

Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 1513-66-2016	Data/Ora Ricezione 04 Agosto 2016 17:41:18	MTA - Star
--	--	------------

Societa' : MOLESKINE

Identificativo : 77997

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : MOLESKINEN01 - Bologna

Tipologia : IRAG 02

Data/Ora Ricezione : 04 Agosto 2016 17:41:18

Data/Ora Inizio : 04 Agosto 2016 17:56:19

Diffusione presunta

Oggetto : Moleskine SpA: risultati primo semestre
2016

Testo del comunicato

Vedi allegato.

MOLESKINE SPA: PRIMO SEMESTRE 2016

RISULTATI IN LINEA CON LE PREVISIONI CONFERMATI GLI OBIETTIVI DELL'ANNO

Ricavi netti¹ pari a 60,4 milioni di Euro in crescita del 13,2% a tassi di cambio costanti (+12,3% a tassi di cambio correnti rispetto al primo semestre del 2015) con aree geografiche, categorie prodotti e canali in crescita

Il canale *Wholesale* ha registrato un'accelerazione della crescita nel secondo trimestre in linea con le aspettative

Il *B2B* ha conseguito risultati coerenti con la stagionalità attesa caratterizzata da una maggiore concentrazione dei ricavi nel secondo semestre

E' continuata la crescita dei canali diretti, anche grazie al lancio dello *Smart Writing Set*

EBITDA² pari a 15,4 milioni di Euro in crescita del 9,2% rispetto al primo semestre del 2015 a tassi di cambio costanti e normalizzato degli utili e perdite su cambi (+1,4% a tassi di cambio correnti rispetto al primo semestre del 2015). La generazione di EBITDA riflette la maggiore incidenza dei ricavi prevista nella seconda metà dell'anno e il conseguente aumento della leva operativa

Utile Netto² pari a 8,6 milioni di Euro in crescita del 18,2% rispetto al primo semestre del 2015 a tassi di cambio costanti e normalizzato degli utili e perdite su cambi (-0,1% a tassi di cambio correnti rispetto al 2015) anche per effetto di minori oneri finanziari

Posizione finanziaria netta pari a -0,3 milioni di Euro (post dividendi e acquisto azioni proprie per 15,6 milioni di Euro) grazie alla continua generazione di cassa operativa

Sulla base degli andamenti osservabili ad oggi, sono confermate le previsioni per l'anno: ricavi pari a 148-153 milioni di Euro ed EBITDA pari a 46-48 milioni di Euro a tassi di cambio costanti

Milano, 4 Agosto 2016 – Il Consiglio di Amministrazione di Moleskine S.p.A. ("Moleskine" o con le sue controllate il "Gruppo" o la "Società") ha approvato in data odierna la Relazione Finanziaria al 30 giugno 2016.

Valori in migliaia di Euro	1° Semestre 2016	1° Semestre 2015	% Crescita a tassi correnti	% Crescita a tassi costanti ^(*)
Ricavi Netti	60.426	53.805	+12,3%	+13,2%
EBITDA	15.353	15.146	+1,4%	+9,2%
Utile Netto	8.579	8.584	-0,1%	+18,2%

(*) Fonte: Management Accounts. EBITDA e Utile Netto a tassi costanti e prima di utili e perdite su cambi realizzate e non realizzate

¹ I ricavi sono calcolati su base *adjusted* e rappresentano i ricavi di conto economico al netto dei ricavi derivanti dalla cessione dei sistemi espositivi (*display*) e degli altri proventi diversi;

² L' EBITDA e l'Utile netto *adjusted* si riferiscono a grandezze depurate da fattori non ricorrenti e dagli *special items*;

Arrigo Berni, Amministratore Delegato di Moleskine, ha commentato:

“Sono soddisfatto dei risultati del secondo trimestre che hanno mostrato una significativa accelerazione, confermando la continua traiettoria di crescita del Gruppo.

I risultati dei canali distributivi, delle categorie di prodotto e delle diverse aree geografiche sono in linea con le aspettative, segnando una solida progressione rispetto ai target dell’anno.

L’innovazione ha svolto un ruolo rilevante nella prima metà del 2016, grazie al lancio dello Smart Writing Set e all’apertura del primo Moleskine Café a gestione diretta a Milano. Tali iniziative esprimono appieno la crescente attrattiva di Moleskine come “lifestyle brand” della classe creativa contemporanea.

Inoltre, i risultati odierni, in un contesto economico sempre più instabile, confermano come il nostro business, estremamente diversificato, presenti una limitata esposizione alla volatilità di mercato.

In conclusione, i risultati del primo semestre e i positivi andamenti osservabili ad oggi, confermano la solidità del percorso di crescita intrapreso e gli obiettivi previsti per l’anno.”

Ricavi per canale di vendita

Moleskine distribuisce i suoi prodotti (i) indirettamente, attraverso una rete di oltre 79 distributori (c.d. canale “Wholesale”), che serve librerie, *department stores*, *specialty stores*, cartolerie e musei (c.d. “Retailer”); (ii) attraverso un modello misto diretto e indiretto per le edizioni personalizzate rivolte a clienti *business* (c.d. “B2B”), (iii) tramite il sito *internet* (“e-Commerce”) e (iv) attraverso una rete in crescita di negozi monomarca a gestione diretta (“Directly Operated Stores”, “DOS” o “Retail”).

Valori in migliaia di Euro	1° Semestre 2016	1° Semestre 2015	% Crescita a tassi correnti	% Crescita a tassi costanti ^(*)
Wholesale	39.487	37.385	+5,6%	+6,3%
B2B	9.164	8.944	+2,5%	+3,1%
Ecommerce	3.274	2.294	+42,7%	+43,4%
Retail	8.501	5.182	+64,1%	+66,8%
Ricavi Netti	60.426	53.805	+12,3%	+13,2%

^(*) Fonte: Management Accounts

I ricavi netti nel canale **Wholesale** hanno registrato una marcata crescita nel secondo trimestre attestandosi a 39,5 milioni di Euro (+6,3% a tassi di cambio costanti rispetto al 2015) ed allineandosi ai *target* per l’anno. In particolare:

- L’EMEA (+7,4% a tassi di cambi costanti rispetto al primo semestre del 2015) ha riportato risultati positivi nei vari paesi, in particolare in Germania, Italia, Francia e Spagna.
- L’area americana ha mostrato una *performance* positiva (+2,8% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015) in linea con le aspettative, per effetto del lancio della collezione dei diari “18 mesi” nel secondo trimestre.
- L’APAC (+16% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015) ha registrato una crescita marcata per effetto di una base di comparazione particolarmente favorevole dovuta ad una maggiore incidenza dei ricavi nella seconda metà del 2015 a seguito dei cambiamenti al *network* distributivo.

I ricavi netti nel canale **B2B** si sono attestati a 9,2 milioni di Euro (+3,1% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015). Sulla base degli andamenti osservabili e di una solida *pipeline* di progetti, la *performance* del canale si conferma in linea con gli obiettivi per

l'anno. La generazione dei ricavi, più concentrata sulla seconda metà dell'anno rispetto al 2015, riflette situazioni specifiche di ciascuna area geografica. In particolare, in EMEA (+4% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015) la crescita deriverà da un aumento dei grandi progetti. L'area americana (+15,5% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015) beneficerà dell'avvio di due nuovi distributori in Messico e in Brasile oltre alla transizione ad un più efficace modello distributivo in *consignment* da parte del distributore statunitense. Infine, i risultati dell'APAC (-19,6% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015), penalizzati da una base di comparazione sfavorevole per effetto dello *start-up* di due distributori in Giappone e in Australia nella prima metà del 2015, sono previsti in crescita.

I ricavi netti del canale **e-Commerce** si sono incrementati a 3,3 milioni di Euro (+43,4% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015). La crescita riflette il continuo miglioramento dei fondamentali del *business* e la risposta molto positiva del mercato al lancio dello *Smart Writing Set*. In particolare, il traffico e l'*average order value* (AOV) sono cresciuti grazie all'efficacia delle piattaforme operative, beneficiando anche del piano di *marketing* integrato a supporto del lancio dei prodotti.

Il canale **Retail** ha continuato a registrare una forte crescita, superiore al *target* atteso per l'anno (+66,8% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015) con ricavi per 8,5 milioni di Euro ed un *network* di 65 DOS. Tali risultati sono in linea con l'obiettivo del 2016 di 80 negozi, anche tenuto conto che, ad oggi, la Società ha firmato quindici contratti ed ha in essere una solida *pipeline* di negoziazioni in corso. La crescita *like-for-like* dei ricavi si è attestata all'11% a tassi di cambio costanti, ben al di sopra del *target* annuo del 7%, a conferma dell'efficacia delle iniziative implementate a partire dalla metà del 2015 al fine di incrementare la produttività dei negozi esistenti.

Ricavi per area geografica

Moleskine è un *business* globale, presente in 114 paesi nel mondo e anche nel primo semestre del 2016 tutte le geografie hanno contribuito alla crescita.

Valori in migliaia di Euro	1° Semestre 2016	1° Semestre 2015	% Crescita a tassi correnti	% Crescita a tassi costanti ^(*)
EMEA	26.092	23.220	+12,4%	+13,2%
AMERICAS	24.296	22.158	+9,6%	+10,2%
APAC	10.038	8.427	+19,1%	+20,9%
Ricavi Netti	60.426	53.805	+12,3%	13,2%

(*) Fonte: Management Accounts

In **EMEA** i ricavi netti si sono attestati a 26,1 milioni di Euro (+13,2% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015) guidati da una *performance* positiva su tutti i canali distributivi, in particolare *Retail* ed *e-Commerce*.

L'**area americana** ha registrato ricavi per 24,3 milioni di Euro (+10,2% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015), guidati dalla positiva *performance* nel secondo trimestre del canale *Wholesale* e dei canali diretti.

I ricavi netti in APAC si sono attestati a 10 milioni di Euro (+20,9% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015) per effetto delle ottime *performance* in tutti i canali, ad eccezione del canale *B2B* i cui risultati sono stati penalizzati da una base di confronto sfavorevole legata all'avvio di due importanti distributori in Giappone ed Australia nella prima metà del 2015.

Ricavi per categoria di prodotto

Il continuo sviluppo di un modello di *business* multicanale nei diversi mercati e la conseguente sempre maggiore visibilità del *brand*, ha comportato un incremento dei ricavi sia della collezione **Paper** che della collezione **WTR** (*Writing, Travelling & Reading*) in crescita rispettivamente del 9,8% e del 14% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015. La collezione **Moleskine+** rappresenta il 4,7% dei ricavi netti, ed è in crescita del 146,9% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2015, a seguito del lancio di successo dello *Smart Writing Set*. Complessivamente, le categorie "*non-paper*" (collezione *WTR* e *M+*) hanno rappresentato il 13,9% del totale dei ricavi del Gruppo.

Valori in migliaia di Euro	1° Semestre 2016	1° Semestre 2015	% Crescita a tassi correnti	% Crescita a tassi costanti ^(*)
Paper Collection	52.002	47.693	+9,0%	+9,8%
WTR Collection	5.572	4.946	+12,7%	+14,0%
M+ Collection^(**)	2.852	1.166	+144,6%	+146,9%
Net Revenues	60.426	53.805	+12,3%	+13,2%

(*) Fonte: Internal Management Accounts

(**) La categoria M+ include: Smart Notebooks (Evernote, Livescribe and Adobe), Smart Pens, Smart Writing Set e Timepage

Nel primo semestre del 2016 il Gruppo ha continuato ad ampliare la propria offerta attraverso il lancio di nuovi prodotti. Tra le *Limited Editions* si segnalano *Toy Story* e *Games of Thrones*. All'interno della collezione *WTR* si segnala l'introduzione della prima collezione in pelle e una collezione di valigie e accessori per il viaggio sviluppata in *partnership* con Bric's.

Queste novità rispecchiano la continua innovazione da parte di Moleskine nell'ambito dei prodotti legati al mondo del viaggio e della mobilità.

Nel secondo trimestre, la Società ha lanciato lo *Smart Writing Set*, composto da uno speciale taccuino, una penna digitale e un'applicazione in grado di digitalizzare in tempo reale quanto scritto sul taccuino. Sulla base della *performance* ad oggi, si prevedono risultati positivi da parte dello *Smart Writing Set* anche nella seconda metà dell'anno.

Infine, sulla scorta dei risultati positivi conseguiti dalla *location* di Ginevra, è stato aperto il primo *Moleskine Café* a gestione diretta a Milano, nel quartiere di Brera. Il *format*, espressione moderna del "*Café Littéraire*", unirà all'esperienza legata al caffè, la possibilità di entrare in contatto diretto con i valori fondanti del *brand* Moleskine oltre che con i suoi iconici prodotti. I consumatori avranno infatti la possibilità di interagire attraverso la condivisione di contenuti creativi, originati sia da Moleskine che dalla *community of followers*, sempre più numerosa. Il *format* sarà testato e validato prima di considerare un *roll-out* globale.

EBITDA E UTILE NETTO

L'EBITDA *adjusted* si è attestato a 15,4 milioni di Euro ed è incrementato del 9,2% rispetto al primo semestre del 2015 a tassi di cambio costanti e normalizzato dall'impatto cambi (negativo nel 2016 e positivo nel 2015) dovuto principalmente a utili e perdite su cambi. A tassi di cambio correnti l'EBITDA è aumentato del 1,4% rispetto al primo semestre del 2015. L'andamento dell'EBITDA *adjusted* nel primo semestre ha mostrato una solida progressione rispetto ai *target* dell'anno, guidato da una significativa accelerazione nel secondo trimestre nonostante la presenza di costi legati alla campagna per il lancio dello *Smart Writing Set* e all'apertura del *Moleskine Café*. La generazione di EBITDA nella seconda metà dell'anno riflette la stagionalità tipica del *business* e il conseguente aumento della leva operativa.

L'Utile Netto *adjusted* si è attestato a 8,6 milioni di Euro, in aumento del 18,2% rispetto al primo semestre del 2015 a tassi di cambio costanti e normalizzato dall'impatto cambi (negativo nel 2016 e positivo nel 2015) dovuto principalmente a utili e perdite. A tassi di cambio correnti l'Utile Netto è rimasto stabile rispetto al 2015 (-0,1% a tassi di cambio correnti rispetto al primo semestre del 2015).

L'andamento dell'Utile Netto *adjusted* riflette i minori oneri finanziari a seguito della continua riduzione dell'indebitamento finanziario.

Valori in migliaia di Euro	1° Semestre 2016	1° Semestre 2015	% Crescita a tassi correnti	% Crescita a tassi costanti (**)
EBITDA Reported	14.876	13.980	+6,4%	
Special items(*)	477	1.166		
EBITDA Adjusted	15.353	15.146	+1,4%	+9,2%
Utile Netto Adjusted	8.579	8.584	-0,1%	+18,2%

(*) Rappresentati principalmente da costi legati a cambi di modello distributivo, costi di severance e piani di incentivazione

(**) Management Accounts

Posizione finanziaria netta

Il Gruppo ha registrato una posizione finanziaria netta pari a -0,3 milioni di Euro grazie alla continua generazione di cassa operativa (post dividendi e acquisto azioni proprie per 15,6 milioni di Euro).

Outlook

Sulla base dei risultati del primo semestre e degli andamenti osservabili ad oggi, la Società conferma le previsioni per il 2016 di raggiungere ricavi netti pari a 148-153 milioni di Euro e un EBITDA pari a 46-48 milioni di Euro ai tassi di cambio costanti. La crescita attesa su tutti i canali e geografie sarà ulteriormente supportata dal lancio delle innovazioni pianificate per l'anno.

Il Gruppo non prevede ad oggi alcun impatto significativo in seguito alla *Brexit* grazie ad un modello di *business* diversificato e ad un'incidenza limitata delle vendite realizzate nel Regno Unito (circa il 9% nel 2015).

Conference call con analisti e investitori

La conference call per la presentazione dei risultati relativi al primo semestre 2016 si terrà via audio webcast:

giovedì 4 agosto p.v. alle 17:45 CEST

Sarà possibile seguire l'evento tramite audio webcast collegandosi al link:

<http://edge.media-server.com/m/p/2zznvcsn>

e tramite conference call ai seguenti numeri. Verranno richiesti il proprio nome e quello dell'azienda di appartenenza.

Analisti & Investitori

+44(0)20 3427 0503

+3902 3859 1420

Media

+3902 3600 9867

Codice di accesso

2844038

§

Dichiarazione del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari

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

§

Dichiarazioni previsionali

Il presente comunicato stampa potrebbe contenere informazioni previsionali, compresi riferimenti che non sono relativi esclusivamente a dati storici o eventi attuali e pertanto, in quanto tali, incerti. Le informazioni previsionali si basano su diverse assunzioni, aspettative, proiezioni e dati previsionali relativi ad eventi futuri e sono soggette a molteplici incertezze e ad altri fattori al di fuori del controllo della Società e/o del Gruppo. Esistono numerosi fattori che possono generare risultati ed andamenti notevolmente diversi rispetto ai contenuti, impliciti o espliciti, delle informazioni previsionali e pertanto tali informazioni non sono una indicazione attendibile circa la performance futura. Moleskine non si assume alcun obbligo di aggiornare pubblicamente o rivedere le informazioni previsionali sia a seguito di nuove informazioni, sia a seguito di eventi futuri o per altre ragioni, salvo che ciò sia richiesto dalla normativa applicabile. Le informazioni e le opinioni contenute in questo comunicato stampa sono quelle disponibili alla data del presente documento e sono soggette a modifiche senza preavviso. Inoltre, il riferimento a performance passate della Società o del Gruppo non deve essere presa come un'indicazione della performance futura.

Indicatori alternativi di performance

Nel presente comunicato stampa vengono presentati alcuni indicatori alternativi di performance utilizzati dal management al fine di consentire una migliore valutazione dell'andamento della gestione economica e della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo. Tali indicatori non sono identificati come misure contabili nell'ambito degli IFRS e, pertanto, non devono essere considerati una misura alternativa per la valutazione dell'andamento economico del Gruppo e della relativa posizione patrimoniale e finanziaria. Poiché la determinazione di queste misure non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, le modalità di calcolo applicate dalla Società potrebbero non essere omogenee con quelle adottate da altri e, pertanto, questi indicatori potrebbero non essere comparabili. Pertanto, gli investitori non devono fare indebito affidamento su tali dati e informazioni. Inoltre, il presente comunicato stampa contiene alcuni indicatori finanziari, gestionali e altre misure "rettificati" (o "*adjusted*") che sono stati rettificati per riflettere eventi straordinari e operazioni non ricorrenti c.d. *special items*. Tali informazioni "rettificate" sono state incluse per permettere una miglior comparazione delle informazioni finanziarie di tutti i periodi; tuttavia, va notato che tali informazioni non sono riconosciute come dati economici e finanziari nell'ambito degli IFRS e / o non costituiscono un'indicazione della performance storica della Società o del Gruppo. Pertanto, gli investitori non devono fare indebito affidamento su tali dati e informazioni.

Please visit our website: <http://corporate.moleskine.com/it/home>

Analysts and Investors

Olga Bologna
Corporate Control and Investor Relations
+39 0200680599

olga.bologna@moleskine.com

Media

Matt Dixon/Harry Staight
FTI Consulting
+44 (0)20 3727 1482

moleskine@fticonsulting.com

Moleskine nasce come marca nella metà degli anni novanta dall'esperienza di un piccolo editore milanese (Modo&Modo) che riportò in vita il leggendario taccuino degli artisti e intellettuali degli ultimi due secoli riavviando la produzione nel 1995 e registrando il marchio Moleskine nel 1997.

Sin dall'inizio Modo&Modo concepì il taccuino Moleskine in maniera innovativa – non come un semplice taccuino ma come uno strumento a supporto della creatività personale, creando così una marca dal forte contenuto aspirazionale e un nuovo segmento di mercato. Moleskine, un *brand* con una storia unica e fortemente evocativa di valori culturali, andava ad incontrare i bisogni della classe creativa emergente e così la sua conoscenza si diffuse rapidamente.

Oggi, il nome Moleskine identifica una famiglia di oggetti nomadi: taccuini, agende, quaderni, borse, strumenti per la scrittura e la lettura dedicati alla personalità mobile. Compagni indispensabili delle professioni creative e dell'immaginario del nostro tempo, in stretta connessione con il mondo digitale.

Nell'ottobre 2006, Modo&Modo è stata acquistata da SGCapital Europe, ora Syntegra Capital e dal 1° gennaio 2007, Moleskine è diventato anche il nome dell'azienda. Il management team attualmente guidato dall'Amministratore Delegato Arrigo Berni ha perseguito negli anni una strategia di crescita incentrata sull'estensione e rafforzamento dell'assetto distributivo, sull'ampliamento dell'offerta di prodotti e servizi e sull'incremento della visibilità e *awareness* della marca.

Moleskine è un'azienda creativa in continua crescita. Conta oltre 250 dipendenti e una vasta rete di partner e collaboratori. La sua sede principale è in Italia a Milano. Dall'aprile 2013 Moleskine è quotata alla Borsa di Milano.

CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO

<i>Valori in migliaia di Euro</i>	1° Semestre 2016	1° Semestre 2015
Ricavi	60.489	53.843
Altri proventi operativi	568	3.081
Costi per prodotti finiti, materie prime e materiali di consumo	(10.959)	(11.393)
Costi per servizi	(22.478)	(19.473)
Costo del personale	(11.050)	(9.946)
Altri oneri operativi	(1.694)	(2.132)
Ammortamenti e svalutazioni	(2.306)	(2.434)
Risultato operativo	12.570	11.546
Oneri finanziari	(811)	(547)
Proventi finanziari	148	574
Risultato netto ante imposte	11.907	11.573
Imposte	(3.656)	(3.818)
Risultato netto	8.251	7.755
Risultato netto per azione (euro)	0,039	0,037

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA

<i>Valori in migliaia di Euro</i>	1° Semestre 2016	31-Dic 2015
Immobili, impianti e macchinari	8.353	6.831
Avviamento e marchio	76.754	76.801
Altre attività immateriali	5.168	3.961
Crediti non correnti	2.917	2.363
Attività per imposte anticipate	8.248	6.211
Attività finanziarie non correnti	5.063	5.004
Totale attività non correnti	106.503	101.171
Rimanenze	23.839	20.622
Crediti commerciali	29.385	24.714
Crediti per imposte dell'esercizio	692	-
Altri crediti correnti	2.446	2.266
Attività finanziarie correnti	950	-
Cassa e disponibilità liquide	30.511	48.297
Totale attività correnti	87.823	95.899
TOTALE ATTIVITA'	194.326	197.070
Capitale sociale	2.124	2.122
Altre riserve	92.298	80.286
Risultato dell'esercizio	8.251	27.124
TOTALE PATRIMONIO NETTO	102.673	109.532
Passività finanziarie non correnti	26.537	31.602
Altri debiti non correnti	714	748
Imposte differite	14.374	14.415
Fondi relativi al personale	1.892	1.721
Fondi per rischi e oneri non correnti	62	62
Totale passività non correnti	43.579	48.548
Debiti commerciali	22.367	18.862
Debiti per imposte dell'esercizio	10.706	5.829
Passività finanziarie correnti	10.315	7.735
Fondi per rischi e oneri correnti	780	1.387
Altri debiti correnti	3.906	5.177
Totale passività correnti	48.074	38.990
TOTALE PASSIVITA'	91.653	87.538
TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	194.326	197.070

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO

<i>Valori in migliaia di Euro</i>	1° Semestre 2016	1° Semestre 2015
Flusso di cassa derivante dall'attività operativa prima delle variazioni del capitale circolante	17.114	14.057
Flusso di cassa derivante da variazioni del capitale circolante	(8.877)	(11.078)
Imposte sul reddito pagate	(1.254)	(213)
Flusso di cassa relativo all'attività operativa	6.983	2.766
Flusso di cassa relativo all'attività di investimento	(6.062)	(2.022)
Accensione di nuovi finanziamenti bancari a medio lungo termine	-	29.938
Rimborso di finanziamenti bancari a medio lungo termine	(2.583)	(17.333)
Distribuzione dividendi	(9.972)	(7.000)
Aumento di capitale sociale	402	-
Acquisto azioni proprie	(5.650)	-
Oneri finanziari netti pagati	(108)	(123)
Flusso di cassa relativo all'attività di finanziamento	(17.911)	5.482
Flusso di cassa netto del periodo	(16.990)	6.226
Disponibilità liquide di inizio periodo	48.297	23.353
Differenze di cambio sulle disponibilità liquide	(796)	670
Disponibilità liquide di fine periodo	30.511	30.249

Fine Comunicato n.1513-66

Numero di Pagine: 13