno precedente soprattutto per il previsto calo del venduto dei due titoli di Khaled Hosseini. Tra i titoli più importanti del trimestre, nella Narrativa, il thriller di Michael Connelly *Il cerchio del lupo*, ha raggiunto 85.000 copie superando le vendite dei titoli precedenti, mentre nella Saggistica, che evidenzia un fatturato superiore all'anno precedente, si segnala tra le novità *Il bambino senza nome* di Mark Kurzem (47.000 copie).

La linea Religione sta registrando buone performance grazie alla novità *Ho fatto una promessa* di Nicola Legrottaglie che ha raggiunto le 40.000 copie.

Il Paperback mostra un incremento di fatturato del 24,4% rispetto al primo trimestre del 2008 grazie ai buoni rifornimenti della campagna di vendita di inizio anno.

Il fatturato del settore Junior mostra una crescita rispetto al 2008 grazie all'aumento della prima battuta e dei rifornimenti che compensano il forte aumento delle rese, in particolare nel canale Grande Distribuzione.

La linea Battello a Vapore evidenzia un aumento di fatturato rispetto al 2008, grazie al rifornimento del catalogo e al forte successo di collane recenti come *GOL!* (i cui due titoli novità del periodo vendono rispettivamente 20.000 e 17.500 copie al lancio).

La linea Stilton, che flette lievemente di fatturato nel trimestre, conferma però il successo dei prodotti spin-off : *La principessa dei ghiacci* (40.000 copie) e *La foresta parlante* (33.000 copie), le *Tea Stilton* (27.000 copie) e *I Supereroi* (26.000 copie).

Editoria d'arte ed organizzazione mostre

Il fatturato di Mondadori Electa ha raggiunto nel primo trimestre del 2009 la cifra di 8,3 milioni di Euro, con una diminuzione del 16,2% rispetto allo stesso periodo del 2008, dovuta ai seguenti fenomeni:

-il calo dei ricavi da cessione dei diritti per vendite congiunte, a conferma della forte contrazione di questo mercato e di questo canale;

-lo slittamento di alcuni importanti titoli nell'editoria sponsorizzata rispetto al primo trimestre 2008;
-una flessione nel comparto beni culturali a causa della riduzione del flusso di visitatori e delle vendite nei bookshop museali, in parte compensate dall'organizzazione di mostre.

Mondadori Education

Mondadori Education al 31 marzo 2009 registra ricavi netti di vendita pari a 2,3 milioni di Euro, sostanzialmente stabili rispetto ai 2,7 milioni raggiunti nello stesso periodo dell'anno precedente, in una stagione dell'anno, come di consueto, dagli impatti minimi sul fatturato.

I primi tre mesi dell'anno sono stati dedicati al perfezionamento delle novità editoriali in vista dell'attività di propaganda e presentazione agli insegnanti, che si mostrano in molti casi ancora impreparati alle novità introdotte dalla riforma.

L'attenzione in questa fase, rispetto al passato, è stata molto maggiore in considerazione del fatto che le nuove edizioni sono sottoposte ai vincoli di non modificabilità del libro di testo per 5 anni nella scuola primaria e per 6 anni nelle scuole superiori, secondo quanto previsto dall'art. 5 del Decreto Legge 1/9/08 n. 137 convertito in legge 30/10/08 n. 169.

Prosegue poi l'attività di allargamento del mercato tradizionale scolastico ai versanti universitario e della formazione, con lo studio di alcune interessanti iniziative che potrebbero essere varate entro l'esercizio in corso. In questo ambito è da segnalare l'uscita nelle librerie del 1° volume del libro sul centenario del Sindacato dei Giornalisti, realizzato in collaborazione con FNSI, per la collana Mondadori Università.

Distribuzione e logistica

I ricavi del 2009 ammontano a 7,9 milioni di Euro, in linea con gli 8 milioni sviluppati nel 2008.

Il primo trimestre del 2009 si è chiuso con un numero di copie movimentate superiore all'anno scorso (+9,2%).

Il numero di spedizioni effettuate nel trimestre è lievemente diminuito rispetto al 2008 (-2,9%) con il mantenimento di elevati livelli di efficienza del servizio, frutto degli investimenti realizzati negli scorsi anni: i giorni medi di spedizione si sono mantenuti sui livelli dell'esercizio precedente

Divisione Periodici Italia

Il primo trimestre dell'anno in corso è stato condizionato per i Periodici Mondadori così come per tutta l'editoria italiana e internazionale dai pesanti effetti della crisi esplosa nell'ultima parte del 2008.

Il calo dei consumi ha da un lato inevitabilmente interessato la spesa per l'acquisto di giornali e riviste e soprattutto dei prodotti collaterali, dall'altro la crisi finanziaria ha indotto le aziende a ridurre drasticamente gli investimenti in comunicazione con una forte conseguente contrazione della spesa pubblicitaria.

La Divisione Periodici Italia, in cui rientrano anche proventi e margini dell'attività di licensing internazionale e dello sviluppo del digital, ha realizzato nel primo trimestre 2009 ricavi per 124,7 milioni di Euro in diminuzione del 23,2% rispetto allo stesso periodo del 2008.

	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008
Fatturato periodici	118,1	157,6
Altri ricavi	6,6	4,7
	124,7	162,3
Costi operativi	(114,3)	(137,6)
Margine operativo lordo	10,4	24,7
Ammortamenti e svalutazioni	(0,2)	(0,2)
Risultato operativo	10,2	24,5

Tale andamento è stato determinato dai seguenti fenomeni:

- ✓ diminuzione dei ricavi diffusionali (-7,2%) influenzati da un andamento non positivo del mercato che ha interessato tutti i segmenti in cui opera la Divisione;
- ✓ forte contrazione dei ricavi da prodotti collaterali (-33,9%) che continuano il progressivo assestamento verso dimensioni più contenute;
- ✓ importante ridimensionamento dei ricavi pubblicitari (-35,7%) che hanno toccato in particolare i settori della moda, della cosmetica e dell'arredamento. Va sottolineato però che il confronto è con un inizio del 2008 in forte crescita e particolarmente favorevole per Mondadori che ebbe risultati molto positivi anche rispetto ai concorrenti.

Tra i fatti più significativi del trimestre dobbiamo segnalare:

- ✓ il lancio del nuovo settimanale *Tu Style* effettuato a fine gennaio con un esito ad oggi molto promettente tanto in termini di diffusione quanto di raccolta pubblicitaria;
- ✓ l'attività di sostegno promozionale di numerosi giornali che ha contribuito a contenere gli effetti negativi del contesto di riferimento;
- ✓ un approccio alla gestione estremamente rigoroso che ha consentito di ridurre in modo direttamente proporzionale al calo dei ricavi i costi di produzione, di marketing, editoriali e le spese generali.

Diffusione

Il mercato diffusionale prosegue nella sua tendenziale riduzione delle copie vendute (a febbraio -12,1% a volume) mentre Mondadori, con un decremento del 9% aumenta la sua *market share*.

Relativamente all'andamento delle maggiori testate:

- ✓ *TV Sorrisi e Canzoni* mantiene i livelli di vendita del 2008 e conferma la propria leadership assoluta;
- ✓ *Panorama* scende del 9% ma incrementa il vantaggio sul proprio diretto concorrente;
- ✓ *Donna Moderna* manifesta una lieve flessione (-3%).

Vendite congiunte

Le vendite di prodotti collaterali segnalano, a livello di mercato, un'ulteriore caduta (a febbraio -24,9%) a valore. Scendono i comparti editoriali e dei prodotti audiovisivi mentre tiene di più quello musicale.

In questo contesto le performance di Mondadori sono decisamente migliori rispetto a quelle degli altri editori di Periodici mentre sono peggiori rispetto a quelle dei Quotidiani, sorrette da una più intensa possibilità di comunicazione sulle testate che lanciano l'iniziativa e da una "tenuta" più forte dei venduti nel tempo.

Nel nostro ambito continuano a dare buoni esiti le iniziative di *Panorama* nel cinema e quelle di *TV Sorrisi e Canzoni* nell'animation e nella musica. Incoraggianti sono infine alcuni risultati di collezionabile puro lanciati come operazioni multitestata (*Giochi di ingegno, Punto Croce, Subbuteo*).

International

I trend del mercato internazionale dei periodici risentono degli stessi elementi di criticità del mercato italiano: calo dei consumi e contrazione degli investimenti in comunicazione.

Ciononostante Mondadori incrementa i propri ricavi da royalties grazie alla strategia di espansione, in particolare del *Grazia* network, portata avanti negli scorsi anni.

In febbraio è stata lanciata l'edizione cinese di *Grazia*, in joint-venture con un primario editore locale, con eccellenti risultati sia in termini di advertising che di diffusione.

Continua il buon andamento di *Grazia* UK, così come quello del network di *Casaviva*, dal mese di gennaio presente anche in India.

Anche in Grecia, la nostra consociata *Attica* risente del rallentamento dell'economia. I cali dei ricavi pubblicitari e delle vendite congiunte sono in buona parte compensati da una forte azione sul contenimento dei costi.

Digital

La concentrazione degli investimenti sul polo femminile continua a dare ottimi risultati. Nel primo trimestre i ricavi del sito di *Donna Moderna* sono cresciuti del 25% a fronte del +3,9% del mercato (dati Nielsen a febbraio).

In coerenza con le scelte strategiche nel mese di marzo è stata anche lanciata una nuova versione del sito di *Cosmopolitan*.

Divisione Periodici Francia

Mondadori France ha conseguito nel primo trimestre 2009 un fatturato complessivo di 83,6 milioni di Euro, in calo del 14,5% rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente.

A perimetro costante, cioè al netto delle testate cedute nel corso del 2008, il calo sarebbe stato dell'11,6%.

Continua la forte attenzione del management al contenimento dei costi.

	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008
Fatturato periodici	80,5	94,9
Altri ricavi	3,1	2,9
	83,6	97,8
Costi operativi	(79,8)	(90,9)
Margine operativo lordo	3,8	6,9
Ammortamenti e svalutazioni	(3,0)	(1,3)
Risultato operativo	0,8	5,6

Diffusione

I ricavi diffusionali, che rappresentano il 70% dei ricavi totali, sono in diminuzione dell'8,4%. A perimetro costante il calo sarebbe stato del 5,9%.

Le difficoltà sono concentrate sulle testate settimanali ed in particolare sulle guide televisive, sul segmento *people* e sull'auto.

Al contrario è possibile registrare una tenuta degli abbonamenti che rappresentano una stabile fonte di ricavi in questa fase congiunturale.

Pubblicità

In un contesto di mercato particolarmente sfavorevole (-17,4% a volume - Fonte: TNS-MI) i ricavi pubblicitari di Mondadori France si attestano a 19,3 milioni di Euro, in calo del 23,9% (-19,2% a parità di perimetro) ed in linea con il dato di mercato a volume.

Servizi pubblicitari

	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008
Fatturato pubblicità	50,6	77,4
Altri ricavi	1,1	1,5
	51,7	78,9
Costi operativi	(53,6)	(80,1)
Margine operativo lordo	(1,9)	(1,2)
Ammortamenti e svalutazioni	-	(0,1)
Risultato operativo	(1,9)	(1,3)

Il mercato

Gli investimenti pubblicitari dei primi mesi, confrontati con quelli del primo trimestre 2008, mostrano un avvio estremamente critico, confermando il progressivo deterioramento del mercato già emerso chiaramente dalla seconda parte del 2008: in attesa dei dati definitivi, sulla base delle evidenze di NIELSEN a Febbraio, si prevedono deboli segnali di crescita solo per Internet, in forte sofferenza ancora Radio, Televisione ed il comparto stampa, dove i Periodici mostrano maggiori difficoltà rispetto ai Quotidiani (avvantaggiati da un calo meno deciso della pubblicità locale).

I periodici, infatti, registrano un andamento negativo sia in termini di spazio, sia in termini di prezzi; tutti i settori merceologici, seppur con pesi differenti, manifestano indubbi segnali di crisi.

La società

Mondadori Pubblicità chiude il primo trimestre con una raccolta complessiva in calo del 34,5% nei confronti dello stesso periodo 2008, con andamenti, nella maggior parte dei settori, sostanzialmente allineati alle medie del mercato.

Nell'ambito dei Periodici, con un portafoglio omogeneo in termini di testate, il calo della raccolta complessiva non evidenzia differenze significative tra Mensili e Settimanali, con la sola nota per i settimanali la cui tariffa media sembra dimostrare una maggior tenuta rispetto al mercato; da sottolineare anche la performance in controtendenza di *Tu Style* che ha potuto beneficiare del rilancio proposto da fine gennaio.

Internet, grazie alla buona valorizzazione del sito di *Donna Moderna*, riesce a contenere il calo, mentre il mezzo Radio, dopo un avvio decisamente critico, ha messo a segno una raccolta nel mese di marzo in crescita; inoltre da marzo, la Concessionaria, nell'ottica di rafforzare ulteriormente gli interventi commerciali e valutare ogni possibile azione di ottimizzazione, ha acquisito la raccolta per *Radio Kiss Kiss*, consentendo anche nuove sinergie a livello di struttura.

Direct Marketing

	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008
Fatturato	4,8	5,3
Altri ricavi	-	-
	4,8	5,3
Costi operativi	(5,1)	(5,1)
Margine operativo lordo	(0,3)	0,2
Ammortamenti e svalutazioni	-	(0,1)
Risultato operativo	(0,3)	0,1

Nel primo trimestre del 2009 Cemit ha registrato un fatturato in leggera contrazione rispetto all'esercizio precedente (-9,4%), dovuta alla mancanza dell'attività relativa alle campagne elettorali collocate nel mese di marzo 2008.

Va però segnalato come il mercato degli investimenti in direct mail sia sceso di oltre il 20%: in questo senso Cemit ha fortemente minimizzato l'impatto negativo, grazie alla qualità della propria offerta, conseguendo risultati superiori al mercato.

La società continua nella sua attività di sviluppo e diversificazione di progetti di comunicazione diretta, cercando un ampliamento del proprio mercato anche grazie alle strategie di internazionalizzazione.

A conferma della qualità del servizio offerto, a Cemit è stato assegnato il premio *Freccia d'oro* (patrocinato da Assocomunicazione) per il miglior lavoro nell'ambito del direct marketing nell'anno 2008.

La Divisione presenta un risultato negativo dovuto all'impatto dell'attività di vendita per corrispondenza di prodotti editoriali e musica effettuata dalla collegata Mondolibri SpA.

Retail

Il fatturato della Divisione Retail è stato pari a 41,8 milioni di Euro, con un calo del 3,5% rispetto allo stesso periodo del 2008.

La Divisione ha risentito nel trimestre di un generalizzato calo dei consumi e si confronta con un primo trimestre 2008 particolarmente positivo.

Nel periodo sono stati peraltro già posti in atto interventi (che daranno però benefici visibili solo a partire dal secondo trimestre) volti a ridurre i costi di gestione in modo da minimizzare gli impatti conseguenti dalla contrazione dell'attività. L'attenta gestione degli stock e dei pagamenti ha permesso di mantenere la posizione finanziaria ai livelli dell'anno precedente.

Nei negozi di proprietà il calo del fatturato è stato del 7,7%. Questa contrazione media è stata più forte nel settore del prodotto digitale che nel libro, tra l'altro supportato da molte campagne promozionali realizzate con gli editori.

Mondadori Franchising continua nello sviluppo del proprio network di librerie ed edicole che passa da 357 (marzo 2008) a 404 punti di vendita.

L'incremento del fatturato del 5,3% nel primo trimestre è interamente legato allo sviluppo della rete stessa. Le nuove candidature oggi in portafoglio consentiranno di raggiungere l'ambizioso obiettivo di crescita, in termini di punti vendita, previsto.

	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008
Fatturato	41,8	43,3
Altri ricavi	-	-
	41,8	43,3
Costi operativi	(43,4)	(43,7)
Margine operativo lordo	(1,6)	(0,4)
Ammortamenti e svalutazioni	(1,2)	(1,8)
Risultato operativo	(2,8)	(2,2)

Divisione Radio

Il mercato pubblicitario dei primi mesi del 2009 risente fortemente della crisi economica e finanziaria: la contrazione riguarda, con diversa intensità, tutti i mezzi di comunicazione ad eccezione di Internet; il mercato radiofonico in particolare subisce una contrazione pari al

27,2% nei primi 2 mesi dell'anno (fonte: Nielsen) mentre da marzo si registrano leggeri segnali di ripresa.

La raccolta pubblicitaria di R101, che nei primi 2 mesi ha subito un decremento di circa il 30%, grazie alla positiva performance della raccolta del mese di marzo, ha contabilizzato complessivamente nel 1° trimestre ricavi netti per 3 milioni di Euro (3,6 milioni di Euro nel 2008). Si tratta essenzialmente di ricavi pubblicitari quota editore corrispondenti ad una raccolta pubblicitaria lorda di oltre 4,4 milioni di Euro (-14% rispetto all'anno precedente).

La negatività di questo dato è in parte ridimensionata dal fatto che nel primo trimestre dell'anno scorso R101 aveva performato in maniera ampiamente superiore al mercato di riferimento, segnando un +56% nella raccolta rispetto al 2007 contro una crescita del mercato radiofonico del 9%.

	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 marzo 2008
Fatturato	3,0	3,6
Altri ricavi	-	-
	3,0	3,6
Costi operativi	(5,9)	(3,5)
Margine operativo lordo	(2,9)	0,1
Ammortamenti e svalutazioni	(0,4)	(0,4)
Risultato operativo	(3,3)	(0,3)

Da inizio 2009 Audiradio ha cambiato la modalità di rilevazione degli ascolti, affiancando alla tradizionale indagine telefonica per i dati del giorno medio, una sezione di ricerca, tramite panel diari, che fornisce per le radio iscritte gli ascoltatori nei 7, 14, 21 e 28 giorni.

La nuova modalità di rilevazione dell'audience radiofonica permette inoltre una valutazione puntuale della pianificazione pubblicitaria, che avviene nella maggior parte dei casi con campagne che durano più di due settimane.

Secondo le nuove rilevazioni R101 raggiunge nel mese circa 9 milioni di ascoltatori, riducendo sensibilmente il gap rispetto alle prime cinque radio commerciali.

La distribuzione del segnale è ormai capillare su tutto il territorio nazionale, grazie alle numerose acquisizioni effettuate nel corso degli anni precedenti.

Nei primi mesi dell'anno R101 ha lanciato una nuova campagna istituzionale, la terza dopo quella che ne accompagnò il debutto nell'estate 2005 e la campagna lanciata a inizio 2007. Si tratta di una comunicazione dedicata al brand ed incentrata sull'offerta musicale, sulla sua qualità e sulla sua capacità di emozionare.

Corporate e altri business

Nel settore Corporate sono comprese, oltre alle strutture che gestiscono l'attivo finanziario del Gruppo, le funzioni della Capogruppo impegnate nell'attività di servizio a favore delle società del Gruppo e delle divisioni di business.

Tali servizi sono riconducibili essenzialmente alle attività ITC, all'amministrazione, controllo di gestione e pianificazione, alla tesoreria e finanza, gestione personale, legale e societario, comunicazione esterna.

I ricavi sono costituiti essenzialmente dagli addebiti effettuati a controllate, collegate e altri soggetti dei servizi sopra menzionati.

Situazione finanziaria

La situazione finanziaria del Gruppo Mondadori, al 31 marzo 2009, presenta un saldo negativo pari a 454,2 milioni di Euro, in miglioramento rispetto al termine dell'esercizio precedente.

Posizione finanziaria netta	Euro/milioni 31 marzo 2009	Euro/milioni 31 dicembre 2008	Euro/milioni 31 marzo 2008
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	286,4	330,5	237,7
Attività finanziarie al <i>fair value</i>	-	3,3	97,6
Attività finanziarie disponibili per la vendita	37,1	39,7	-
Attività (passività) in strumenti derivati	(0,2)	(10,7)	(56,9)
Altre attività (passività) finanziarie	(11,2)	0,7	(53,9)
Finanziamenti (breve e medio/lungo termine)	(463,9)	(564,7)	(444,4)
Obbligazioni	(302,4)	(289,1)	(237,7)
Obbligazioni convertibili	-	-	(109,5)
Posizione finanziaria netta	(454,2)	(490,3)	(567,1)

Al miglioramento della posizione finanziaria netta contribuisce anche l'effetto di operazioni realizzate nel corso del 2008.

Andamento dei tassi e dei cambi

Nel corso del primo trimestre 2009, si sono manifestati gli effetti della crisi finanziaria mondiale sull'economia reale: le restrizioni creditizie, combinate con un'ulteriore contrazione della fiducia dei consumatori hanno drasticamente ridotto la domanda nelle economie avanzate, con le conseguenti perdite di posti di lavoro.

Recentemente si stanno manifestando i primi segnali di ripresa (incremento degli ordini nel settore manifatturiero, diminuzione delle scorte, incremento degli indici relativi alle aspettative degli investitori e degli analisti), ma i livelli della produzione industriale e dell'occupazione rimangono comunque estremamente depressi ed in via di ulteriore peggioramento.

Anche i dati relativi ai consumi non inducono ancora all'ottimismo nonostante un leggero miglioramento; la diminuzione dei costi di alcuni beni (carburanti ed energia davanti a tutti), infatti, non è sufficiente per compensare la diminuzione della ricchezza delle famiglie causata dal declino dei prezzi delle case, dalle perdite dei mercati finanziari e dalla disoccupazione.

Le azioni intraprese dalle principali banche centrali nei vari paesi sono state orientate a produrre l'espansione della massa monetaria all'interno del sistema economico ed a facilitare quindi il credito alle imprese ed ai consumi, anche con provvedimenti diversi dal classico intervento sui tassi di interesse di riferimento.

La Banca Centrale Europea, in particolare, mantenendo comunque il suo atteggiamento prudente, ha tagliato ripetutamente il tasso di riferimento sulle operazioni di rifinanziamento fino al livello attuale di 1,25%.

L'euribor 3 mesi ha proseguito la discesa iniziata nel quarto trimestre 2008, attestandosi a 1,510% al 31 marzo 2009. Il tasso medio del primo trimestre 2009 è risultato pari a 2,007%.

Nello stesso periodo, il costo medio del denaro del Gruppo Mondadori è stato pari al 2,936%.

L'Euro si è indebolito in rapporto al dollaro USA (1,3250 rispetto a 1,4045 d'inizio anno) e in rapporto alla sterlina inglese (0,9256 rispetto a 0,95689 d'inizio anno).

Le linee di credito complessivamente a disposizione al 31 marzo ammontano a 1.471,5 milioni di Euro, di cui 1.014,6 *committed*.

Gli affidamenti a breve termine, pari a 524,9 milioni di Euro, risultano utilizzati al 31 marzo per soli 12 milioni di Euro e sono costituiti da linee finanziarie di scoperto in c/c, per anticipazioni s.b.f. e da linee *stand-by* di durata contrattuale pari a 18 mesi meno un giorno.

Le principali linee a medio – lungo termine pari a 946,6 milioni di Euro sono costituite:

- per 296,4 milioni di Euro da un *private placement* obbligazionario emesso in USD nel 2003 a tasso fisso, con scadenza 2013/2015/2018, riservato ad investitori istituzionali; su tale finanziamento è in essere un *cross currency swap*, che trasforma il prestito a tasso variabile legato all'Euribor;
- per 500 milioni di Euro da un finanziamento bancario *multiborrower* a tasso variabile in pool a cinque anni, con scadenza 2011, concesso da banche di elevato standing internazionale per finanziare l'acquisizione di Mondadori France; il finanziamento è costituito da un *term loan* di 300 milioni di Euro, interamente utilizzato al 31 marzo e di un *revolving facility* di 200 milioni di Euro, utilizzato per 89,1 milioni di Euro al 31 marzo; si segnala che sul *term loan* sono state poste in essere due operazioni (entrambe di 150 milioni di Euro) di *interest rate swap* per trasformare il tasso d'interesse da variabile a fisso;
- per 150 milioni di Euro da un finanziamento a tasso variabile, concesso da Intesa Sanpaolo, con scadenza 2013, composto in parti uguali da un *term loan*, interamente utilizzato al 31 marzo e da un *revolving facility*.

Mondadori International

Le attività finanziarie gestite dalla società al 31 marzo 2009 ammontano a 258,8 milioni di Euro (263,4 a fine 2008). La composizione è la seguente:

- conti correnti, attività assimilabili alla cassa e time deposit con primarie banche italiane a scadenza massima entro tre mesi per 223,6 milioni di Euro;
- titoli obbligazionari a tasso variabile disponibili per la vendita per 35,2 milioni di Euro.

Informazioni sul personale

Il personale dipendente, a tempo indeterminato e determinato, in forza alle società controllate del Gruppo, al 31 marzo 2009, risulta composto da 3.926 unità (3.925 al 31 dicembre 2008).

Il dato consolidato non mostra fenomeni di particolare rilevanza salvo la conferma del blocco del turn-over e l'accentramento di alcune funzioni amministrative presso la Capogruppo, cui si deve l'effetto di "travaso" di personale dalle Controllate Italiane verso Arnoldo Mondadori.

Rispetto al 31 marzo 2008 la riduzione degli organici, se si isola l'effetto dovuto alla cessione di Mondadori Printing SpA avvenuta nel novembre 2008, si attesta a 101 unità.

Nel prospetto seguente si fornisce il dato puntuale relativo agli organici del Gruppo alla data del 31 marzo 2009:

Personale in forza	31-03-2009	31-12-2008	31-03-2008
Arnoldo Mondadori Editore SpA:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.306	1.288	1.330
- Operai	106	108	101
	1.412	1.396	1.431
Società Controllate Italiane:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.401	1.433	1.794
- Operai	36	35	958
	1.437	1.468	2.752
Società Controllate Estere:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.077	1.061	1.147
- Operai	-	-	104
	1.077	1.061	1.251
Totale	3.926	3.925	5.434

La parte economica e normativa del CCNL dei Giornalisti è stata rinnovata in data 26 marzo 2009 con decorrenza aprile. Al momento è tuttavia in atto una sospensione temporanea richiesta da FIEG per motivi procedurali.

Investimenti tecnici

Gli investimenti realizzati nel primo trimestre 2009, tenuto conto che gli stabilimenti grafici sono usciti dal perimetro di consolidamento, ammontano complessivamente a 1,2 milioni di Euro e riguardano prevalentemente mobili, arredi e macchine per l'ufficio.

Altre informazioni

Il Resoconto intermedio di gestione sul primo trimestre dell'esercizio 2009 è stato predisposto in conformità ai principi contabili IAS/IFRS ed i criteri di valutazione adottati sono in linea con quelli utilizzati al 31 dicembre 2008.

Il documento fornisce le informazioni richieste dall'art. 154 ter comma 5 - quale introdotto dal D.Lgs. 195/2007 - del D.Lgs. 58/1998.

Per ragioni di omogenea confrontabilità dei dati contabili contenuti nel presente documento con quelli forniti nelle precedenti rendicontazioni periodiche e di continuità informativa nei confronti del mercato, il Resoconto intermedio di gestione sul primo trimestre dell'esercizio 2009 mantiene, inoltre, la medesima impostazione definita per le precedenti relazioni trimestrali, con riferimento in particolare all'Allegato 3D del regolamento Consob 11971/1999.

Pertanto, non è stato applicato il principio contabile internazionale n. 34 in tema di informativa finanziaria infrannuale.

Evoluzione prevedibile della gestione

La situazione economica a livello nazionale ed internazionale nel primo trimestre, come precedentemente evidenziato, ha subito il temuto impatto della crisi apertasi nel corso del 2008; i dati relativi ai consumi ed agli investimenti si sono ulteriormente deteriorati, mentre le previsioni di ripresa dell'economia sono spostate più avanti nel tempo.

Per quanto riguarda il mercato di riferimento di Mondadori, il cui fatturato è comunque diversificato per business e territorialmente, l'impatto derivante dal crollo degli investimenti pubblicitari delle aziende nel trimestre e dall'ulteriore contrazione delle vendite di prodotti collaterali è stato significativo.

Le azioni di semplificazione organizzativa e di reingegnerizzazione dei processi, iniziate già nello scorso esercizio, hanno consentito alla Società di mitigare gli effetti negativi del mercato nel trimestre: ancora maggiore sarà l'impegno in questo ambito nei prossimi mesi, sia per ridurre ulteriormente gli impatti negativi in questo esercizio sia, soprattutto, per dimensionare gli assetti strutturali alle future esigenze.

Per quanto riguarda la stima sui risultati dell'esercizio non si può che ribadire quanto espresso in occasione della presentazione dei dati 2008: la previsione relativa ai futuri scenari di mercato resta estremamente difficile ma è realistico attendersi per il 2009 livelli di redditività inferiori allo scorso esercizio, particolarmente per i business più legati agli investimenti pubblicitari.

Per il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente
Marina Berlusconi



Stato patrimoniale e conto economico consolidati

Stato Patrimoniale Consolidato

Attivo	31 marzo 2009	31 dicembre 2008
Attività immateriali	928.991	930.883
Investimenti immobiliari	2.532	2.554
Terreni e fabbricati	18.073	18.263
Impianti e macchinari	9.967	10.312
Altre immobilizzazioni materiali	30.815	32.213
Immobili, impianti e macchinari	58.855	60.788
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	139.566	140.779
Altre partecipazioni	221	221
Totale partecipazioni	139.787	141.000
Attività finanziarie non correnti	7.454	2.019
Attività per imposte anticipate	37.987	38.947
Altre attività non correnti	2.895	2.858
Totale attività non correnti	1.178.501	1.179.049
Crediti tributari	24.002	20.059
Altre attività correnti	84.040	90.279
Rimanenze	125.737	123.366
Crediti commerciali	370.419	417.358
Titoli ed altre attività finanziarie correnti	52.076	68.461
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	286.405	330.530
Totale attività correnti	942.679	1.050.053
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	2.121.180	2.229.102

Stato Patrimoniale Consolidato

Passivo	31 marzo 2009	31 dicembre 2008
Capitale sociale	67.452	67.452
Riserva sovrapprezzo azioni	286.876	286.876
Azioni proprie	(138.840)	(138.840)
Altre riserve e risultati portati a nuovo	287.855	194.606
Utile (perdita) dell'esercizio	(1.785)	97.080
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	501.558	507.174
Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti	2.107	1.925
Totale patrimonio netto	503.665	509.099
Fondi	37.761	39.693
Indennità di fine rapporto	60.519	61.363
Passività finanziarie non correnti	684.267	674.005
Passività per imposte differite	89.363	88.900
Altre passività non correnti	-	-
Totale passività non correnti	871.910	863.961
Debiti per imposte sul reddito	23.458	23.637
Altre passività correnti	273.163	258.838
Debiti commerciali	333.082	356.300
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	115.902	217.267
Totale passività correnti	745.605	856.042
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	2.121.180	2.229.102

Conto Economico Consolidato

	Periodo al 31 marzo 2009	Periodo al 31 marzo 2008
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	354.453	460.260
Decremento (incremento) delle rimanenze	(2.374)	9.452
Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	53.056	109.020
Costi per servizi	206.163	196.057
Costo del personale	70.756	94.424
Oneri (proventi) diversi	9.615	4.902
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	(3.057)	2.024
Margine operativo lordo	14.180	48.429
Ammortamenti e perdite di valore di immobili, impianti e macchinari	2.992	8.337
Ammortamenti e perdite di valore delle attività immateriali	3.158	1.888
Risultato operativo	8.030	38.204
Proventi (oneri) finanziari	(5.427)	(10.332)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-
Risultato prima delle imposte	2.603	27.872
Imposte sul reddito	4.206	9.934
Risultato derivante dall'attività in funzionamento	(1.603)	17.938
Proventi (oneri) da attività/passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Risultato di pertinenza di terzi azionisti	(182)	(266)
Risultato netto	(1.785)	17.672
Risultato netto per azione (espresso in unità di Euro)	(0,007)	0,074
Risultato netto diluito per azione (espresso in unità di Euro)	(0,007)	0,074

Per il Consiglio di Amministrazione
 Il Presidente
 Marina Berlusconi

