



# POZZI MILANO

## IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA LA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE AL 30 GIUGNO 2023

**EBITDA IN CRESCITA DEL 56,05%, UTILE NETTO DI PERIODO IN CRESCITA DEL 58,72% , RICAVI IN SOSTANZIALE EQUILIBRIO ED EXPORT IN AUMENTO AL 75%, INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO DIMEZZATO**

### Principali risultati economico-finanziari:

- **RICAVI** pari a € 8,41 milioni (€ 8,56 milioni al 30.06.2022);
- **VALORE DELLA PRODUZIONE** pari a € 9,72 milioni (€ 10,20 milioni al 30.06.2022);
- **EBITDA<sup>1</sup>** pari a € 1,15 milioni rispetto a € 0,74 milioni al 30.06.2022, in aumento del 56,05%;
- **EBIT** pari a € 0,93 milioni rispetto a € 0,63 milioni al 30.06.2022, in aumento del 49,21% ;
- **Risultato netto di periodo** positivo per € 0,65 milioni rispetto a € 0,41 milioni al 30.06.2022, in crescita del 58,72%;
- **Indebitamento Finanziario Netto** per € 1,25 milioni rispetto a € 2,69 milioni al 31.12.2022, in miglioramento del 53,44%.

**Monticelli Brusati (BS), 26 settembre 2023 – Pozzi Milano S.p.A.** (“Pozzi Milano” o la “Società”), attiva nel settore della moda da tavola e proprietaria, tramite la controllata Pozzi Brand Diffusion S.r.l. (“Pozzi Brand Diffusion” – congiuntamente alla Società il “Gruppo”), dei marchi “Pozzi” e “Castello Pozzi” oggetto di una strategia di *licensing*, comunica che in data odierna il Consiglio di Amministrazione della Società ha esaminato e approvato la Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2023, redatta secondo i principi contabili italiani e sottoposta volontariamente a revisione contabile limitata.

Il primo semestre 2023 registra ricavi sostanzialmente stabili rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente nonostante il permanere delle difficoltà emerse - in termini di aumento del costo delle materie prime e di inflazione accentuata con conseguente progressivo aumento dei tassi di interesse - a seguito della guerra russo-ucraina, gli effetti di tali circostanze sono stati contenuti dalla Società attraverso prudenti politiche aziendali. Queste politiche ci vedono concludere il primo semestre 2023 ( quello a minor volume essendo l’attività del Gruppo concentrata storicamente nella seconda parte dell’esercizio) con liquidità superiore a € 2 milioni, un Ebitda e un utile di periodo in crescita rispettivamente di oltre il 58% e con un indebitamento finanziario netto dimezzato a poco più di € 1 milione.

---

<sup>1</sup>Indicatore Alternativo di Performance: EBITDA (Earning Before Interest Taxes Depreciations and Amortizations – Margine Operativo Lordo) rappresenta un indicatore alternativo di performance utilizzato dal management della società per monitorare e valutare l’andamento operativo della stessa, in quanto non influenzato dalla volatilità dovuta agli effetti dei diversi criteri di determinazione degli imponibili fiscali, dall’ammontare e caratteristiche del capitale impiegato nonché dalle relative politiche di ammortamento.

Nel corso del periodo la gestione è stata improntata, inoltre, al lavoro di costruzione della rete di vendita domestica e internazionale per la nuova linea “ Pozzi Milano 1876”, che sta riscontrando una ottima accoglienza nelle fiere specialistiche di settore e tra i buyer e che vedrà concretizzarsi con vendite e fatturato nel corso del secondo semestre 2023.

La capacità della Società di realizzare periodicamente nuove collezioni di “Themed Tableware” ha permesso inoltre di commercializzare i propri prodotti sia verso diversi mercati internazionali, sia in Italia, accrescendo così la propria visibilità e la propria capacità di espandersi anche in forza della consolidata rete di vendita diretta di agenti plurimandatari. Lusinghieri sono stati i risultati e i nuovi posizionamenti del marchio WD Lifestyle distribuito da Pozzi in numerosi paesi esteri che conferma la posizione di rilievo assunta dalla società per il canale retail internazionale..

**Diego Toscani , Presidente della Società**, dichiara: *“Siamo soddisfatti dei risultati del primo semestre, in linea con l’esercizio precedente in termini di volumi nonostante un quadro macroeconomico non favorevole in particolare per i beni durevoli. La resilienza dimostrata dalle attività aziendali ci consente di mantenere i conti in ordine e rafforzare il patrimonio aziendale al fine di sostenere sia il rilancio del brand “Pozzi Milano 1876” sia di valutare con serietà eventuali nuove opportunità che si dovessero prospettare”.*

**Fabio Sanzogni, Amministratore Delegato e Vicepresidente**, dichiara: *“Sono contento di come ci siamo preparati al secondo semestre dell’anno lavorando per lo sviluppo in particolare del nuovo Brand Pozzi Milano 1876, che ha indubbiamente potenzialità importanti non solo nel Tableware ma a tutto tondo, grazie al lavoro di licensing che stiamo iniziando a costruire con orizzonti internazionali.*

*Abbiamo poi avviato le necessarie riflessioni anche verso canali diversi rispetto al retail, come ad esempio il settore Ho.Re.Ca., dove i tempi sono maturi per allargare i nostri orizzonti, mentre continuiamo a tenere monitorato il settore promozionale che ha sempre riservato una significativa attenzione ai marchi del nostro Gruppo.*

*Infine un plauso a tutto il team “Pozzi Milano” dai creativi alla rete di vendita, alla logistica interna sempre puntuale e precisa fatta di uomini e donne di grandissima professionalità”.*

### **Principali risultati economico-finanziari al 30 giugno 2023**

I **Ricavi delle Vendite**, espressione del core business del Gruppo ovvero la realizzazione e la distribuzione *worldwide* di collezioni di “Themed Tableware”, sono pari a **€ 8,41 milioni**, rispetto ai € 8,56 milioni di ricavi al 30 giugno 2022, in diminuzione del 1,74%.

In particolare, nel periodo di riferimento circa il 74,63% dei ricavi è stato realizzato all’estero (73,05% al 30 giugno 2022), la restante parte è stata realizzata sul territorio nazionale.

Il **Valore della Produzione** passa da € 10,20 milioni del 30 giugno 2022 a **€ 9,72 milioni** al 30 giugno 2023.

L’**EBITDA** risulta pari a € 1,15 milioni al 30 giugno 2023 rispetto a € 0,74 milioni al 30 giugno 2022, in aumento del 56,05%, l’**EBITDA Margin** passa da 7,23% al 30 giugno 2022 all’**11,85%** nel periodo di riferimento. La Società nel primo semestre 2023 ha sostanzialmente confermato il volume d’affari dell’esercizio precedente nello stesso periodo, ma ha conseguito un significativo incremento della marginalità aziendale grazie alla riduzione intervenuta sui costi, in particolare i costi di trasporto e al costante sforzo commerciale esercitato dalla

struttura aziendale sul mercato di riferimento che ha impattato positivamente in termini di mix di clientela e di sviluppo di nuovi prodotti a maggiore valore aggiunto.

L'**EBIT** si attesta a **€ 0,93 milioni**, in crescita del 49,21% rispetto al 30 giugno 2022.

Il **Risultato netto di periodo** è pari a **€ 0,65 milioni**, in crescita del 58,72% rispetto ai € 0,41 milioni del 30 giugno 2022.

L'**Indebitamento Finanziario Netto** al 30 giugno 2023 è pari a **€ 1,25 milioni** rispetto a € 2,69 milioni del 31 dicembre 2022. Il miglioramento è ascrivibile principalmente all'avvenuto incasso di crediti commerciali riferiti alla seconda parte del 2022, parzialmente reinvestiti sia a ridurre l'indebitamento bancario a breve sia nelle scorte della nuova linea Pozzi Milano 1876.

Il **Patrimonio Netto** è pari a **€ 6,67 milioni al 30 giugno 2023** in miglioramento rispetto ai **€ 6,02 milioni** registrati al 31 dicembre 2022.

\*\*\*

#### **Principali fatti di rilievo del periodo**

Nel corso del periodo di riferimento, la Società, previa delibera del Consiglio di Amministrazione del 30 gennaio 2023, ha rinnovato il contratto quadro per la vendita di beni alla società Promotica S.p.A., parte correlata.

Inoltre, in data 28 aprile 2023 l'Assemblea della Società ha deliberato l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2022 destinando l'utile, pari a € 1.006.286,41 come segue: alla riserva legale € 50.314,32; alla riserva straordinaria € 955.972,09.

La Società, nei primi mesi del 2023, ha partecipato alle fiere di settore di Milano HOMI e Parigi Maison Et Objet, e, diversamente dall'anno precedente, ha partecipato anche alla fiera Ambiente di Francoforte. Durante questo importante evento fieristico internazionale è stata presentata la nuova collezione Pozzi Milano 1876.

#### **Eventi di rilievo successivi alla chiusura del semestre**

Nel mese di luglio, la Società ha comunicato la firma del contratto con la nota società Licensing Italia S.r.l. (cfr. comunicato stampa del 4 luglio us) per la gestione del primo brand della moda italiana "POZZI MILANO 1876", al fine di accelerarne il processo di rinascita.

In data 15 settembre 2023, la Società ha ricevuto da parte dell'azionista Rinaldo Denti la comunicazione di essere sceso, in data 12 settembre 2023, sotto la soglia di rilevanza pari al 10,00% del capitale sociale di Pozzi Milano e di detenere complessivamente n. 2.808.750 azioni ordinarie tramite Cryn Finance S.A. – SPF.

#### **Evoluzione prevedibile della gestione**

La Società, nel corso del 2023, riesce a mantenere il percorso avviato negli esercizi precedenti che, nonostante una contrazione del mercato, si basa sostanzialmente sulle seguenti direttive strategiche:

1. Rivolgersi principalmente al canale del *retail* tradizionale, al *retail* specializzato e ai *department stores* di livello medio alto, che a oggi rappresentano la quota maggiore del mercato di riferimento. Canali serviti con una forza vendita rappresentata da agenti plurimandatari e agenzie generali supervisionate direttamente, oltre a una serie

di clienti direzionali di primario standing, con un orientamento generale alla clientela internazionale più che al mercato domestico.

2. Differenziarsi verso il canale di riferimento nel mercato globale, investendo costantemente in creatività e nuove collezioni così da accrescere il venduto per singolo punto vendita e poter permettere alla forza vendita di accedere a nuovi clienti grazie a un prodotto sempre attuale e di tendenza.
3. Accrescere il proprio portafoglio marchi, e la relativa gamma prodotti, affiancando al marchio EasyLife la licenza di distribuzione internazionale del marchio più di design e a tratti più etnico "WD lifestyle" e avendo lanciato a febbraio 2023 la commercializzazione della linea Pozzi 1876 che presenta uno stile diverso e un posizionamento di prezzo più alto di Easy Life.
4. Investire costantemente in ricerca e sviluppo di nuove tendenze e conoscenza di tecnologie, anche relativamente alla *green economy* e all'economia circolare e valutando la differenziazione di fonti produttive che permettano di ridurre l'impatto dei costi di trasporto e delle relative conseguenze sull'ambiente.
5. Investire su un team competente, affidabile, entusiasta e propositivo in Società al fine di far crescere le risorse più meritevoli e creare piani di carriera di medio lungo periodo.

Il mercato recepisce positivamente il grande investimento in creatività di nuove collezioni sviluppato dalla Società, nonostante si stia operando in un mercato che presenta un rallentamento del potere d'acquisto dei consumatori a seguito delle spinte inflattive, dalle permanenti tensioni e dall'aumento dei tassi di interesse.

### **Rischi derivanti da scenari macro economici**

Il contesto internazionale, caratterizzato dalle tensioni geopolitiche e dal conflitto Russia-Ucraina, e la politica restrittiva delle banche centrali mondiali attuata attraverso un aumento dei tassi di interessi, stanno portando a una contrazione della domanda mondiale di prodotti per la casa. Pertanto, la Società potrebbe dover operare in un mercato in contrazione, anziché in espansione come avvenuto finora, con crescente competizione sui prezzi al consumo.

I principali operatori del settore mantengono previsioni incerte per l'immediato futuro e presentano risultati semestrali con cali delle vendite a doppia cifra percentuale.

Il mercato si divide sia per categoria merceologica in funzione del materiale con cui gli articoli sono realizzati - vetro, ceramica, porcellana, metallo e plastica - sia in funzione della destinazione d'uso, residenziale o commerciale. Il principale mercato rimane quello europeo, seguito dal Nord America e dall'Asia Pacific.

Pozzi Milano, all'interno di questo contesto, opera a livello globale poiché distribuisce sia in Europa che in Asia e Medio Oriente, principalmente nel settore delle ceramiche e porcellane per uso domestico.

Al 30 giugno 2023, il fatturato estero rappresenta circa il 74,63% del volume complessivo del giro di affari, escluso il canale promozionale, e nel corso del semestre la Società ha operato in modo da aumentare e fidelizzare soprattutto il canale *retail* in Europa e primari distributori esteri, confermando stabilmente la propria presenza internazionale. Il principale mercato estero continua a essere la Francia, anch'essa cresciuta significativamente, grazie alla stretta collaborazione con la rete commerciale che copre tutto il territorio.

I negozi specializzati e i negozi tradizionali, seguiti sia direttamente sia tramite distributori, nonostante un'evidente spinta della digitalizzazione, rappresentano ancora di gran lunga il canale principale di vendita con circa l'85% delle vendite. L'on-line rimane un canale marginale per le vendite, ma molto importante per la presenza omnicanale, la *brand*

*awareness* e la promozione della Società per farsi conoscere dai nuovi clienti *retail*, anche se tecnicamente realizza vendite inferiori al 3%.

Il canale promozionale ha avuto un'incidenza intorno al 14% per il primo semestre 2023, leggermente inferiore al 2022 e con un mix di clientela diversa rispetto all'anno precedente. Pertanto, il piano di sviluppo del mercato *retail* specializzato iniziato 5 anni fa con l'introduzione di una rete commerciale di agenti in Italia, Francia, Germania e Portogallo sta supportando il percorso auspicato, basato sia dall'aumento del valore dell'ordine medio per cliente, sia dal numero di clienti. Nel corso del primo semestre 2023 il supporto alla rete commerciale è avvenuto anche attraverso la partecipazione alle più importanti fiere commerciali del settore a Parigi, Milano e Francoforte.

Il posizionamento della Società continua a essere quello di un lusso accessibile declinato in vari stili a seconda dei marchi e basato sul concetto della "moda tavola" che offre al cliente finale la possibilità di arredare una parte importante della propria casa con proposte sempre aggiornate e in linea con le principali tendenze. La Società opera in modalità *open stock* e a un costo sostenibile, posizionandosi tra i prodotti da grande distribuzione e tra quelli "high-end" delle principali marche del settore.

\*\*\*

### **Deposito della documentazione**

La documentazione relativa alla Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2023, prevista dalla normativa vigente, sarà messa a disposizione del pubblico presso la sede legale (Via Fornaci n.4/A, Monticelli Brusati (BS)) oltre che mediante pubblicazione sul sito internet della Società [www.pozzimirano.it](http://www.pozzimirano.it), sezione "Investor Relations/Bilanci e Relazioni" nei termini di legge, nonché sul sito [www.borsaitaliana.it](http://www.borsaitaliana.it), sezione "Azioni/Documenti".

\*\*\*

Si rende altresì noto che per la trasmissione e lo stoccaggio delle informazioni regolamentate, la Società si avvale del sistema di diffusione 1Info ([www.1info.it](http://www.1info.it)), gestito da Computershare S.p.A., con sede in Milano, Via Lorenzo Mascheroni n. 19, autorizzato da CONSOB.

Il presente comunicato stampa è disponibile sul sito web [www.pozzimirano.it](http://www.pozzimirano.it), sezione InvestorRelations/Comunicati Stampa Finanziari e su [www.1info.it](http://www.1info.it).

\*\*\*

### ***Pozzi Milano***

*Pozzi Milano ha sede a Monticelli Brusati (BS) e opera nel settore dell'arte da tavola realizzando collezioni di "Themed Tableware" di medio-alto livello e articoli da regalo con il marchio di proprietà EasyLife sul mercato da oltre 15 anni. Tramite la controllata Pozzi Brand Diffusion, la Società è proprietaria dei marchi "Pozzi" e "Castello Pozzi" oggetto di una strategia di licensing. A completamento dell'offerta, da gennaio 2022, la Società distribuisce a livello internazionale anche il marchio "WD Lifestyle". Le produzioni sono realizzate in full-outsourcing attraverso una consolidata rete di fornitori, prevalentemente in Cina ed Europa e in Italia. Elemento caratterizzante di Pozzi Milano è la continua ideazione di nuove collezioni, grazie al team creativo interno, che consente di offrire ai propri clienti una gamma completa di prodotti fortemente di tendenza portando il concetto della moda a tavola in maniera accessibile*

**Pozzi Milano S.p.A.**  
**Fabio Sanzogni – Investor Relations Manager**  
Email [investor@pozzimilano.it](mailto:investor@pozzimilano.it)  
Tel. +39 030 68 50 825

**Euronext Growth Advisor**  
**Integrae SIM S.p.A.**  
Piazza Castello, 24  
20121 - Milano  
Email [info@integraesim.it](mailto:info@integraesim.it)  
Tel. +39 02 96 84 68 64

**Media Relations**  
**Spriano Communication & Partners**  
**Fiorella Girardo**  
Email [fgirardo@sprianocommunication.com](mailto:fgirardo@sprianocommunication.com)  
Tel. +39 348 8577766  
**Cristina Tronconi**  
Email [ctronconi@sprianocommunication.com](mailto:ctronconi@sprianocommunication.com)  
Tel. +39 346 0477901

### **Allegati:**

Si riportano di seguito i principali prospetti contabili della Società relativi al periodo intermedio chiuso al 30 giugno 2023 confrontati con i corrispondenti valori comparativi (valori in Euro), e nello specifico:

- Conto Economico Riclassificato al 30 giugno 2023 vs 30 giugno 2022
- Stato Patrimoniale Riclassificato al 30 giugno 2023 vs 30 giugno 2022
- Indebitamento Finanziario Netto al 30 giugno 2023 vs 31 dicembre 2022

*Si segnala che Pozzi Milano S.p.A. detiene una partecipazione di nominali Euro 51.000,00 pari al 51,00% del capitale sociale della società Pozzi Brand Diffusion S.r.l. con sede in Firenze (FI) Via Fiume n. 11, codice fiscale, partita iva e iscrizione Registro Imprese di Firenze 07153390484. La controllata è stata costituita in data 13 gennaio 2022 e, alla data del 30 giugno 2023, non ha conseguito alcun ricavo né sostenuto costi connessi con l'effettivo svolgimento dell'attività, pertanto il suo consolidamento è irrilevante ai fini della rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale, finanziaria e del risultato economico del Gruppo. Ai sensi quindi dell'articolo 28, secondo comma lettera a) del D. Lgs 127/91 e del paragrafo 28 del Principio Contabile 17 si configura causa di esonero dall'obbligo di redazione del bilancio consolidato.*

### Conto Economico Riclassificato

Conto Economico Riclassificato	30.06.2023	%	30.06.2022	%	Var.	%
Ricavi delle Vendite	8.413.205		8.562.559		-149.354	-1,74%
Variazione Rimanenze	902.611		1.560.629		-658.018	-42,16%
Altri ricavi e proventi	398.865		77.748		321.117	413,02%
<b>Valore della Produzione</b>	<b>9.714.681</b>	<b>100,00%</b>	<b>10.200.936</b>	<b>100,00%</b>	<b>-486.255</b>	<b>-4,77%</b>
Costi materie prime, suss. e merci al netto var. rim.	5.290.532		6.119.093		-828.561	-13,54%
Servizi	2.217.289		2.290.552		-73.263	-3,20%
Godimento beni di terzi	213.571		210.657		2.914	1,38%
Costo del personale	776.555		783.915		-7.360	-0,94%
Oneri diversi di gestione	65.537		59.003		6.534	11,07%
<b>Costi Operativi</b>	<b>8.563.484</b>		<b>9.463.220</b>		<b>-899.736</b>	<b>-9,51%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1.151.197</b>	<b>11,85%</b>	<b>737.716</b>	<b>7,23%</b>	<b>413.481</b>	<b>56,05%</b>
Ammortamenti, Accantonamenti e Svalutazioni	217.286		111.808		105.478	94,34%
<b>EBIT</b>	<b>933.911</b>	<b>9,61%</b>	<b>625.908</b>	<b>6,14%</b>	<b>358.003</b>	<b>49,21%</b>
Proventi Finanziari Netti	3.871		0		3.871	0,00%
Oneri Finanziari Netti	-108.398		-35.848		-72.550	202,38%
Rettifiche attività finanziarie	0		0		0	0,00%
<b>EBT</b>	<b>829.384</b>	<b>8,54%</b>	<b>590.060</b>	<b>5,78%</b>	<b>239.324</b>	<b>40,56%</b>
Imposte	210.421		198.898		11.523	5,79%
Tax rate %	24%		34%		-10%	-29,01%
Imposte anticipate/differite	-27.614		-16.220		-11.394	70,25%
<b>Risultato di periodo</b>	<b>646.577</b>	<b>6,66%</b>	<b>407.382</b>	<b>3,99%</b>	<b>239.195</b>	<b>58,72%</b>

## Stato Patrimoniale Riclassificato

	30.06.2023	Inc. %	31.12.2022	Inc. %	Variazione
A. Immobilizzazioni					
Immateriali	1.588.088	14,35%	1.609.799	12,66%	-21.711
Materiali	120.483	1,09%	64.814	0,51%	55.669
Finanziarie	576.945	5,21%	575.295	4,52%	1.650
Totale	2.285.516	20,66%	2.249.908	17,69%	35.608
B. Attivo circolante netto tipico					
Rimanenze	5.426.110	49,04%	4.698.218	36,95%	727.892
Crediti commerciali	2.914.526	26,34%	4.774.572	37,55%	-1.860.046
Debiti comm.li	-2.097.968	-18,96%	-2.508.153	-19,72%	410.185
Altre attività	3.277.430	29,58%	4.365.556	34,33%	-1.088.126
Altre passività	-726.855	-6,57%	-863.493	-6,79%	136.638
Totale	8.793.243	79,37%	10.466.700	82,31%	-1.673.457
C. Capitale investito (A+B)	11.078.759	100,00%	12.716.608	100,00%	-1.637.849
D. Patrimonio netto	6.665.167	60,16%	6.018.589	47,33%	646.578
E. Fondi					
TR. fine rapp.	463.658	4,19%	508.706	4,00%	-45.048
Altri acc.ti	235.001	2,12%	379.686	2,99%	-144.685
Totale	698.659	6,31%	888.392	6,99%	-189.733
F. Indebitamento netto					
Debiti v. banche	3.449.490	31,18%	5.809.627	45,69%	-2.360.137
Debiti finanziari	265.443	2,40%	0	0,00%	265.443
Totale	3.714.933	33,57%	5.809.627	45,69%	-2.094.694
G. Totale copertura (D+E+F)	11.078.759	100,00%	12.716.608	100,00%	-1.637.849

## Indebitamento Finanziario Netto

	30.06.2023	31.12.2022	Variazione	%
A Cassa	6.358	113.108	-106.750	-94,38%
B Saldi attivi di c/c non vincolati	2.191.910	3.009.077	-817.167	-27,16%
C Altre disponibilità liquide	0	0	0	0,00%
<b>D Liquidità (A+B+C)</b>	<b>2.198.268</b>	<b>3.122.185</b>	<b>-923.917</b>	<b>-29,59%</b>
E Debiti bancari correnti	1.196.392	3.447.714	-2.251.322	-65,30%
F Parte corrente dell'indebitamento bancario non corrente	603.228	408.637	194.591	47,62%
G Altri debiti finanziari correnti	0	0	0	0,00%
<b>H Indebitamento finanziario corrente (E+F+G)</b>	<b>1.799.620</b>	<b>3.856.351</b>	<b>-2.056.731</b>	<b>-53,33%</b>
<b>I Indebitamento finanziario corrente netto</b>	<b>-398.648</b>	<b>734.166</b>	<b>-1.132.814</b>	<b>-154,30%</b>
J Debiti bancari non correnti	1.649.870	1.953.276	-303.406	-15,53%
K Altri debiti finanziari non correnti	0	0	0	0,00%
<b>L Indebitamento finanziario non corrente (J+K)</b>	<b>1.649.870</b>	<b>1.953.276</b>	<b>-303.406</b>	<b>-15,53%</b>
<b>M Indebitamento finanziario netto</b>	<b>1.251.222</b>	<b>2.687.442</b>	<b>-1.436.220</b>	<b>-53,44%</b>