

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 2010**

Segrate, 11 maggio 2010

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 2010**

Segrate, 11 maggio 2010

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 2010	9
- Indicatori finanziari e non finanziari	10
- Divisione Libri	11
- Divisione Periodici Italia	16
- Divisione Periodici Francia	19
- Servizi pubblicitari	20
- Direct marketing	22
- Retail	22
- Divisione Radio	23
- Corporate e altri business	24
- Situazione finanziaria	24
- Informazioni sul personale	26
- Investimenti tecnici	27
- Altre informazioni	28
- Evoluzione prevedibile della gestione	28
- Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata	30
- Conto economico separato e complessivo consolidati	32

Relazione del Consiglio di Amministrazione

Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre 2010

Il primo trimestre dell'esercizio non ha mostrato decise indicazioni di ripresa dei mercati, dopo un periodo ormai lungo di flessione; si può dire, comunque, che in molti settori dell'economia si è assistito al rallentamento della tendenza alla contrazione dei consumi ed in alcuni casi a incoraggianti segnali di ripresa.

Quanto sopra è riflesso dai risultati di fatturato di Mondadori, ancora in riduzione ma in misura molto più contenuta rispetto all'esercizio passato; diverso il discorso in termini reddituali, con risultati operativi che proseguono, con forte accelerazione, nel *trend* di miglioramento già evidenziato nell'ultima parte del 2009.

Buona parte dell'aumento del risultato operativo del Gruppo deriva dagli effetti del piano di riduzione costi, che prosegue con grande impegno ed ha consentito di difendere e spesso migliorare i livelli di redditività dei *business*.

Sul fronte degli investimenti pubblicitari si è fortemente ridotta la velocità di flessione e per alcuni settori si registrano significativi segni di ripresa.

Nella rappresentazione dei risultati del primo trimestre del 2010 non è necessario dare evidenza di particolari variazioni di perimetro, essendo l'attività grafica ormai trattata in modo omogeneo rispetto all'esercizio precedente; non viene inoltre evidenziato il margine operativo normalizzato, non essendo avvenute nel trimestre significative variazioni di risultato attribuibili ad elementi straordinari.

Il **fatturato consolidato** al 31 marzo 2010 è stato di 344,7 milioni di Euro, in diminuzione del 2,8% rispetto ai 354,5 milioni di Euro del 2009.

Il **margine operativo lordo** consolidato è risultato di 21,2 milioni di Euro, in aumento del 49,3% rispetto ai 14,2 milioni di Euro dell'esercizio precedente, pur comprendendo maggiori investimenti di sviluppo.

Il **risultato operativo consolidato** al 31 marzo 2010 è stato pari a 15,7 milioni di Euro, in aumento del 96,2% rispetto agli 8,0 milioni di Euro del 2009, con ammortamenti e svalutazioni di attività materiali ed immateriali per 5,5 milioni di Euro (6,2 milioni di Euro nel 2009).

L'**utile prima delle imposte consolidato** è risultato di 8,6 milioni di Euro, più che triplicato rispetto ai 2,6 milioni di Euro del 2009, nonostante l'incremento degli oneri finanziari derivanti dalla ristrutturazione del debito per 1,7 milioni di Euro.

L'**utile netto consolidato** al 31 marzo 2010 è risultato di 2,4 milioni di Euro, contro una perdita di 1,8 milioni di Euro dell'esercizio precedente.

Il **cash flow lordo** del primo trimestre 2010 è stato di 7,9 milioni di Euro rispetto ai 4,4 milioni di Euro del 2009.

La **posizione finanziaria netta** è passata da -372,9 milioni di Euro di fine 2009 a -357,2 milioni di Euro al 31 marzo 2010; rispetto alla stessa data dell'esercizio precedente il miglioramento è risultato di 97,0 milioni di Euro.

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)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009	Delta %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	344,7	354,5	(2,8%)
Costi per il personale	66,9	70,8	(5,5%)
Costo del venduto e di gestione (*)	256,3	266,4	(3,8%)
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	(0,3)	(3,1)	(90,3%)
Margine operativo lordo	21,2	14,2	49,3%
<i>Incidenza MOL su ricavi</i>	<i>6,2%</i>	<i>4,0%</i>	
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	2,7	3,0	(10%)
Ammortamenti delle attività immateriali	2,8	3,2	(12,5%)
Risultato operativo	15,7	8,0	96,2%
<i>Incidenza risultato operativo su ricavi</i>	<i>4,6%</i>	<i>2,3%</i>	
Proventi (oneri) finanziari netti	(7,1)	(5,4)	31,5%
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-	
Risultato del periodo prima delle imposte	8,6	2,6	230,8%
Imposte sul reddito	6,0	4,2	42,9%
Risultato di pertinenza di terzi	(0,2)	(0,2)	-
Risultato netto	2,4	(1,8)	n.s.

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

I **ricavi consolidati** sono stati pari a 344,7 milioni di Euro con una contrazione del 2,8%; di seguito si fornisce la composizione dei ricavi per area di *business*.

Volume d'affari per settore di attività (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009	Delta %
Libri	80,1	89,0	(10,0%)
Periodici Italia	123,4	124,3	(0,7%)
Periodici Francia	81,1	83,6	(3,0%)
Servizi pubblicitari	49,4	51,7	(4,4%)
<i>Direct</i>	5,1	4,8	6,3%
<i>Retail</i>	44,4	41,8	6,2%
Radio	3,1	3,0	3,3%
<i>Corporate e altri business</i>	4,8	4,6	4,3%
Totale ricavi aggregati	391,4	402,8	(2,8%)
Ricavi infragruppo	(46,7)	(48,3)	(3,3%)
Totale ricavi consolidati	344,7	354,5	(2,8%)

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

Volume d'affari per area geografica (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009	Delta %
Mercato nazionale	258,4	266,2	(2,9%)
Francia	77,4	78,6	(1,5%)
Altri Paesi UE	7,5	7,8	(3,8%)
Mercato USA	0,1	0,1	-
Altri Paesi	1,3	1,8	(27,8%)
Totale ricavi consolidati	344,7	354,5	(2,8%)

Divisione Libri

Il fatturato della Divisione Libri si è attestato a 80,1 milioni di Euro nel primo trimestre 2010 in calo del 10% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La flessione è imputabile principalmente ad una diversa calendarizzazione delle iniziative editoriali.

Rispetto al 2009 si prevede la pubblicazione di molte importanti novità nei prossimi mesi e, in proposito, si segnala la buona partenza del nuovo libro di Carlos Ruiz Zafón *Il palazzo della mezzanotte* (aprile 2010).

I dati di mercato Nielsen dei primi tre mesi del 2010, seppure provvisori, confermano la leadership del Gruppo nel comparto *Trade* del mercato con una quota di circa il 26,3%. Tra le singole case editrici in leggerissimo calo rispetto al 2009 le quote di Edizioni Mondadori e di Einaudi mentre crescono Sperling & Kupfer e Piemme.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009
Fatturato libri	78,8	87,8
Altri ricavi	1,3	1,2
	80,1	89,0
Costi operativi	(69,4)	(76,5)
Margine operativo lordo	10,7	12,5
Ammortamenti e svalutazioni	(0,4)	(0,8)
Risultato operativo	10,3	11,7

Di seguito si riporta il dettaglio dei ricavi per editore:

Libri (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009	Delta %
Edizioni Mondadori	28,7	37,0	(22,4%)
Einaudi	13,0	12,1	7,4%
Sperling & Kupfer	6,8	8,2	(17,1%)
Edizioni Piemme	12,5	12,0	4,2%
Mondadori Electa	7,6	8,3	(8,4%)
Mondadori Education	2,5	2,3	8,7%
Distribuzione Libri	8,0	8,3	(3,6%)
Altri ricavi	1,0	0,8	25,0%
Totale ricavi consolidati	80,1	89,0	(10,0%)

Il primo trimestre del 2010 vede la Direzione Libri *Trade* attiva sul fronte dell'editoria digitale con il programma di pubblicazione di oltre 1000 e-book per Natale 2010.

Edizioni Mondadori

Nel primo trimestre del 2010 Edizioni Mondadori ha accumulato ricavi per 28,7 milioni di Euro, in calo del 22,4% rispetto all'anno precedente, per una diversa programmazione editoriale che privilegia il secondo semestre.

Tra le novità pubblicate nel 2010 con *performance* di vendita molto buone troviamo: nella narrativa John Grisham con *Ritorno a Ford County* (100.000 copie), Madeleine Wickham (alias Sophie Kinsella) con *La compagna di scuola*, che ha raggiunto le 75.000 copie e Alessandro D'Avenia, un esordio molto positivo con *Bianca come il latte e rossa come il sangue*, che ha già superato le 70.000 copie.

Molto positivo il primo trimestre della Varia, con un'ottima tenuta del titolo dell'anno scorso di Fabio Volo *Il tempo che vorrei*, che nel solo 2010 ha venduto 100.000 copie per un totale di 690.000 copie; molte altre novità hanno inoltre raggiunto un buon livello di venduto, come *I sogni fanno rima* di Pierdavide Carone (70.000 copie), *Non so che viso avesse* di Francesco Guccini (60.000) e *Così in terra come in cielo* di Don Andrea Gallo (40.000).

Per quanto riguarda le novità della Saggistica, molto bene il libro di Nicola Gratteri e Antonio Nicaso, *La malapianta*, che ha superato le 90.000 copie di venduto. Da segnalare anche l'ottima *performance* del libro di Bruno Vespa *Donne di cuori*, che ha raggiunto il suo record assoluto di vendite, con oltre 320.000 copie, di cui 20.000 nel 2010.

Nei libri per Ragazzi, si segnala il buon risultato di vendita de *Il ladro di fulmini. Percy Jackson e gli dei dell'Olimpo* di Rick Riordan, il primo titolo (che ha superato le 40.000 copie di venduto) di una saga in 5 volumi da oltre 6.000.000 di copie negli Stati Uniti.

Nel segmento Paperback con il primo trimestre è stato registrato rispetto all'anno precedente un incremento del 5% sui rifornimenti: nel mese di marzo è iniziata la tradizionale campagna promozionale che offre tutti i titoli del catalogo al 25% di sconto in libreria e in Grande Distribuzione.

Giulio Einaudi Editore

Il primo trimestre 2010 ha evidenziato un buon incremento (7,4%) dei ricavi netti totali rispetto all'esercizio precedente, nonostante il calo di quasi il 15% sul canale rateale.

Tra i titoli che hanno registrato le migliori collocazioni sul mercato nel trimestre segnaliamo: *La parola contro la camorra* di Roberto Saviano (87.000 copie), *Prima di morire addio* di Fred Vargas (52.000), *Il giovane Holden* di Jerome David Salinger (53.000), *L'umiliazione* di Philip Roth (34.000), *Tre secondi* di Anders Roslund e Borge Hellstrom (25.000), *Caduta libera* di Nicolai Lilin (22.000), *Che la festa cominci* di Niccolò Ammaniti (22.000). I titoli citati sono novità del 2010 ad eccezione di quelli di Salinger e di Ammaniti.

Sperling & Kupfer

Sperling & Kupfer ha sviluppato ricavi per 6,8 milioni di Euro in flessione del 17,1% verso il 2009, che aveva beneficiato della pubblicazione nel mese di marzo de *Il gioco delle verità* di Sveva Casati Modignani.

In linea con la politica di contenimento della produzione, i titoli pubblicati in questo primo trimestre 2010 sono stati 77, rispetto ai 92 del 2009. Tale contenimento è stato realizzato prevalentemente nelle linee di *Fiction* e *Non fiction*.

Nel primo trimestre dell'anno si segnala la pubblicazione del nuovo titolo di Guillaume Musso, che entra così nella scuderia di Sperling, con *Perché l'amore qualche volta ha paura*. Nel settore della *Fiction crossover* va segnalata la pubblicazione di *Wings* di Aprilynne Pike, supportata da un innovativo *web marketing plan*. Buoni i rifornimenti nel trimestre dei titoli della serie *Il mondo di Patty*, per un totale di 130.000 copie.

Per la linea Frassinelli si segnala l'importante debutto di Francesca Petrizzo con *Memorie di una cagna* e il nuovo titolo di Barbara Garlaschelli *Non ti voglio vicino*, che è entrato nella selezione del premio Strega.

Le punte del programma di *Non fiction* sono il nuovo libro di Eugenio Benetazzo *Padrone del tuo denaro* e *Karol e Wanda* di Giacomo Galeazzi e Francesco Grignetti.

Edizioni Piemme

Nei primi tre mesi del 2010 Piemme ha registrato ricavi per 12,5 milioni di Euro in crescita del 4,2% rispetto all'anno precedente.

Nel settore Adulti il fatturato del trimestre è in aumento del 7% rispetto allo stesso periodo del 2009 sia per l'incremento di rifornimento sia per il calo delle rese. Buono l'andamento delle novità, tra cui si segnalano, per la Narrativa, le vendite dei titoli del filone aperto dai libri di Khaled Hosseini, come *Il bambino che corre nel vento* di Andrea Busfield con 22.000 copie, seguito dal nuovo titolo dell'autrice di portafoglio Jennifer Weiner, *L'altra storia di noi* (19.500).

La linea Saggistica, che evidenzia un fatturato del 19% superiore rispetto al 2009, ha il titolo migliore ne *Il sussurro della montagna proibita* (45.000 copie) di Siba Shakib, seguito da *La pianista bambina* (28.000) di Greg Dawson.

La linea Religione migliora in modo eclatante le *performance* rispetto al 2009 per effetto sia delle eccellenti vendite del titolo di Paolo Brosio *A un passo dal baratro* (pubblicato nel 2009) con 44.000 copie nel 2010, sia del successo ormai consolidato di libri come *Cento volte tanto* di Nicola Legrottaglie, con 26.000 copie.

La linea Paperback raddoppia le *performance* rispetto allo stesso periodo del 2009 grazie al rifornimento in costante crescita. La novità più rilevante è stata *Il bambino senza nome* di Mark Kurzem con 22.000 copie, seguita da *Il sogno infinito* di Harry Bernstein con 18.000.

Il fatturato complessivo del settore Junior mostra la stessa dinamica positiva degli adulti (+13%) rispetto al primo trimestre 2009, in particolare grazie al netto calo delle rese.

Editoria d'arte e organizzazione mostre

Il fatturato complessivo di questo comparto è risultato in calo dell'8,4% rispetto ai primi 3 mesi del 2009; su base omogenea, ossia al netto dei ricavi per cessione di *royalties* legate ad operazioni in vendita congiunta, il fatturato totale risulterebbe in leggera crescita (+0,4%).

Mondadori Electa ha risentito degli effetti del rallentamento congiunturale nella maggior parte dei segmenti di mercato in cui opera: al calo dei ricavi del canale libreria e alla sostanziale scomparsa dell'attività delle vendite congiunte si è aggiunta la contrazione delle attività del settore dei beni culturali per via della cessazione di alcune concessioni museali. In controtendenza l'andamento delle vendite sponsor e le attività di coedizione con editori stranieri.

Da segnalare inoltre una serie di recenti acquisizioni nel settore beni culturali quali la concessione del Museo del Novecento a Milano ed il subentro nella concessione dei Musei Civici di Torino oltre alla proroga della concessione S.A.R. fino a tutto il 2010.

Nei prossimi mesi tutte le maggiori concessioni saranno oggetto di gara, l'esito delle quali potrà avere effetti già sui mesi finali dell'anno in corso. Tale incertezza è ancora maggiore se si considera che devono ancora essere rese note le linee guida che definiranno le nuove regole per le gare di rinnovo delle concessioni dei servizi aggiuntivi nei musei, con rilevanti modifiche degli attuali scenari.

Mondadori Education

Mondadori Education al 31 marzo 2010 registra ricavi netti di vendita pari a 2,5 milioni di Euro, sostanzialmente stabili rispetto ai 2,3 milioni raggiunti nello stesso periodo dell'anno precedente, in una stagione, come di consueto, dagli impatti minimi sul fatturato.

I primi tre mesi dell'anno sono stati dedicati al completamento del piano editoriale delle novità e nuove edizioni per la campagna di propaganda 2010, con le adozioni dell'anno scolastico che inizierà a settembre. L'attività nel trimestre è stata quest'anno particolarmente intensa perché le opere dovevano essere uniformate ai nuovi programmi della riforma della scuola secondaria di 2° grado, soprattutto per le materie scientifiche. La produzione di novità e nuove edizioni è stata pari a 191 titoli, rispetto ai 144 titoli prodotti nello stesso periodo dell'anno precedente, con un incremento pari al 33%.

Le prime indicazioni sull'attività di propaganda delineano un quadro disomogeneo di attività: risulta sostanzialmente in linea la scuola secondaria di 1° grado, mentre la scuola secondaria di 2° grado risente delle incertezze derivanti dalla riforma dei programmi; nella scuola primaria si rileva, in alcuni casi, la tendenza a cambiare il libro di testo nonostante il blocco adozionale di 5 anni.

Nell'attività di allargamento del mercato tradizionale scolastico è da segnalare, nell'ambito della formazione, l'avvio della Scuola di Scrittura, un laboratorio di *editing* in vivo, dove si individuano talenti da guidare nel loro processo di crescita e maturazione.

Distribuzione e logistica

I ricavi del primo periodo dell'anno risultano pari a 8 milioni di Euro e sono allineati agli 8,3 milioni del 2009.

In evidenza il buon andamento di Edizioni EL (+24% verso il 2009) società partecipata al 50% dalla controllata Giulio Einaudi Editore, e un leggero incremento del fatturato per conto di Baldini e Castoldi Dalai.

In ambito logistico il numero di spedizioni è in calo del 5% rispetto al primo trimestre 2009 insieme ad una contrazione in termini di copie, soprattutto delle attività integrative, quali maceri e stralci. In tale contesto il costo di spedizione a copia diminuisce del 5%, grazie agli interventi sia di massimizzazione dell'efficienza industriale sia sulle più importanti componenti di costo.

Divisione Periodici Italia

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009
Fatturato periodici	115,7	117,7
Altri ricavi	7,7	6,6
	123,4	124,3
Costi operativi	(109,3)	(113,9)
Margine operativo lordo	14,1	10,4
Ammortamenti e svalutazioni	(0,2)	(0,2)
Risultato operativo	13,9	10,2

Il primo trimestre dell'anno in corso, pur condizionato dalla coda della crisi che ha colpito l'editoria italiana ed internazionale nel 2009, ha iniziato a manifestare i primi cauti segni di stabilizzazione.

Ciò ha riguardato soprattutto il versante della raccolta pubblicitaria nel suo insieme, e dunque non limitata ai soli periodici, mentre sul fronte delle diffusioni i primi mesi sono stati caratterizzati da una persistente debolezza accentuata dall'ulteriore forte calo dei prodotti collaterali.

Se dunque possiamo registrare un dato generalmente più incoraggiante relativo alla dinamica dell'*advertising*, dobbiamo constatare che il segmento pubblicitario che più fatica a riprendere un ritmo di crescita è quello dei Periodici.

Ciò vale soprattutto per i mesi di gennaio e febbraio, mentre marzo e aprile danno qualche indicazione più confortante.

Tutto quanto sopra rende ancor più interessante l'andamento di Mondadori in questo inizio d'anno.

La Divisione Periodici ha realizzato nel primo trimestre 2010 ricavi per 123,4 milioni di Euro con un calo limitato allo 0,7%.

L'andamento dei ricavi delle testate Mondadori è stato determinato dai seguenti fenomeni:

- diminuzione dei ricavi diffusionali del 4,3%;
- crescita dei ricavi dei prodotti collaterali (+3,7%), in netta controtendenza rispetto al mercato di riferimento;
- calo contenuto dei ricavi pubblicitari che sono stati sostenuti sia da una forte attività della rete di vendita, che ha portato nel portafoglio clienti nuovi investitori, sia da numerose e innovative iniziative che hanno dato impulso a pianificazioni veicolate su piattaforme di comunicazione integrate di carta stampata *web* e altri strumenti (QR, VIP, AR ecc).

Tra i fatti più significativi del trimestre vogliamo segnalare:

- il rilancio di alcuni mensili (*Interni, Casa Facile, Panorama Travel, Grazia Casa*) che hanno in genere raccolto risultati promettenti soprattutto sul versante delle diffusioni;
- l'attività di sostegno promozionale di numerose testate settimanali che ha contribuito alla stabilizzazione dei ricavi diffusionali e pubblicitari;
- il lavoro editoriale volto al rilancio di alcune testate *core* (*Panorama, Tu Style e Chi*) programmato rispettivamente per i mesi di maggio, giugno e luglio;
- il conseguimento delle importanti efficienze derivanti all'opera di ristrutturazione effettuata a più livelli nell'arco del 2009. Agli importanti *saving* ottenuti sul fronte dei costi operativi si stanno sommando gli esiti degli alleggerimenti delle strutture sia sul fronte redazionale sia su quello gestionale.

Diffusione

Il mercato diffusionale prosegue nella sua tendenziale diminuzione delle copie vendute (-10,6% a copie a marzo) accentuato dai numerosi salti di uscite che gli Editori hanno effettuato nel mese di gennaio per sopperire alla scarsità di pagine pubblicitarie.

Mondadori si è difesa meglio degli altri *competitor* con un venduto a copie in calo del 4,4% (dato a marzo 2010) principalmente attribuibile all'abbattimento di distribuzioni promozionali e con i principali canali in sostanziale tenuta.

Relativamente all'andamento delle maggiori testate:

- *TV Sorrisi e Canzoni* attenua il calo soprattutto per effetto della revisione editoriale di fine 2009, del sostegno promozionale e del buon andamento dei nuovi allegati mensili;
- *Panorama* aumenta leggermente i suoi venduti medi;
- *Donna Moderna* flette leggermente ma compensa il calo con l'aumento di prezzo;
- crescono sia *Grazia* sia *Tu Style*.

Si segnala che a fine marzo sono state soppresse le agevolazioni fino ad ora concesse a Poste Italiane SpA che consentivano di praticare agli Editori condizioni più favorevoli sul fronte dei costi di spedizione.

In assenza di nuovi provvedimenti, auspicati in tempi brevi dagli Editori, va rilevato che il venir meno di tale contributo, in essere da molti anni, che compensava tra l'altro i disservizi del sistema postale, genererà un incremento del 100% delle tariffe, rischiando di deprimere ulteriormente il canale di vendita per abbonamento.

Vendite congiunte

E' ancora forte la caduta del mercato nel primo trimestre (-32,5% a valore a marzo 2010). Scendono tutti i comparti di attività con l'eccezione del collezionabile puro.

In questo contesto la *performance* di Mondadori risulta in controtendenza con ricavi che addirittura incrementano rispetto al primo trimestre 2009.

Il risultato è incoraggiante ma deve al contempo suggerire prudenza sia perché le maggiori iniziative devono ancora essere lanciate, sia perché i concorrenti hanno programmato numerose attività per il secondo trimestre, sia soprattutto perché le buone *performance* sono state conseguite con un ulteriore forte aumento delle uscite, il che potrebbe comportare nella residua parte dell'anno un effetto di saturazione.

Tra le iniziative che hanno dato buoni esiti dobbiamo segnalare: la prima visione di *Panorama*, le collane *animation* di *TV Sorrisi e Canzoni*, qualche serie musicale e alcune raccolte di collezionismo puro.

Attività internazionali

I ricavi da *licensing* sono cresciuti del 24% grazie al buon andamento delle edizioni *Uk* e olandese di *Grazia* e al lancio del *magazine* in Francia e Germania, quest'ultimo avvenuto nello scorso mese di febbraio.

Sono raddoppiati i ricavi derivanti dal servizio di raccolta pubblicitaria per il *network* sia per la presenza di nuove edizioni sia per il *trend* negativo che aveva caratterizzato il primo trimestre dello scorso anno.

L'andamento delle *joint venture* paritetiche in Russia e Cina è stato decisamente superiore allo scorso anno, in particolare per la raccolta pubblicitaria.

La consociata Attica nel primo trimestre inizia a risentire della crisi finanziaria in Grecia e vede ridursi i ricavi pubblicitari di circa il 9% (-2,5% a testate omogenee). *Performance* ancora molto negative per i ricavi pubblicitari nei Paesi balcanici, che, nel primo trimestre dello scorso anno, non avevano ancora registrato impatti elevati della crisi economica.

Digital

Il mercato pubblicitario del mezzo Internet complessivamente cresce del 3% e in particolare i ricavi da *display* sono in aumento del 13,4% verso lo stesso periodo dello scorso anno (Fonte: Nielsen a valore - marzo 2010).

La creazione di una forza vendita dedicata al *web* con la nuova concessionaria Mediamond e il nuovo sito di *Graziamagazine.it* hanno dato un significativo impulso alla raccolta pubblicitaria dei siti Mondadori (+30%). Superiori al mercato anche le *performance* di tutti i siti femminili (in particolare *Donnamoderna* e *Cosmopolitan*).

Lo sforzo di concentrare maggiori risorse specializzate nella raccolta pubblicitaria del *Digital*, ha comportato un innalzamento della quota riconosciuta alla concessionaria. Questo fenomeno riduce la crescita dei ricavi pubblicitari netti di pertinenza dell'editore al 13%.

Divisione periodici Francia

Mondadori France ha ottenuto nel primo trimestre dell'esercizio in corso un fatturato di 81,1 milioni di Euro, in flessione del 3,0% rispetto a pari periodo del 2009; per valutare la *performance* si deve considerare che il perimetro di attività in Francia si è modificato, con la chiusura e cessione di testate (alcune alla *joint venture* Emas) ed il lancio di *Grazia*, avvenuto a fine agosto 2009: a perimetro omogeneo il fatturato 2010 risulterebbe sostanzialmente in linea con l'esercizio scorso.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009
Fatturato periodici	78,0	79,4
Altri ricavi	3,1	4,2
	81,1	83,6
Costi operativi	(76,8)	(79,8)
Margine operativo lordo	4,3	3,8
Ammortamenti e svalutazioni	(2,5)	(3,0)
Risultato operativo	1,8	0,8

Diffusione

Il fatturato diffusionale, che rappresenta circa il 75% della cifra d'affari totale, è cresciuto dell'1,2% complessivamente e del 4,5% a perimetro costante, sostenuto dai buoni risultati di titoli quali *Biba*, *Modes & Travaux*, *Science & Vie*; ad una buona tenuta delle vendite in edicola si è aggiunto il positivo risultato (+5,2% a perimetro costante) delle vendite in abbonamento che rappresentano una componente sempre più importante dei ricavi diffusionali, meno esposta ai cicli economici.

La crescita dei ricavi è frutto della decisione strategica, implementata dal 2007, di concentrazione del portafoglio su testate *core*, oltre che della politica di continuo miglioramento della qualità editoriale dei prodotti.

Particolarmente importante il contributo di *Grazia*, che porterebbe il dato di crescita, escluse le testate non più nel perimetro, al 7,8%.

Pubblicità

La raccolta pubblicitaria del primo trimestre dell'esercizio presenta risultati in deciso miglioramento rispetto al 2009: se a valori complessivi il fatturato si decrementa del 9,3%, escludendo i titoli non più presenti in consolidato e con il contributo di *Grazia* il dato risulta in aumento del 4,2%, anche derivante dalla crescita nel settore alto di gamma, che rappresenta oggi il 21% (in confronto con il 7% del 2009) dei ricavi pubblicitari totali.

Da quanto sopra deriva sostanzialmente la miglior *performance* di Mondadori France rispetto al mercato di riferimento nel trimestre, con una crescita a volume del 6% che si confronta con un dato di mercato del 3% (fonte: riclassifica dati Kantar Media).

Attività

La politica di riduzione dei costi iniziata negli scorsi anni prosegue nell'esercizio: oltre alla riorganizzazione, altre attività garantiranno nuovi risparmi: tra queste assume importanza il progetto di trasferimento degli uffici della società, per il quale è stato concluso un accordo per il trasloco da inizio 2011 di tutti i dipendenti a Montrouge, nell'area metropolitana di Parigi, con effetti positivi sia in termini di costo che di organizzazione ed efficienza del lavoro.

L'allargamento della *joint venture* con Axel Springer con il conferimento di tutti i titoli del settore Auto sta apportando già buoni risultati, soprattutto alla nuova formula di *Auto Journal*, che registra fin dai primi mesi una crescita di diffusioni; sviluppi interessanti seguiranno a breve, specie nelle versioni digitali dei titoli automobilistici.

I risultati di *Grazia*, anche dopo il lancio di due titoli concorrenti (*Envy* e *Be*), si confermano ad ottimi livelli, con una media nel trimestre di 27 pagine pubblicitarie e di 175.000 copie vendute in edicola.

Servizi pubblicitari

Il mercato

Dopo le difficoltà dello scorso anno, le evidenze dei primi mesi del 2010 sono all'insegna di un cauto ottimismo, non solo perché il pesante calo sembra si sia definitivamente arrestato,

ma anche perché i segnali di ripresa si stanno progressivamente affermando sempre più ravvicinati e decisi; gli investimenti pubblicitari dei primi tre mesi, infatti, se confrontati con quelli del primo trimestre 2009, seppur con i consueti “distinguo” tra i vari mezzi, risultano positivi (a marzo il totale dei mezzi rilevati da Nielsen mostra +4%).

In questo contesto, come già delineatosi nell'ultima parte del 2009, viene confermato il migliore stato di salute dei mezzi Internet e Radio, la buona *performance* del mezzo televisivo, mentre sono sempre i Periodici, rispetto ai Quotidiani sostanzialmente stabili, a mostrare ancora un ritardo significativo.

Non mancano però, anche per questo mezzo, indicazioni positive riscontrate soprattutto in alcuni segmenti merceologici legati al Largo Consumo e alla Cosmetica, ed in misura più contenuta alla Moda e all'Arredamento; male ancora il settore Auto.

La Società

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009
Fatturato pubblicità	48,6	50,6
Altri ricavi	0,8	1,1
	49,4	51,7
Costi operativi	(51,7)	(53,6)
Margine operativo lordo	(2,3)	(1,9)
Ammortamenti e svalutazioni	-	-
Risultato operativo	(2,3)	(1,9)

Il fatturato di Mondadori Pubblicità si attesta a fine marzo a 49,4 milioni di Euro, in calo del 4,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Il dato risente però dei forti elementi di discontinuità che caratterizzano il 2010 quali l'interruzione della raccolta per Società Europea di Edizioni SpA (*Il Giornale* e le sue testate periodiche), avvenuta dallo scorso novembre, e il passaggio, da gennaio, alla nuova concessionaria Mediamond, partecipata pariteticamente da Mondadori Pubblicità e Publitalia '80, della raccolta sul mezzo Internet.

Nell'ambito del mezzo Periodici, i soli *magazine* dell'Editore Mondadori realizzano un -2,9%, con i settimanali stabili grazie alle *performance* molto positive realizzate dai *magazine* femminili. Grande attesa per gli imminenti rilanci di *Panorama* ed *Economy* programmati per il mese di maggio.

Il mezzo Radio vede la raccolta per *R101* in leggera crescita, mentre prosegue con successo l'attività per *Radio KissKiss*, avviata nei primi mesi del 2009.

Direct Marketing

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009
Fatturato	5,1	4,8
Altri ricavi	-	-
	5,1	4,8
Costi operativi	(4,8)	(5,1)
Margine operativo lordo	0,3	(0,3)
Ammortamenti e svalutazioni	-	-
Risultato operativo	0,3	(0,3)

Nel primo trimestre del 2010 Cemit ha sviluppato una crescita del 6,3% sull'analogo periodo del 2009 nonostante il mercato degli investimenti in direct mail sia ancora in contrazione.

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

Prosegue una continua ricerca di miglioramento della qualità dei processi per dare ai clienti la migliore risposta oggi disponibile sul mercato.

Retail

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009
Fatturato	44,4	41,8
Altri ricavi	-	-
	44,4	41,8
Costi operativi	(45,5)	(43,4)
Margine operativo lordo	(1,1)	(1,6)
Ammortamenti e svalutazioni	(1,4)	(1,2)
Risultato operativo	(2,5)	(2,8)

La divisione ha sviluppato nel trimestre ricavi in crescita del 6,2% sull'analogo periodo dell'anno precedente.

Questo risultato è in parte legato alla tenuta del *network* già presente nel 2009 ed in parte legato all'apertura di nuove attività.

Nel periodo sono continuati gli interventi volti a contenere i costi di gestione delle società, in modo da minimizzare gli impatti derivanti dal perdurare di una crisi dei consumi che non sembra rallentare in modo significativo.

Mondadori Franchising continua nello sviluppo del proprio *network* di librerie ed edicole operando su 456 punti di vendita, numericamente la prima catena Italiana di libri. L'incremento del fatturato di oltre il 15% nel primo trimestre è quasi interamente legato allo sviluppo della rete stessa. Le nuove candidature oggi in portafoglio consentiranno di raggiungere l'ambizioso obiettivo di crescita previsto nel nostro piano.

Nei negozi diretti (**Mondadori Retail**) la crescita del fatturato è stata dell'1,1%.

I libri hanno avuto una *performance* migliore rispetto al prodotto digitale/media grazie anche all'appoggio di molte campagne promozionali realizzate con gli editori.

La società ha già messo in atto interventi volti a comprimere i costi gestionali ed a migliorare i margini.

Oggi la società opera su 32 punti di vendita.

Divisione Radio

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009
Fatturato	3,1	3,0
Altri ricavi	-	-
	3,1	3,0
Costi operativi	(4,3)	(5,9)
Margine operativo lordo	(1,2)	(2,9)
Ammortamenti e svalutazioni	(0,4)	(0,4)
Risultato operativo	(1,6)	(3,3)

Il fatturato pubblicitario del mezzo Radio nel primo trimestre del 2010 ha registrato un +12,6% rispetto allo scorso anno evidenziando un *trend* di continua crescita e distinguendosi in questo senso come uno dei *media* dalle migliori *performance* (Fonte: Nielsen - marzo 2010).

La raccolta pubblicitaria di *R101* ha contabilizzato complessivamente nel primo trimestre ricavi netti per 3,1 milioni di Euro. Il dato è comunque positivo soprattutto se si prende a confronto il primo bimestre che presenta una crescita pari all'11,2%, in linea con il mercato. La flessione registrata nel mese di marzo rispetto allo scorso anno è interamente imputabile alla presenza di un' importante iniziativa speciale realizzata nel marzo 2009.

Nei primi mesi dell'anno *R101* ha realizzato una campagna di affissioni a sostegno del *morning show* "La Carica di 101" ed in particolare del gioco a premi "Il botto alle otto". Sempre alta è poi l'attenzione allo sviluppo multimediale dell'Emittente attraverso le *web radio* e la realizzazione di applicazioni dedicate.

Per quanto concerne gli ascolti, il 2010 presenta importanti novità sul fronte dell'indagine condotta da Audiradio. *R101* ha aderito (insieme ad altre 22 emittenti) alla nuova indagine supplementare condotta attraverso il panel diari che consentirà di avere informazioni trimestrali (e non più bimestrali) sui dati di ascolto relativi sia al giorno medio che ai 7, 14 e 21 giorni, così da avere informazioni sul mercato più stabili ed affidabili.

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.

Mondadori International

Gli *asset* finanziari gestiti dalla società al 31 marzo 2010 ammontano a 40,2 milioni di Euro (114,3 a fine 2009). La società nel trimestre ha registrato una perdita pari a 1,3 milioni.

La composizione dell'attivo finanziario al 31 marzo è la seguente:

- conti correnti, attività assimilabili alla cassa e *time deposit* con primarie banche italiane a scadenza massima inferiore a tre mesi per 6,3 milioni di Euro;
- titoli obbligazionari a tasso variabile disponibili per la vendita per 33,9 milioni di Euro.

Situazione finanziaria

La situazione finanziaria del Gruppo Mondadori, al 31 marzo 2010, presenta un saldo negativo pari a 357,2 milioni di Euro, in miglioramento di oltre 15,7 milioni di Euro rispetto al termine dello scorso esercizio e di quasi 100 milioni di Euro rispetto allo stesso periodo del 2009.

Posizione finanziaria netta (Euro/milioni)	31 marzo 2010	31 dicembre 2009	31 marzo 2009
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	34,2	119,6	286,4
Attività finanziarie al <i>fair value</i>	-	-	-
Attività finanziarie disponibili per la vendita	33,5	35,7	37,1
Attività (passività) in strumenti derivati	(5,3)	(4,7)	(0,2)
Altre attività (passività) finanziarie	(17,0)	(14,6)	(11,2)
Finanziamenti (breve e medio/lungo termine)	(402,6)	(508,9)	(463,9)
Obbligazioni	-	-	(302,4)
Obbligazioni convertibili	-	-	-
Posizione finanziaria netta	(357,2)	(372,9)	(454,2)

Andamento dei tassi e dei cambi

Durante il I° trimestre 2010 è proseguita la congiuntura favorevole dell'economia mondiale; tuttavia la percentuale di crescita è risultata assai differente nelle varie aree geografiche: sostenuta in Asia e nella economie emergenti, discreta negli Stati Uniti, appena sufficiente in Eurozona e Regno Unito, dove la domanda interna resta debole.

Prosegue la fase espansiva della politica monetaria, anche se la Banca Centrale Europea sta orientandosi verso la graduale rimozione delle misure non convenzionali poste in essere durante la crisi iniziata nella seconda metà del 2008.

Nel corso del primo trimestre 2010, i dubbi sulla sostenibilità del debito pubblico greco e di altri stati sovrani, hanno generato un'elevata volatilità sui mercati dei titoli di stato che ha alimentato forti preoccupazioni negli investitori.

Dato il contesto macroeconomico di riferimento, l'Euribor 3 mesi ha continuato a diminuire per tutto il primo trimestre dallo 0,70% di inizio anno fino allo 0,634% del 31 marzo, con un valore medio pari a 0,661%. Nello stesso periodo il costo medio dell'indebitamento del Gruppo Mondadori è risultato pari al 4,03%.

Per quanto riguarda i cambi, l'Euro si è indebolito nei confronti del Dollaro USA, a causa delle forti tensioni legate alla situazione finanziaria di alcuni stati europei; la media del trimestre si è attestata a circa 1,38, oscillando tra il massimo a 1,45 ed il minimo a 1,33.

Il cambio Euro/Sterlina Inglese, invece, ha oscillato intorno alla media di 0,89 con minimo a 0,86 e massimo a 0,91.

Le linee di credito complessivamente a disposizione del Gruppo al 31 marzo 2010 ammontano a 1.102,5 milioni di Euro, di cui 750,3 *committed*.

Gli affidamenti a breve termine del Gruppo, pari a 352,2 milioni di Euro, utilizzati al 31 marzo 2010 per 31,8 milioni di Euro, sono costituiti da linee finanziarie di scoperto in c/c e da anticipazioni s.b.f.

Le principali linee a medio-lungo termine sono, pertanto, costituite:

- per 470,0 milioni di Euro, da un finanziamento bancario *multiborrower* a tasso variabile a cinque anni con scadenza dicembre 2014, concesso da un *pool* di primarie banche di *standing* internazionale; il finanziamento è costituito da un *term loan* di 240,0 milioni di Euro, interamente utilizzato al 31 marzo e da un *revolving facility* di 230,0 milioni di Euro, utilizzato per 25,0 milioni di Euro al 31 marzo; si segnala che sul *term loan* sono stati posti in essere alcuni contratti di *interest rate swap* per trasformare il tasso d'interesse da variabile a fisso. Tale linea è stata concessa nel mese di dicembre 2009, sostituendo il precedente finanziamento in *pool* da Euro 500,0 milioni con scadenza 2011;
- per 150,0 milioni di Euro da un finanziamento a tasso variabile, con scadenza maggio 2013, concesso da Intesa Sanpaolo e suddiviso in parti uguali fra un *term loan*, interamente utilizzato al 31 marzo, e un *revolving facility*;
- per 130,0 milioni di Euro da un finanziamento a tasso variabile, con scadenza dicembre 2015, concesso da Intesa Sanpaolo e suddiviso in parti uguali fra un *term loan*, interamente utilizzato al 31 marzo, e un *revolving facility*.

Informazioni sul personale

Gli organici

Il personale dipendente, a tempo indeterminato e determinato, in forza alle società del Gruppo, al 31 marzo 2010, risulta composto da 3.618 unità (3.750 a dicembre 2009).

Il dato rivela, rispetto al livello di organici di dicembre 2009, un calo pari a 132 unità dovuto, per circa il 70%, agli effetti del Piano di Ristrutturazione e Prepensionamento attuato nella Capogruppo e in Mondadori Pubblicità e, per la restante parte, alla continua azione di blocco del *turn-over* e contenimento dei costi.

Si sottolinea che nei numeri esposti non trovano ancora visibilità le riduzioni di personale giornalistico operate a partire dal mese di aprile 2010 a seguito dell'emanazione del Decreto Ministeriale di approvazione del Piano presentato.

Nel prospetto seguente si fornisce il dato puntuale relativo agli organici del Gruppo:

Personale in forza	31 marzo 2010	31 dicembre 2009	31 marzo 2009
Arnoldo Mondadori Editore SpA:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.193	1.270	1.306
- Operai	98	102	106
	1.291	1.372	1.412
Società Controllate Italiane:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.322	1.366	1.401
- Operai	36	34	36
	1.358	1.400	1.437
Società Controllate Estere:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	969	978	1.077
- Operai	-	-	-
	969	978	1.077
Totale	3.618	3.750	3.926

Investimenti tecnici

Gli investimenti realizzati nel primo trimestre 2010 ammontano complessivamente a 2,1 milioni di Euro e riguardano prevalentemente mobili, arredi e macchine per l'ufficio.

Altre informazioni

Il Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2010 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 2009.

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 2010 mantiene, inoltre, la medesima impostazione definita per le precedenti relazioni trimestrali.

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

Evoluzione prevedibile della gestione

La situazione dei mercati di riferimento del Gruppo Mondadori nel primo trimestre dell'anno appare migliorata rispetto a fine anno 2009; in particolare, gli investimenti pubblicitari hanno mostrato segnali di decelerazione del *trend* negativo ed, in alcuni settori, anche di inversione di tendenza.

La visibilità nel breve periodo resta comunque ridotta, tale da non consentire di ipotizzare l'avvio di una solida fase di ripresa; la Società prosegue comunque nell'impegno sulle azioni di ristrutturazione organizzativa e di investimento qualitativo sui prodotti, al fine di migliorare la redditività e di difendere i volumi di attività, mantenendoli superiori ai *benchmark*.

Per quanto riguarda la stima sui risultati per l'intero esercizio, alla luce di quanto ottenuto nei primi mesi si può ribadire, in assenza di forti elementi di discontinuità, la fiducia già espressa in sede di presentazione dei dati di bilancio 2009, in merito alla capacità di Mondadori di migliorare quest'anno il livello di redditività operativa rispetto all'esercizio scorso.

Per il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente
Marina Berlusconi



Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

Conto economico separato e complessivo consolidati

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

Attivo (Euro/migliaia)	31 marzo 2010	31 dicembre 2009
Attività immateriali	901.742	904.283
Investimenti immobiliari	2.448	2.470
Terreni e fabbricati	11.200	11.374
Impianti e macchinari	6.744	7.184
Altre immobilizzazioni materiali	29.690	29.747
Immobili, impianti e macchinari	47.634	48.305
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	143.954	143.329
Altre partecipazioni	221	221
Totale partecipazioni	144.175	143.550
Attività finanziarie non correnti	483	483
Attività per imposte anticipate	44.846	46.238
Altre attività non correnti	4.678	2.897
Totale attività non correnti	1.146.006	1.148.226
Crediti tributari	23.270	23.578
Altre attività correnti	73.938	87.042
Rimanenze	126.169	124.010
Crediti commerciali	344.379	378.269
Titoli ed altre attività finanziarie correnti	49.945	41.369
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	34.165	119.627
Totale attività correnti	651.866	773.895
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	1.797.872	1.922.121

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

Passivo (Euro/migliaia)	31 marzo 2010	31 dicembre 2009
Capitale sociale	67.452	67.452
Riserva sovrapprezzo azioni	286.857	286.857
Azioni proprie	(144.967)	(138.840)
Altre riserve e risultati portati a nuovo	328.673	294.701
Utile (perdita) dell'esercizio	2.383	34.333
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	540.398	544.503
Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti	1.995	1.778
Totale patrimonio netto	542.393	546.281
Fondi	56.760	58.381
Indennità di fine rapporto	56.049	59.037
Passività finanziarie non correnti	382.982	382.187
Passività per imposte differite	89.678	89.140
Altre passività non correnti	37	72
Totale passività non correnti	585.506	588.817
Debiti per imposte sul reddito	22.045	20.380
Altre passività correnti	259.386	256.731
Debiti commerciali	329.700	357.693
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	58.842	152.219
Totale passività correnti	669.973	787.023
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	1.797.872	1.922.121

Conto economico separato consolidato

(Euro/migliaia)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	344.729	354.453
Decremento (incremento) delle rimanenze	(1.949)	(2.374)
Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	51.927	53.056
Costi per servizi	197.229	206.163
Costo del personale	66.864	70.756
Oneri (proventi) diversi	9.114	9.615
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	(331)	(3.057)
Margine operativo lordo	21.213	14.180
Ammortamenti e perdite di valore di immobili, impianti e macchinari	2.754	2.992
Ammortamenti e perdite di valore delle attività immateriali	2.788	3.158
Risultato operativo	15.671	8.030
Proventi (oneri) finanziari	(7.105)	(5.427)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-
Risultato prima delle imposte	8.566	2.603
Imposte sul reddito	5.966	4.206
Risultato derivante dall'attività in funzionamento	2.600	(1.603)
Proventi (oneri) da attività/passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Risultato di pertinenza di terzi azionisti	(217)	(182)
Risultato netto	2.383	(1.785)
Risultato netto per azione (espresso in unità di Euro)	0,010	(0,007)
Risultato netto diluito per azione (espresso in unità di Euro)	0,010	(0,007)

Conto economico complessivo consolidato

(Euro/migliaia)	Periodo al 31 marzo 2010	Periodo al 31 marzo 2009
Risultato netto prima delle interessenze di pertinenza di terzi	2.600	(1.603)
Utili (perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci di imprese estere	16	14
Altri utili (perdite) da società valutate con il metodo del patrimonio netto	229	(99)
Parte efficace di utile (perdite) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari (<i>cash flow hedge</i>)	(614)	(3.043)
Utili (perdite) derivanti da attività disponibili per la vendita (<i>fair value</i>)	(129)	(1.113)
Effetto fiscale relativo agli altri utili (perdite)	-	-
Totale altri utili (perdite) al netto dell'effetto fiscale	(498)	(4.241)
Risultato complessivo del periodo	2.102	(5.844)
Attribuibile a:		
- Azionisti della controllante	1.885	(6.026)
- Interessenze di pertinenza di terzi	217	182

Per il Consiglio di Amministrazione
 Il Presidente
 Marina Berlusconi

