

# Risultati 1Q09

Incontro con gli analisti

14 Maggio 2009

 **MONDADORI**



Risultati consolidati 1Q09

## Mondadori nel 1Q09 in sintesi

- ✓ **Fatturato (-23,0%)**
  - in contrazione del 16,4% a parità di perimetro (escludendo il contributo di Mondadori Printing ceduta nel 4 trimestre 2008)
- ✓ **EBITDA (-70,7%)**
  - in calo del 64,5% a parità di perimetro
  - forte impatto della riduzione degli investimenti pubblicitari sulla redditività
- ✓ **Risultato netto (-1,8 €m)**
- ✓ **Posizione finanziaria netta (-454,2 €m)** in miglioramento rispetto ai 490,3 €m del 31 dicembre

# Conto Economico

€m	1Q08	1Q09	% change
Fatturato	460,3	354,5	-23,0%
EBITDA	48,4	14,2	-70,7%
<i>Ebitda Margin</i>	10,5%	4,0%	
EBIT	38,2	8,0	-79,1%
<i>Ebit Margin</i>	8,3%	2,3%	
Risultato ante imposte	27,9	2,6	-90,7%
Utile Netto	17,7	(1,8)	

## Esclusa Printing

1Q08	1Q09	% change
423,9	354,5	-16,4%

# Variazione EBITDA

€m



# Stato Patrimoniale

€m

	<i>FY08</i>	<i>1Q09</i>
Capitale Circolante netto	184,4	163,1
<i>Incidenza % su ricavi</i>	<i>10,1%</i>	<i>9,5%</i>
Capitale Investito netto	999,4	957,9
<i>Finanziato da:</i>		
Debito netto	(490,3)	(454,2)
Patrimonio netto	509,1	503,7

# Dinamica Posizione Finanziaria netta

€m

(490,3)

Posizione finanziaria al  
31 dicembre 2008

8,8

Cash flow lordo imposte

(2,6)

Imposte versate

11,6

Straordinari

18,3

Circolante e altro

(454,2)

Posizione finanziaria  
al 31 marzo 2009



Singole Divisioni



# Scenario di Mercato 1Q09

## Mercato di riferimento in Italia (dati a febbraio 2009)

Libri<sup>1</sup>: leggera riduzione (-1,6%<sup>1</sup>);

Periodici: contrazione delle diffusioni (-12,1%<sup>2</sup>) e mercato calo delle vendite congiunte (-24,9%<sup>3</sup>)

Pubblicità<sup>4</sup>: flessione dei periodici (-29,6%), radio (-27,2%) e tenuta di internet (+3,9%)

## Mercato di riferimento in Francia (dati a marzo 2009)

Periodici: diffusione (-10,3%<sup>5</sup>); pubblicità (-17,4%<sup>6</sup>)

<sup>1</sup>Fonte: Nielsen Bookscan (a valore) periodo p3

<sup>2</sup>Fonte: Interna (a volume)

<sup>3</sup>Fonte: Interna (a valore)

<sup>4</sup>Fonte: Nielsen (a valore)

<sup>5</sup>Fonte: NMPP (a volume)

<sup>6</sup>Fonte: TNS (a volume)

## Ricavi per divisione

€m	1Q08	1Q09	
Libri	94,1	89,0	-5,4%
Periodici Italia	162,3	124,7	-23,2%
Periodici Fr.	97,8	83,6	-14,5%
Pubblicità	78,9	51,7	-34,5%
Direct	5,3	4,8	-9,4%
Retail	43,3	41,8	-3,5%
Radio	3,6	3,0	-16,7%
Corporate	107,1	4,6	ns
Ricavi lordi	592,4	403,2	-31,9%
<i>Intercompany</i>	-132,1	-48,7	
Ricavi netti*	460,3	354,5	-23,0%

A parità di  
perimetro

-16,4%

Dati conformi a IFRS 8

## Divisione Libri

- ✓ Mercato positivo nelle librerie di catena mentre risulta in flessione il canale grande distribuzione
- ✓ Mondadori conferma la propria leadership (26,8% di quota di mercato) con una buona tenuta del comparto trade (-2,5% al netto dei diritti sulle vendite congiunte) nonostante la mancanza di particolari best sellers nel trimestre

€m	1Q08	1Q09	
Trade	71,9	69,3	-3,6%
Scolastica	2,7	2,3	-14,8%
Ed. d'arte e mostre	9,9	8,3	-16,2%
Distribuzione libri e altro	9,5	9,1	-4,8%
<b>Totale ricavi</b>	<b>94,1</b>	<b>89,0</b>	<b>-5,4%</b>

Al netto delle vendite congiunte -4,5%

## Periodici Italia

- ✓ Diffusione: andamento in linea con un mercato con un trend non in particolare contrazione
- ✓ Add-ons: significativo calo del fatturato in un mercato in cui soltanto la musica rimane positiva mentre i prodotti editoriali e quelli audiovisivi subiscono forte riduzioni
- ✓ Lancio del settimanale *Tu Style* a fine gennaio con ottimi risultati in termini di diffusione e raccolta pubblicitaria

€m	1Q08	1Q09	
Net circulation	55,1	51,1	-7,2%
Vendite congiunte	57,0	37,7	-33,9%
Diffusione	112,1	88,8	-20,8%
Pubblicità Periodici	45,5	29,3	-35,7%
Altri ricavi	4,7	6,6	+40,6%
Ricavi (Italia)	162,3	124,7	-23,2%

Al netto delle vendite congiunte -17,3%

# Mondadori France

- ✓ Diffusione: flessione delle vendite in edicola sulle testate settimanali (guide televisive, *people* e auto); sostanziale tenuta degli abbonamenti
- ✓ Pubblicità: andamento in linea con il mercato di riferimento in forte contrazione
- ✓ A settembre verrà lanciato *Grazia* anche in Francia che porterà il network internazionale a 12 edizioni

€m	1Q08	1Q09	
Diffusione	63,9	58,5	-8,4%
Add-ons	5,8	2,8	-52,5%
Pubblicità	25,3	19,3	-23,9%
Altri ricavi	2,9	3,1	+8,1%
<b>Totale ricavi</b>	<b>97,9</b>	<b>83,6</b>	<b>-14,5%</b>

A perimetro costante<sup>1</sup>

-5,9%

-19,2%

-11,6%

Al netto delle vendite  
congiunte -12,2%

-8,9%

<sup>1</sup> Al netto delle 8 testate di nicchia cedute nel 2008

# Mercato pubblicitario

€m, Nielsen Media Research



	Feb 08	Feb 09	
Televisione	818	686	-16,0%
Quotidiani	284	210	-26,3%
Periodici	147	103	-29,6%
Radio	72	52	-27,2%
Internet	80	83	+3,9%
Affissioni	29	18	-36,2%
Cinema	7	5	-27,1%

## Divisione pubblicità

- ✓ Mercato: valori in fortissima contrazione sia a volume che a tariffe; trend generalizzato su tutti i settori merceologici
- ✓ Mondadori: performance sostanzialmente allineata al mercato rispetto però ad un inizio 2008 in forte crescita (+6,5% vs +4,1% del mercato)
- ✓ Radio: acquisita dal marzo 2009 la concessione in esclusiva della raccolta pubblicitaria dell'emittente radiofonica nazionale Radio Kiss Kiss

€m	1Q08	1Q09	
Periodici	54,3	35,6	-34,4%
Radio	5,1	4,7	-7,8%
Quotidiani	4,2	2,9	-31,0%
Terzi e altro	15,2	8,5	-44,1%
<b>Totale ricavi</b>	<b>78,9</b>	<b>51,7</b>	<b>-34,5%</b>



# Direct & Retail

€m

## CEMIT

-9,4%



1Q08

1Q09

## RETAIL

43,3

41,8

-3,5%

### Franchising

14,3

15,0

+5,3%

### Negozi diretti

29,0

26,8

-7,7%

1Q08

1Q09

1Q08

1Q09

<i>Negozi diretti</i>	28	29
<i>Edicolé (franch.)</i>	208	227
<i>Librerie in franch.</i>	149	177
<b>Totale</b>	<b>385</b>	<b>433</b>



# Radio

€m

- ✓ Da inizio 2009 Audiradio ha cambiato la modalità di rilevazione degli ascolti aggiungendo dati più precisi (grazie ai panel diari) e coerenti con la pianificazione pubblicitaria (dati nei 7,14,21,28 giorni)
- ✓ Secondo le nuove rilevazioni R101 raggiunge i 9 milioni di ascoltatori nel mese riducendo sensibilmente il *gap* rispetto alle prime 5 radio commerciali
- ✓ Il mercato radiofonico non risulta immune dalla contrazione degli investimenti pubblicitari dei primi mesi dell'anno
- ✓ R101 ha conseguito un fatturato netto di 3 €m (rispetto ai 3,6 del 1Q08) con una diminuzione inferiore al mercato
- ✓ Nel mese di gennaio svolta una campagna di comunicazione dedicata al brand e incentrata sull'offerta musicale

# Calendario Finanziario

29 Luglio 2009

Risultati Primo Semestre

12 Novembre 2009

Risultati Nove Mesi

## Disclaimer

Certain statements contained herein may be statements of future expectations and other forward-looking statements based on management's current views and assumptions and involve known and unknown risks and uncertainties that could cause actual results, performance or events to differ materially from those expressed or implied in such statements. In addition to statements which are forward-looking by reason of context, the words 'may, will, should, expects, plans, intends, anticipates, believes, estimates, predicts, potential, or continue' and similar expressions identify forward-looking statements. Actual results, performance or events may differ materially from those in such statements due to, without limitation, (i) general economic conditions, including in particular economic conditions in the Mondadori core business and core markets, (ii) performance of financial markets, including emerging markets, (iii) interest rate levels, (vii) currency exchange rates including the Euro-U.S. dollar exchange rate, (viii) changing levels of competition, (ix) changes in laws and regulations, including monetary convergence and the European Monetary Union, (x) changes in the policies of central banks and/or foreign governments, (xi) the impact of acquisitions including related integration issues, and (xii) general competitive factors, in each case on a local, regional, national and/or global basis.