



Orizzonti

Numero 08
MAGGIO 2013

LA LETTERA DI MICHELIN AGLI AZIONISTI

DOSSIER

Alla scoperta di Michelin Travel Partner

Pagine 4-5



EDITORIALE: Michelin, un'Azienda vincente



Gentile Signora, Egregio Signore,
Caro(a) Azionista,

La nostra ultima Assemblea Generale, che si è appena tenuta, è stata un grande successo e lei ha rinnovato la sua fiducia approvando a larga maggioranza tutte le risoluzioni presentate. Durante l'Assemblea, ho condiviso con gli azionisti presenti, come avevo già fatto di recente con più di 3000 responsabili internazionali del Gruppo, la profonda convinzione che ci anima ogni giorno: **Michelin è un'Azienda vincente.**

Un'Azienda vincente perché sa mettere i suoi clienti al centro della sua strategia e delle sue azioni.

Uno dei nostri grandi punti di forza risiede infatti nello stretto rapporto con i nostri clienti, grazie soprattutto al know-how riconosciuto delle nostre équipe sul campo, sempre attente alle loro aspettative. Proponiamo prodotti e servizi che li soddisfano, soprattutto grazie a una distribuzione efficiente e ai servizi integrati di Michelin solutions. La potenza del marchio Michelin rimane una caratteristica chiave: è il primo marchio mondiale degli pneumatici e la sua fama è universale.

Un'Azienda vincente perché fa dell'innovazione una delle sue priorità strategiche.

L'innovazione sostiene lo sviluppo e la crescita di Michelin fin dall'inizio della sua storia e nel 2012 Michelin ha fatto parte delle prime cento imprese più innovative del mondo. Abbiamo lanciato una nuova dinamica di innovazione, che punta a incoraggiare e promuovere i contributi di tutto il personale. Abbiamo anche deciso di rafforzare le nostre capacità di innovazione e di ricerca sui materiali. Questo ci sembra un ambito fondamentale, nella misura in cui le differenziazioni future faranno sempre più appello a quelle dei materiali.

Un'Azienda vincente perché gestisce la crescita in modo efficiente e responsabile.

La crescita è una straordinaria opportunità che vogliamo cogliere. Il programma di investimenti che attuiamo è di una portata senza precedenti nella storia del Gruppo. In 3 anni, lanceremo la costruzione di quattro fabbriche giganti in quattro continenti, continuando a investire negli stabilimenti delle zone mature, i cui mercati hanno una dimensione importante e spesso sono i motori dell'innovazione.

Essere efficienti e responsabili, significa avere rapporti sociali esemplari, significa esprimere al massimo le nostre ambizioni societarie ed economiche e, in particolare, assicurare le relazioni di qualità e a lungo termine con **voi, gli azionisti di Michelin.**

Grazie della vostra fiducia. Con il vostro sostegno, aiutate il Gruppo ad andare incontro ad un brillante avvenire.

Jean-Dominique Senard
Presidente del gruppo Michelin



MICHELIN

Il modo migliore di avanzare



Marc Henry,
Direttore Finanziario del Gruppo

Informazione finanziaria al 31 marzo 2013

“ **Michelin annuncia vendite per 4,9 miliardi di euro per il 1° trimestre 2013, in linea con le sue prospettive annuali.** ”

› I mercati dello pneumatico : fatti salienti

Contesto di mercato debole in Europa nel segmento Vettura Trasporto Leggero, deludente in Nord America e dinamico nei nuovi mercati.

➤ VETTURA TRASPORTO LEGGERO

■ Europa

Nel primo equipaggiamento, la domanda di pneumatici registra un calo dell'11%, con un'attività contrastata, dovuta al calo dei costruttori automobilistici generalisti che riducono i loro stock e alla migliore performance dei marchi specialisti esportatori. Nel ricambio, in un contesto macroeconomico che permane negativo, il mercato registra una diminuzione del 9%. Il protrarsi delle condizioni invernali, che ha portato a rinviare il cambio degli pneumatici, ha pesato sul 1° trimestre.

■ Nord America

Nel primo equipaggiamento, il mercato cresce dell'1%, in linea con la produzione di vetture nuove, mentre nel ricambio, la domanda rimane in calo (- 2%). I distributori pilotano i loro stock in un contesto caratterizzato dalle incertezze fiscali e dal calo del prezzo delle materie prime.

■ Asia (tranne India)

La domanda nel primo equipaggiamento registra globalmente una crescita del 5%. Il mercato mostra un forte dinamismo in Cina e nel Sud Est asiatico, mentre la domanda in Giappone ha subito l'interruzione delle misure di sostegno al settore automobilistico. I mercati del ricambio crescono del 7%. La domanda è molto dinamica in Cina, mentre il resto della zona ritrova le sue tendenze di crescita a lungo termine.

■ In Sud America

Nel primo equipaggiamento prosegue la dinamica positiva (+ 7 %) e nel ricambio il mercato cresce del 6 %, trainato dal Brasile e dalla Colombia in un contesto economico più favorevole.

➤ TRASPORTO PESANTE

■ Europa

Il mercato del primo equipaggiamento rimane in calo (- 3%) e combina gli effetti della diminuzione delle immatricolazioni in Europa Occidentale con una domanda più promettente in Europa Orientale. Il mercato del ricambio registra un incremento del 5 %. Si stabilizza a un livello basso in Europa Occidentale, in cui l'attività del trasporto permane debole, e si mantiene dinamico in Europa Orientale.

■ Nord America

Il mercato del primo equipaggiamento prosegue il suo forte rallentamento (-12%). Le incertezze macroeconomiche e fiscali negli Stati Uniti hanno pesato sugli ordini di camion nuovi. Il mercato del ricambio registra un calo contenuto dell'1%, attribuibile alla domanda negli Stati Uniti, in cui l'attività del trasporto è comunque in lieve aumento.

■ Asia (tranne India)

La domanda nel primo equipaggiamento cresce del 5 %, con un aumento dell'8% in Cina, un calo del 14% in Giappone e una domanda che rimane sostenuta nel Sud Est asiatico (+ 29 %). I mercati del ricambio subiscono globalmente una contrazione del 5 %.

■ In Sud America

Il mercato del primo equipaggiamento registra una forte ripresa (+ 23 %) rispetto al 1° trimestre 2012, che aveva subito il contraccolpo dell'introduzione della norma Euro V in Brasile. Nel ricambio il mercato cresce del 5 %. La domanda è trainata dalla mitigazione delle barriere doganali nella zona.

➤ PNEUMATICI DELLE SPECIALITÀ

■ Genio Civile

prosegue la crescita del settore minerario. Il mercato rimane promettente per gli pneumatici radiali di grandi dimensioni. Il mercato del primo equipaggiamento registra un fortissimo calo in Europa e in Nord America. Penalizzato dalle incertezze economiche e dall'attendimento della distribuzione, il mercato degli pneumatici destinati alle infrastrutture e alle cave registra una contrazione nei paesi maturi.

› Le vendite nette di Michelin al 31 marzo 2013

Le vendite nette ammontano a 4 877 milioni di euro, in calo dell'8,1 % rispetto al medesimo periodo del 2012, per effetto di :

- Un calo dei volumi del 4,3%.
- Un effetto prezzo-mix in diminuzione del 2,7 % corrispondente per la quasi totalità all'effetto prezzo, che associa l'effetto delle clausole contrattuali di indicizzazione a quello dei riposizionamenti dei prezzi mirati, effettuati in Europa e, in misura minore, in Nord America. Questi riposizionamenti sono stati agevolati dall'evoluzione più favorevole del prezzo delle materie prime.
- L'impatto negativo (- 1,2 %) delle parità di cambio che deriva principalmente dall'apprezzamento dell'euro.

› Prospettive per il 2013 :

- Volumi venduti stabili
- Pilotaggio del margine : la coppia prezzo-mix / materie prime sempre positiva, dell'ordine di 250 - 300M €
- Investimenti per circa 2 miliardi di euro

In tale contesto, il gruppo Michelin conferma i suoi obiettivi per il 2013, un risultato operativo al lordo degli elementi non ricorrenti stabile, una redditività dei capitali impiegati superiore al 10 % e la generazione di un free cash flow positivo.



STRUMENTO DI PILOTAGGIO DELL'AZIENDA

Costruire soluzioni condivise per la crescita

Rispondere alle sfide della crescita e della competitività della nostra nuova fase di conquista, nei nuovi mercati, come l'India o la Cina, ma anche nelle zone mature, come l'Europa o il Nord America : è questo l'obiettivo del programma OPE, « Strumento di Pilotaggio dell'Azienda », di cui Dominique Radal è il coordinatore. Lo abbiamo incontrato.

« Questo programma si propone di dotare il nostro Gruppo, in tutto il mondo, di modalità di funzionamento e di sistemi di informazione standard e trasversali. E' un programma vastissimo perché riguarda la maggioranza delle nostre operazioni, dalla presa in considerazione della domanda del cliente e dell'ordine, fino al ricevimento del pagamento e al suo incasso. »

Dare maggiore visibilità ai nostri clienti

La creazione dell'OPE ci permetterà di aumentare le vendite, di ridurre gli stock e i costi della logistica, di migliorare la reattività della nostra catena di approvvigionamenti e, alla fine, di soddisfare i nostri clienti su mercati sempre più esigenti. Ciò darà ai nostri clienti una maggiore visibilità delle nostre date di consegna e delle condizioni commerciali armonizzate e semplificate.

A livello interno, potremo accedere in tempo reale alle informazioni sullo stock per una migliore gestione dei nostri approvvigionamenti, per aumentare l'efficienza delle nostre procedure contabili e finanziarie, degli acquisti e l'amministrazione delle vendite, per ridurre i nostri costi di produzione industriale e gestire in modo più preciso i nostri margini.

Guadagnare in agilità

Dalle attività a monte (ossia dalle materie prime fino ai semilavorati) sino alle attività a valle (cioè dal prodotto fabbricato fino all'incasso dei pagamenti dei clienti), questo

programma permette di rendere più fluidi i nostri processi lungo tutta la catena operativa. E permette così un miglior pilotaggio dell'azienda, per guadagnare in agilità e competitività.

Presto tocca alla Cina

Le equipe sono mobilitate da più di due anni su questo programma. Nel 2012, il Nord America, la Polonia e l'India hanno adottato le nuove soluzioni fornite dall'OPE nei settori degli acquisti e della finanza. La Cina è il prossimo paese sulla lista, con un lancio previsto a fine ottobre 2013. Seguirà l'Europa occidentale nel 2014.

La Michelin del futuro

A termine, i cambiamenti provocati da questo programma riguarderanno una persona su tre nel Gruppo e faranno evolvere le nostre relazioni con i clienti e i fornitori. La sfida è enorme e ovviamente questo programma ha un costo : dell'ordine di 100 milioni di euro all'anno nei prossimi 5 anni.

In cambio, il Gruppo si aspetta una riduzione degli stock di almeno 250 milioni di euro e una riduzione delle spese generali e di logistica di almeno 200 milioni di euro all'anno, entro il 2017. E l'OPE è imprescindibile, se vogliamo soddisfare le nostre ambizioni di crescita.

Con questo programma, costruiamo le fondamenta per i prossimi decenni. Grazie all'OPE, compiremo progressi significativi per costruire la Michelin del futuro.



Dominique RADAL



Michelin Travel Partner

servizi innovativi per una mobilità migliore

Accompagnando ogni individuo nei suoi spostamenti quotidiani e nei suoi viaggi, Michelin promuove la vicinanza del Marchio ai suoi clienti.

Lo pneumatico, che viene acquistato ogni due-tre anni e richiede poca manutenzione, è un prodotto che crea pochi contatti fra il produttore e i suoi clienti. Offrire una gamma di prodotti e servizi legati alla mobilità, per far entrare il marchio MICHELIN nella vita quotidiana dei consumatori e alla fine favorire la vendita degli pneumatici, è la missione di Michelin Travel Partner, protagonista a pieno titolo della strategia del Gruppo.

Tra questi prodotti, le carte e le guide create dai fondatori dell'Azienda agli albori dell'Automobile sono diventate dei successi nel loro settore. Così Michelin è diventato il più grande cartografo europeo; quanto alle guide e alle loro stelle, sono conosciute in tutto il mondo e continuano ad evolversi.

➤ **Carte & Atlanti** : hanno una tecnologia d'avanguardia e sono realizzati in collaborazione con i più grandi costruttori.

➤ **Guida MICHELIN** : 30 000 esercizi testati e raccomandati da ispettori anonimi e indipendenti

➤ **Guide turistiche** : una copertura mondiale, come le destinazioni dei viaggiatori di oggi

Michelin è anche un esperto di nuove tecnologie, il che gli ha permesso di diventare un grande protagonista di Internet, dei servizi su telefonia mobile e a bordo dell'automobile, che diventa comunicante.

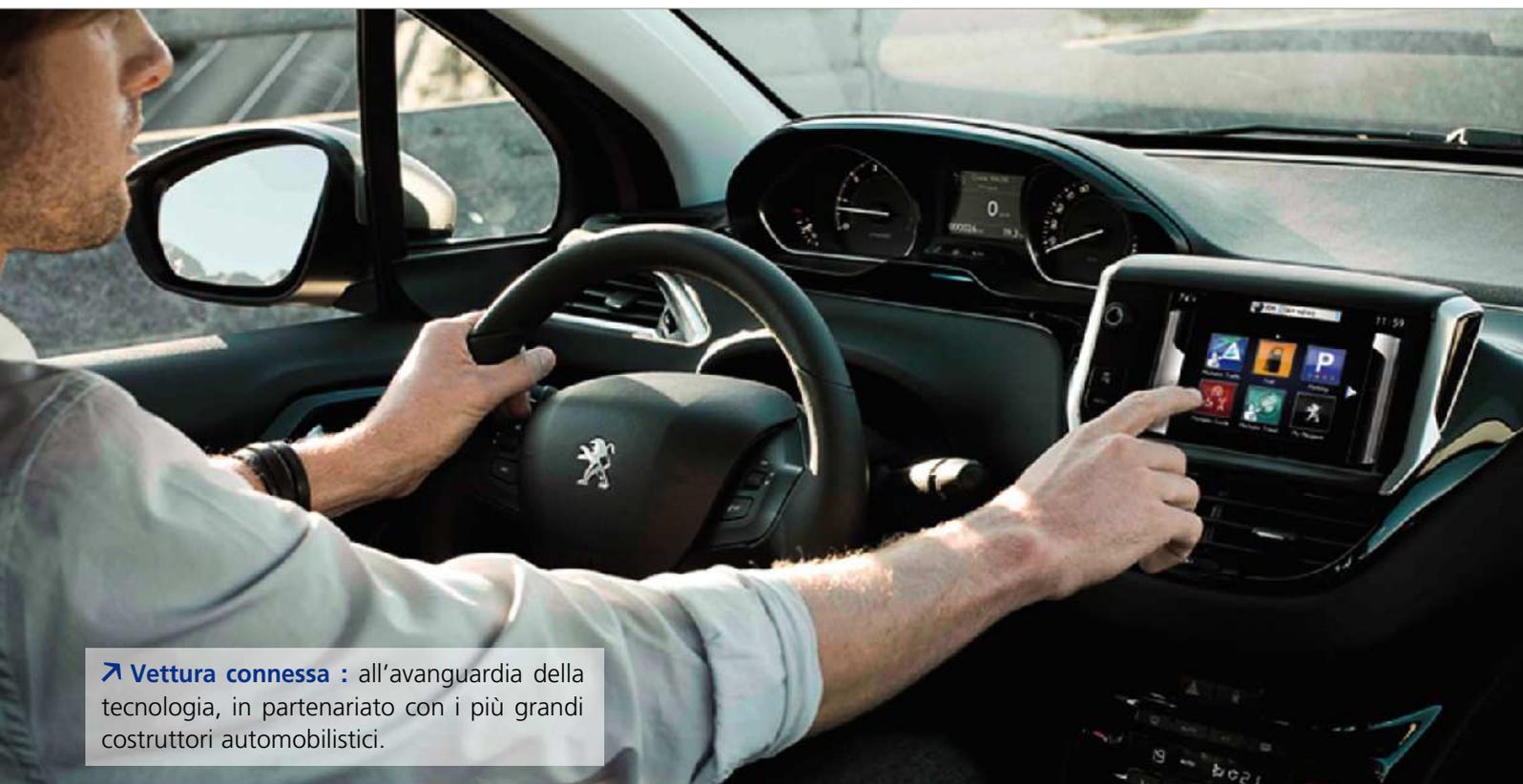
Le equipe di Michelin Travel Partner, che hanno una profonda competenza ed esperienza nel settore editoriale e delle tecnologie digitali, sono alla costante ricerca di innovazioni.

L'ultimo esempio in ordine di tempo sono le Guide Verdi dotate di codice QR (Quick Read) che sono diventate comunicanti : permettono di accedere, con un semplice smartphone, a una molteplicità di informazioni e video complementari alla guida.



12 milioni

di carte e guide vendute ogni anno



➤ **Vettura connessa** : all'avanguardia della tecnologia, in partnership con i più grandi costruttori automobilistici.

➤ **Internet** : circa 500 milioni di visite all'anno su Mappe & Itinerari ViaMichelin, Michelin Ristoranti, Michelin Viaggi

➤ **Smartphones e Tablet** : una crescita del 130% nel 2012 con applicazioni disponibili negli appstore Apple, Android e WindowsPhone (Informazioni sul traffico, Ristoranti)



“ Tutte queste attività sono al centro della missione strategica di Michelin, il modo migliore di avanzare. ”

Alain Cuq
Direttore Generale di Michelin Travel Partner

Se ne parla



APPUNTAMENTO

Benvenuti all'Assemblea Generale

Grande appuntamento del gruppo Michelin con i suoi azionisti, l'Assemblea Generale annuale degli Azionisti si è tenuta a Clermont-Ferrand, il 17 maggio scorso, alla presenza di 1700 persone.

Marc Henry, Direttore Finanziario del Gruppo e membro del Comitato Esecutivo del Gruppo, ha parlato dell'esercizio finanziario del 2012, del primo trimestre 2013 e ha confermato le prospettive finanziarie per il 2013. In un contesto di debolezza dei mercati nei paesi maturi e di crescita nei nuovi mercati, Michelin conferma il suo obiettivo in termini di volumi e di risultato operativo stabili nel 2013, grazie alla sua presenza mondiale.

Nel presentare le raccomandazioni del Consiglio di Sorveglianza, il suo Presidente **Eric Bourdais de Charbonnière** ha ringraziato calorosamente **François Grappotte**, **Pierre Michelin**, **Benoît Potier** che hanno espresso il desiderio di non rinnovare il loro mandato.

Jean-Dominique Senard, e poi **Michel Rollier**, hanno a loro volta ringraziato **Eric Bourdais de Charbonnière** per i quasi 25 anni che ha dedicato al gruppo Michelin, prima in veste di Direttore finanziario del Gruppo e poi di Presidente del Consiglio di Sorveglianza.

Poi, come è prassi, durante la seduta sono stati esposti due temi :

Eric de Cromières (membro del Comitato Esecutivo del Gruppo) e **Philippe Miret** (Direttore Generale di Michelin solutions) hanno parlato della nuova entità Michelin solutions.

« La strategia 2011-2015 di Michelin punta ad una crescita forte e diversificata. Per cogliere nuove opportunità, è stato deciso di creare una nuova entità strategica : Michelin solutions. »

Patrick Oliva, Direttore della Prospettiva e dello Sviluppo Sostenibile, ha presentato il progetto Performance et Responsabilité Michelin (PRM)

« Lanciato nel 2002, ci aiuta a riflettere tutti i giorni sulle conseguenze a lungo termine delle nostre decisioni. Oggi il Gruppo occupa una buona posizione nella classifica del principale indice mondiale di misura della performance di sviluppo sostenibile delle aziende. »

Jean-Dominique Senard, Presidente del Gruppo, ha evocato il futuro del gruppo Michelin nel suo discorso strategico, prima di avviare il dialogo con gli azionisti presenti che hanno potuto presentare le domande più svariate. Quanto al voto, sono state approvate tutte le risoluzioni tra cui, segnatamente, quella del versamento di un dividendo di 2,40 €.

Sono stati approvati il rinnovo del mandato di **Barbara Dalibard** e di **Louis Gallois**, membri del Consiglio di Sorveglianza, e le nomine di **Anne-Sophie de La Bigne**, di **Jean-Pierre Duprieu**, **Olivier Bazil** e **Michel Rollier** in qualità di membri del Consiglio di Sorveglianza.

Immediatamente dopo l'Assemblea, il Consiglio di Sorveglianza ha nominato proprio Presidente **Michel Rollier**.

DOMANDA PRESENTATA ALL'ASSEMBLEA GENERALE

« L'azione Michelin può a termine diventare un valore di crescita? »

Domanda del signor Jean-Marc Tenneson, azionista.

« Tutto dipende da cosa si intende per valore di crescita.

Per definizione, i valori di crescita sono azioni con un bassissimo tasso di distribuzione di dividendi, nella maggior parte dei casi nullo, il che permette all'azienda di reinvestire l'integralità dei suoi utili nella crescita. Non è questo il caso di Michelin, che segue una politica di distribuzione dei dividendi di circa il 30%, con un elevato tasso di investimenti.



Invece, se la sua domanda è volta a sapere se il valore Michelin ha le caratteristiche che gli permettono di crescere nei prossimi mesi e anni, la risposta è sì.

Se la sua domanda punta a sapere se Michelin continuerà a crescere, la risposta è sì

Se la sua domanda è volta a sapere se Michelin continuerà a investire, la risposta è sì

Se la sua domanda intende sapere se Michelin continuerà a pagare un dividendo, la risposta è sì.

Da un lato, perché il settore mondiale dello pneumatico è un settore che registrerà una fortissima crescita, a medio e a lungo termine, e Michelin conta di partecipare a questo sviluppo : tra l'altro, è questo il senso profondo della nuova fase di conquista.

Dall'altro, perché Michelin riesce ad avere ormai ogni anno un risultato elevato e a generare un free cash flow positivo, anche quando i mercati sono in una condizione di difficoltà. »



CINA

Primo pneumatico a Shenyang 2

Da 15 anni, lo stabilimento Michelin di Shenyang produce pneumatici vettura e trasporto pesante.

Per aumentare la sua offerta, Michelin ha costruito una nuova fabbrica su 72 ettari a pochi chilometri di distanza, a fronte di un investimento di 1,1 miliardi di euro in cinque anni. Il primo pneumatico è uscito dalla catena di montaggio a fine 2012. A termine, Shenyang 2 permetterà al Gruppo di triplicare la sua capacità produttiva in Cina con 1,8 milioni di pneumatici per trasporto pesante, 10 milioni di pneumatici vettura e i relativi semilavorati.

Con 70 veicoli per 1000 abitanti, dieci volte meno della cifra in Occidente, oggi la Cina è il primo mercato automobilistico mondiale.

Questo spiega il suo potenziale!

COMPETIZIONI



SICUREZZA STRADALE

Un milione di giovani europei sensibilizzati

Dal 2009, Michelin ha avviato e portato avanti, con il sostegno della Commissione Europea, il progetto ROSYPE per sensibilizzare i giovani alla sicurezza stradale. In questo ambito sono state portate avanti azioni in 15 paesi europei, rivolte a più di 1,1 milioni di giovani, anche via Facebook con il Tour d'Europe de Tom (Giro d'Europa di Tom), un gioco a premi lanciato nel 2012 per i giovani automobilisti.

RICONOSCIMENTO

Lo pneumatico MICHELIN Alpin A4 « Sehr Gut * »

L'ente tedesco ADAC – il più importante Automobile Club europeo – ha effettuato uno studio comparativo su una quindicina di pneumatici invernali di marchi diversi.

Per il terzo anno consecutivo, lo pneumatico MICHELIN Alpin A4 ottiene il riconoscimento più alto, che sottolinea le prestazioni di questa gamma molto ampia (qui sono stati testati gli pneumatici da 14 e 16 pollici) in condizioni di guida invernali.

E' stata testata anche la longevità e, in proposito, lo pneumatico MICHELIN Alpin A4 ottiene il punteggio migliore e la menzione « Sehr Gut* ».

*Ottimo

Fornitore ufficiale di un nuovo Campionato per veicoli elettrici!

La Federazione Internazionale dell'Automobile (FIA) ha confermato che Michelin sarà il fornitore ufficiale di pneumatici del FIA Formula E Championship per i prossimi tre anni. Questo nuovo campionato per vetture elettriche sarà organizzato nei centri-città delle grandi capitali a partire dal 2014. L'obiettivo è avvicinare le corse al pubblico e promuovere gli investimenti a favore dei veicoli elettrici e della mobilità sostenibile.

Dopo quest'annuncio, **Florent Menegaux**, Direttore della Linea Prodotto Vettura Trasporto Leggero, ha dichiarato: « Cerchiamo di innovare costantemente

per permettere una mobilità più efficace e più sostenibile. Le competizioni sono un laboratorio straordinario per sperimentare e sviluppare le tecnologie del futuro. Questo Campionato, che è incentrato su nuove forme di energie e si svolgerà nelle città, ci permetterà di fornire il nostro migliore know-how. »

Per **Jean Todt**, Presidente della FIA: « La reputazione di Michelin in materia di prestazioni e di innovazione tecnologica non ha bisogno di dimostrazioni, è dunque il partner ideale per la Formula E. »

Più vicini ai nostri azionisti

Invito a presentare una candidatura Comitato Consultivo degli Azionisti Michelin

Lei è azionista del gruppo Michelin, Condivide la sua cultura aziendale e i suoi valori, E' una persona disponibile e dinamica : Presenti la sua candidatura presso il Servizio Relazioni con gli Azionisti per diventare un nuovo membro del nostro Comitato, e partecipare alla comunicazione con i nostri azionisti.

Autentico organo di consultazione, il Comitato Consultivo dei singoli azionisti contribuisce, con i suoi pareri e i suoi consigli, a migliorare la comunicazione finanziaria e/o di immagine tra Michelin e i suoi singoli azionisti.

Permette anche di conoscere meglio le loro aspettative e instaurare così una relazione di qualità adatta alle loro esigenze.

Il Comitato Consultivo dei singoli Azionisti Michelin si compone di 12 membri volontari, 10 dei quali esterni all'Azienda, che soddisfano alcuni criteri di diversità come l'età, il sesso, la situazione professionale (popolazione attiva, pensionato) e la ripartizione geografica (Regione parigina/Provincia).

La durata del mandato è fissata in 4 anni. Il Comitato si riunisce, su iniziativa di Michelin, due volte all'anno, e in occasione dell'Assemblea generale annuale del Gruppo, a Clermont-Ferrand. E' anche coinvolto nell'organizzazione di eventi esterni come il salone ACTIONARIA, a Parigi.

Se desidera entrare a far parte del nostro Comitato Consultivo degli Azionisti, può presentare la sua candidatura entro il 31 luglio 2013, inviandola preferibilmente al seguente indirizzo e-mail :

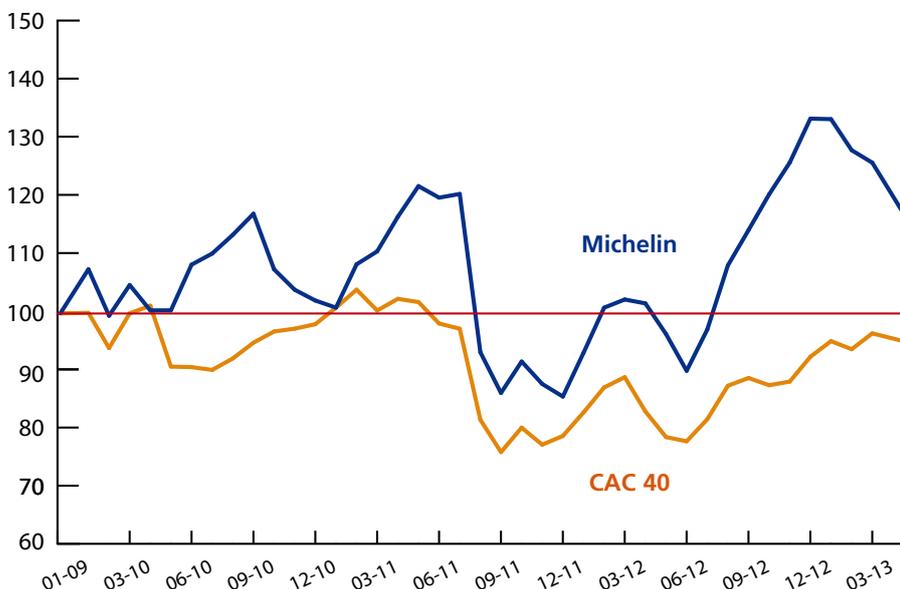
nancy.adam@fr.michelin.com

**o per posta a : Service relations
actionnaires individuels
12 cours Sablon
63040 Clermont-Ferrand Cedex 9**



EVOLUZIONE DEL CORSO DELL'AZIONE

(base 100 : 31 dicembre 2009)



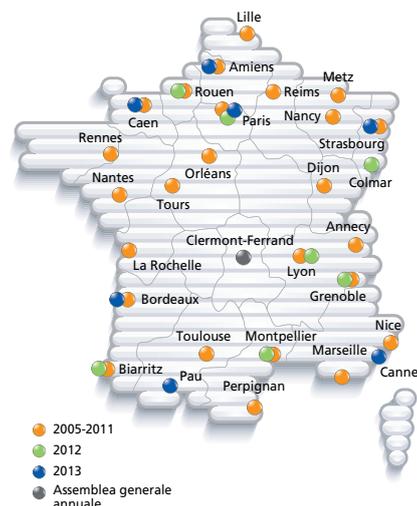
Programma

I nostri appuntamenti finanziari

- ▶ **25 luglio 2013**
Risultati 1° semestre 2013 (prima dell'apertura della seduta della Borsa)
- ▶ **28 ottobre 2013**
Informazioni finanziarie trimestrali (dopo la chiusura della seduta della Borsa)

I nostri incontri con gli azionisti

- 13 giugno 2013** : Amiens
- 24 settembre 2013** : Caen
- 26 novembre 2013** : Strasburgo
- 3 dicembre 2013** : Pau



Un'equipe al vostro servizio

Servizio Relazioni con i singoli Azionisti

**Numero Verde (solo in Francia/
chiamata gratuita) : 0 800 000 222**

Telefono : + 33 (0) 4 73 98 59 00

Fax : + 33 (0) 4 73 98 59 30

E-mail :

Actionnaires-individuels@fr.michelin.com

Sede sociale :

Compagnie Générale
des Établissements Michelin

12 cours Sablon

63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 – France



www.michelin.com/actionnaires

Scheda d'identità dell'azione

Cifre al 30 aprile 2013

Codice ISIN : FR0000121261

Numero di azioni : 182 556 713

Valore di chiusura : 64,13 €

Variatione dal 01/01/13 : - 10,42 %

Capitalizzazione di borsa : 11,7 Md €

Ripartizione del capitale al 30/04/2013 :

- ▶ Personale **1,6 %**
- ▶ Singoli Azionisti **11,2 %**
- ▶ Istituzionali Residenti **26,3 %**
- ▶ Istituzionali Non Residenti **60,9 %**