



MONDADORI

Informazione al pubblico ai sensi della delibera CONSOB n. 11971 del 14 maggio 1999 e successive modifiche

Approvato dal Consiglio di Amministrazione il resoconto intermedio di gestione sul primo trimestre dell'esercizio 2009

- **FATTURATO CONSOLIDATO: 354,5 MILIONI DI EURO**
-23% RISPETTO AI 460,3 MILIONI DI EURO DEL 31 MARZO 2008
- **MARGINE OPERATIVO LORDO: 14,2 MILIONI DI EURO**
-70,7% RISPETTO AI 48,4 MILIONI DI EURO DEL 31 MARZO 2008
- **RISULTATO OPERATIVO CONSOLIDATO: 8 MILIONI DI EURO**
-79,1% RISPETTO AI 38,2 MILIONI DI EURO DEL 31 MARZO 2008
- **RISULTATO NETTO CONSOLIDATO: -1,8 MILIONI DI EURO**
RISPETTO AI 17,7 MILIONI DI EURO AL 31 MARZO DELLO SCORSO ANNO

Segrate, 14 maggio 2009 – Il Consiglio di Amministrazione di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., riunitosi oggi sotto la presidenza di Marina Berlusconi, ha esaminato e approvato il resoconto intermedio di gestione sul primo trimestre dell'esercizio 2009, presentato dal vice presidente e amministratore delegato Maurizio Costa.

Lo scenario

Il primo trimestre dell'esercizio è stato pesantemente condizionato dagli effetti delle problematiche del settore finanziario e, successivamente, dei settori produttivi e del consumo, già sviluppatasi nel corso del 2008.

I mercati di riferimento del Gruppo Mondadori sono stati caratterizzati da:

- nei periodici, il fenomeno negativo più significativo è stato il crollo del mercato degli investimenti pubblicitari, stimato superiore al 30% in Italia e al 20% in Francia; molto più contenuta la contrazione delle diffusioni, in particolare in Francia, grazie al buon andamento degli abbonamenti; sempre in forte diminuzione, come previsto, il mercato dei prodotti collaterali;
- nei libri, nei primi tre mesi dell'anno si sono registrati valori in sostanziale stabilità nel canale delle librerie di catena, con una leggera contrazione a livello complessivo.

L'ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 31 MARZO 2009

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 ancora maggiore determinazione, hanno prodotto effetti positivi; sono proseguiti inoltre gli investimenti per lo sviluppo delle attività digitali, del network internazionale e del progetto di lancio di *Grazia* in Francia.

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

Nel primo trimestre 2009 il **fatturato consolidato** è stato di **354,5 milioni di euro** (-23% rispetto ai 460,3 milioni di euro dello stesso periodo del 2008); a perimetro costante la flessione è stata del 16,4%.

Il **margine operativo lordo consolidato** è risultato di **14,2 milioni di euro** (-70,7% rispetto ai 48,4 milioni di euro dell'esercizio precedente), con un'incidenza sul fatturato del 4% rispetto al 10,5% del 2008.

Escludendo il risultato dell'attività di Mondadori Printing il differenziale del margine operativo risulta negativo per 26,4 milioni di euro (-64,5%), derivante essenzialmente da minori risultati dei business (17 milioni di euro); minore attività sui prodotti collaterali (5,1 milioni di euro); maggiori investimenti per business in sviluppo (1,2 milioni di euro); variazione elementi non ricorrenti (3,1 milioni di euro).

Il **risultato operativo consolidato** è stato pari a **8 milioni di euro** (-79,1% rispetto ai 38,2 milioni di euro del primo trimestre 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 primo trimestre 2008 al 2,3%.

Il **risultato prima delle imposte consolidato** è stato di **2,6 milioni di euro** (-90,7% rispetto ai 27,9 milioni di euro dei primi tre mesi dello scorso anno), 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** è negativo per **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** del Gruppo al 31 marzo 2009 presenta un saldo negativo pari a -454,2 milioni di euro, in miglioramento rispetto ai -490,3 milioni di euro di fine 2008. A tale risultato ha contribuito anche l'effetto di operazioni realizzate a fine 2008.

Al 31 marzo 2009 il **personale** dipendente, a tempo indeterminato e determinato del Gruppo, risulta composto da 3.926 unità.

Rispetto al primo trimestre dello scorso anno, se si isola l'effetto dovuto alla cessione di Mondadori Printing S.p.A., la riduzione degli organici si attesta a 101 unità.

RISULTATI DELLE AREE DI BUSINESS¹

• **Libri**

Nel primo trimestre del 2009 la Divisione Libri ha confermato la propria leadership di mercato (con una quota del 26,8%), in netta preminenza rispetto ai principali concorrenti, con una buona tenuta del comparto trade. I ricavi complessivi nel periodo sono stati di **89 milioni di euro** (-5,4% rispetto ai 94,1 milioni di euro dello stesso periodo dell'esercizio precedente). Al netto delle vendite congiunte il decremento è del 4,5%.

Tra le singole case editrici si segnalano le buone performance di Sperling & Kupfer e Einaudi.

Sperling & Kupfer ha realizzato nel primo trimestre 2009 ricavi per 8,2 milioni di euro in crescita del 32,3% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno: un risultato che segnala il recupero di efficacia nel progetto editoriale e la rifocalizzare dell'offerta in coerenza con il posizionamento dei marchi.

Nel primo trimestre 2009 Einaudi ha registrato ricavi netti di 12,1 milioni di euro, in crescita del 2,5% rispetto allo stesso periodo del 2008. Al buon andamento dei canali libreria e grande distribuzione si sono contrapposti il calo del canale rateale e la flessione, prevista, della cessione dei diritti per operazioni in vendita congiunta in un mercato in forte contrazione.

In leggero calo i ricavi di vendita di Edizioni Mondadori, pari a 37 milioni di euro (-5,9% rispetto al primo trimestre 2008). Tra i titoli in evidenza si segnala il successo del 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).

Piemme ha registrato ricavi per 12 milioni di euro, in calo del 17,8% rispetto al primo trimestre 2008: in flessione il settore Adulti soprattutto per il prevedibile calo delle vendite dei due titoli di Khaled Hosseini.

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

- calo dei ricavi da cessione dei diritti per vendite congiunte, a conferma della forte contrazione del mercato e di questo canale;
- slittamento di alcuni importanti titoli nell'editoria sponsorizzata rispetto al primo trimestre 2008;
- 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 ha registrato ricavi netti di vendita pari a 2,3 milioni di euro (2,7 milioni nello stesso periodo dell'anno precedente), in una stagione dell'anno, come di consueto, con impatti minimi sul fatturato.

¹ Si segnala che dall'1 gennaio 2009 è entrato in vigore, in sostituzione dello IAS 14, il principio contabile IFRS 8 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.

Inoltre, a seguito della cessione dell'80% di Mondadori Printing, avvenuta nel novembre 2008, il segmento 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 nella voce "Corporate e altri business". La stessa classificazione è stata effettuata per gli importi del 2008.

- **Periodici Italia**

Il primo trimestre dell'anno 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.

Da un lato il calo dei consumi ha 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** (-23,2% rispetto ai 162,3 milioni di euro dello stesso periodo del 2008). Al netto delle vendite congiunte il decremento è del 17,3%.

Tale andamento è stato determinato dai seguenti elementi:

- 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.

A livello di copie vendute Mondadori, con un decremento del 9% a fronte di un comparto in calo del 12,1% (a febbraio), ha incrementato la propria quota di mercato;

- forte contrazione dei **ricavi da prodotti collaterali** (-33,9%), che hanno continuato il progressivo assestamento verso dimensioni più contenute.

Nel primo trimestre dell'anno il mercato ha registrato un'ulteriore caduta (a febbraio -24,9% a valore), in particolare nei comparti editoriali e dei prodotti audiovisivi, mentre ha tenuto maggiormente quello musicale. In questo scenario le performance di Mondadori sono state migliori rispetto al contesto di riferimento dei periodici;

- importante ridimensionamento dei **ricavi pubblicitari** (-35,7%), in particolare nei settori moda, cosmetica e arredamento, rispetto a un primo trimestre 2008 in forte crescita e particolarmente favorevole per Mondadori.

Tra i fatti più significativi del trimestre si segnalano:

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

Per quanto riguarda le attività digitali, la concentrazione degli investimenti sul polo femminile ha portato nel primo trimestre dell'anno in corso a ottimi risultati: i ricavi del sito di *Donna Moderna* sono cresciuti del 25% a fronte del +3,9% registrato dal mercato (dati Nielsen a febbraio). Nel mese di marzo è stata inoltre lanciata una nuova versione del sito di *Cosmopolitan*.

Attività internazionali

Come già detto, il mercato internazionale dei periodici ha risentito degli stessi elementi di criticità del mercato italiano, con un calo dei consumi e una contrazione degli investimenti in comunicazione. Ciononostante Mondadori ha aumentato nel primo trimestre 2009 i propri ricavi da royalties, grazie a nuovi lanci nell'ambito del network di *Grazia* e di *Casaviva*: a gennaio è nata *Casaviva* India, cui ha fatto seguito a febbraio l'edizione di *Grazia* in Cina, con eccellenti risultati sia in termini di advertising che di diffusione.

Per quanto riguarda i Balcani, anche la consociata Attica ha risentito del rallentamento dell'economia, registrando nel primo trimestre un calo dei ricavi pubblicitari e delle vendite congiunte, in buona parte compensato da una forte azione sul contenimento dei costi.

- **Periodici Francia**

Mondadori France ha conseguito nel primo trimestre 2009 un fatturato complessivo di **83,6 milioni di euro** (-14,5% rispetto ai 97,8 milioni di euro del corrispondente periodo dell'anno precedente).

A perimetro costante e al netto delle vendite congiunte il calo è stato dell'8,9%.

I **ricavi diffusionali**, che rappresentano il 70% del totale di Mondadori France, hanno registrato una flessione dell'8,4% (-5,9% a perimetro costante), con difficoltà maggiori sui settimanali (in particolare sulle guide televisive), sul segmento *people* e sull'auto. Al contrario hanno tenuto gli abbonamenti che continuano a rappresentare una stabile fonte di ricavi in una fase congiunturale come l'attuale.

Nel periodo è continuata la forte attenzione del management al contenimento dei costi.

In uno scenario particolarmente sfavorevole per gli **investimenti pubblicitari**, i ricavi di Mondadori France in questo comparto sono risultati in calo del 23,9% (-19,2% a perimetro costante); a volume i risultati sono sostanzialmente in linea con il dato di mercato (-17,4%, fonte: TNS-MI).

- **Pubblicità**

In Italia gli investimenti pubblicitari dei primi mesi del 2009, se confrontati con quelli del primo trimestre dello scorso anno, hanno mostrato un avvio estremamente critico, confermando il progressivo deterioramento del mercato già emerso chiaramente dalla seconda parte del 2008.

In attesa dei dati definitivi si prevedono, sulla base delle evidenze di Nielsen a febbraio, deboli segnali di crescita solo per il segmento internet; in forte sofferenza ancora radio, televisione e il comparto stampa, in cui i periodici hanno mostrato maggiori difficoltà rispetto ai quotidiani, avvantaggiati da un calo meno deciso della pubblicità locale. Nello specifico, i periodici, hanno registrato un andamento negativo sia in termini di spazio, sia in termini di prezzi, in tutti i settori merceologici.

Mondadori Pubblicità ha chiuso i primi tre mesi del 2009 con una raccolta complessiva di **51,7 milioni di euro** (-34,5% rispetto ai 78,9 milioni di euro dello stesso periodo 2008).

Per rafforzare ulteriormente gli interventi commerciali e valutare ogni possibile azione di ottimizzazione, la concessionaria ha acquisito dallo scorso marzo anche la raccolta dell'emittente nazionale *Radio Kiss Kiss*, consentendo nuove sinergie a livello di struttura.

- **Direct Marketing**

Nel primo trimestre dell'anno il mercato degli investimenti in direct mail ha registrato un calo superiore al 20%: in questo contesto, grazie alla qualità della propria offerta, **Cemit Interactive Media** ha conseguito risultati superiori al mercato.

Il fatturato si è attestato a **4,8 milioni di euro**, in contrazione del 9,4% rispetto ai 5,3 milioni di euro dello stesso periodo dell'esercizio precedente, per la mancata attività relativa alle campagne elettorali avvenuta nel marzo 2008.

- **Retail**

Il fatturato della Divisione Retail è stato di **41,8 milioni di euro** (-3,5% rispetto ai 43,3 milioni di euro dello stesso periodo del 2008).

La Divisione ha risentito nel trimestre, da un lato, del generalizzato calo dei consumi, dall'altro del confronto con un primo trimestre 2008 particolarmente positivo.

Nel periodo sono stati peraltro posti in atto interventi volti a ridurre i costi di gestione, in modo da minimizzare gli impatti conseguenti alla contrazione dell'attività.

Mondadori Retail ha registrato un fatturato di 26,8 milioni di euro, in calo del 7,7% rispetto ai 29 milioni di euro del primo trimestre 2008: la contrazione è stata inferiore nel settore del libro, supportato tra l'altro da molte campagne promozionali realizzate con gli editori, mentre il calo è stato più sensibile per quanto riguarda i prodotti digitali.

Nel periodo i negozi in gestione diretta hanno raggiunto le 29 unità (28 punti di vendita nel primo trimestre 2008).

Mondadori Franchising ha registrato un fatturato di 15 milioni di euro (+5,3%) rispetto ai 14,3 milioni di euro dei primi tre mesi dello scorso anno, grazie allo sviluppo del network di librerie ed Edicolè che hanno raggiunto nel periodo i 404 punti vendita complessivi (357 nel primo trimestre 2008).

- **Radio**

Nel primo trimestre dell'anno il mercato radiofonico non è risultato immune dalla contrazione degli investimenti pubblicitari, registrando nel solo primo bimestre una contrazione del 27,2% (Fonte: Nielsen) con leggeri segnali di ripresa da marzo.

In questo contesto i ricavi netti di R101 nel periodo sono stati di **3 milioni di euro** (-16,7%) rispetto ai 3,6 milioni di euro dello stesso periodo dell'esercizio precedente.

Si tratta essenzialmente di ricavi pubblicitari quota editore corrispondenti a una raccolta pubblicitaria lorda di oltre 4,4 milioni di euro, in calo del 14% rispetto ai 5,1 milioni di euro dell'analogo periodo dell'anno precedente: il dato si confronta con un primo trimestre 2008 in cui R101 aveva registrato una raccolta in crescita del 56% rispetto al primo trimestre 2007, a fronte di un mercato cresciuto del 9%.

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.

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 e 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.

§

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Carlo Maria Vismara, 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 della Società.

§

Il resoconto intermedio di gestione sul primo trimestre 2009 viene reso disponibile presso la sede legale della Società, presso Borsa Italiana S.p.A. e sul sito www.mondadori.it entro la data odierna.

In allegato:

- Conto economico consolidato (allegato 1)
- Stato patrimoniale consolidato (allegato 2)

Ufficio stampa Mondadori
Tel. +39 02 75423159 - Fax +39 02 75423637
email: rapportistampa@mondadori.it - www.mondadori.it

Allegato 1

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	

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

Allegato 2

Stato Patrimoniale Consolidato (Euro/milioni)

Attivo	31 marzo 2009	31 dicembre 2008
Attività immateriali	929,0	930,9
Investimenti immobiliari	2,5	2,6
Terreni e fabbricati	18,1	18,3
Impianti e macchinari	10,0	10,3
Altre immobilizzazioni materiali	30,8	32,2
Immobili, impianti e macchinari	58,9	60,8
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	139,6	140,8
Altre partecipazioni	0,2	0,2
Totale partecipazioni	139,8	141,0
Attività finanziarie non correnti	7,5	2,0
Attività per imposte anticipate	37,9	38,9
Altre attività non correnti	2,9	2,8
Totale attività non correnti	1.178,5	1.179,0
Crediti tributari	24,0	20,1
Altre attività correnti	84,1	90,3
Rimanenze	125,7	123,4
Crediti commerciali	370,4	417,3
Altre attività finanziarie correnti	52,1	68,5
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	286,4	330,5
Totale attività correnti	942,7	1.050,1
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	2.121,2	2.229,1
Passivo	31 marzo 2009	31 dicembre 2008
Capitale sociale	67,5	67,5
Riserva sovrapprezzo azioni	286,9	286,9
Altre riserve e risultati portati a nuovo	149,0	55,7
Utile (perdita) dell'esercizio	(1,8)	97,1
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	501,6	507,2
Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti	2,1	1,9
Totale patrimonio netto	503,7	509,1
Fondi	37,7	39,7
Indennità di fine rapporto	60,5	61,4
Passività finanziarie non correnti	684,3	674,0
Passività per imposte differite	89,4	88,9
Altre passività non correnti	-	-
Totale passività non correnti	871,9	864,0
Debiti per imposte sul reddito	23,4	23,6
Altre passività correnti	273,2	258,8
Debiti commerciali	333,1	356,3
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	115,9	217,3
Totale passività correnti	745,6	856,0
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	2.121,2	2.229,1