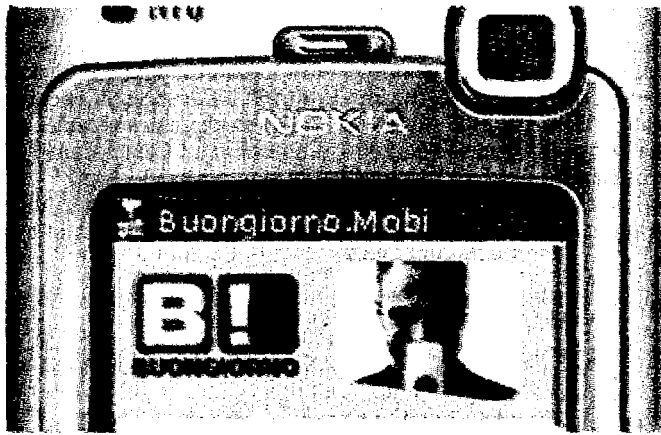


TRIMESTRALE/2 CASALINI: FIDUCIA NEL PIANO



Buongiorno, il 2010 inizia bene: utile più che raddoppiato

«Buongiorno inizia bene il 2010. La multinazionale del settore del mobile entertainment ha approvato i risultati del primo trimestre che ha registrato un utile netto di 3,2 milioni, più che raddoppiato (+109%) rispetto agli 1,5 milioni del primo trimestre 2009.

Nel dettaglio, il valore della produzione ha registrato un calo dell'11,5% rispetto al corrispondente periodo del 2009, passando da 67,8 a 59,9 milioni, mentre i ricavi consolidati risultano pari a 59,3 milioni, dai 67 milioni del primo trimestre 2009: la contrazione riguarda esclusivamente la linea di business B2B. L'Ebitda dei primi 3 mesi, a 8,6 milioni, mette a segno un +3% su base annua (8,4 milioni). Al 31 marzo il gruppo **Buongiorno** chiude con un indebitamento finanziario netto di 48,9 milioni (67,3 milioni al 31 marzo 2009).

L'attività B2B, che ha un andamento più volatile perché in parte legata a "campagne" svolte in partnership con operatori telefonici, gruppi media e brand, mostra un importante rallenta-

mento dei ricavi - sottolinea la società - rispetto al primo trimestre dello scorso anno, quando era in pieno svolgimento un gioco a premi via sms di grande successo in un paese africano.

«Siamo fiduciosi nella strategia e nel piano per l'esercizio in corso - sottolinea l'ad del gruppo Andrea Casalini - e confermiamo le indicazioni date, con un obiettivo di crescita dei ricavi consolidati di gruppo generato sia dalla crescita delle linee di business esistenti (B2C e B2B) sia dall'avvio di nuove linee di business quali gli skill games. Sulla base dell'andamento del primo trimestre il management conferma l'obiettivo, pur con una crescita "single digit"; a tale crescita contribuiranno la linea B2C e il nuovo business, mentre, a seguito del non positivo inizio d'anno per i ricavi nel B2B, difficilmente tale linea di business potrà contribuire alla crescita complessiva che risulterà perciò leggermente più contenuta delle previsioni iniziali. La buona pipeline commerciale del B2B conferma peraltro le prospettive di crescita di medio termine». ♦

