



# Risultati 1H09

Incontro con gli analisti

29 luglio 2009



# 1H09 in sintesi



- Nel secondo trimestre sono proseguiti nei mercati di riferimento i trend già evidenziati nei primi mesi dell'anno: in particolare è continuata la forte diminuzione degli investimenti pubblicitari e il calo del mercato dei collaterali, in atto ormai da 3 anni
- Mondadori ha mitigato l'effetto sulla redditività della diminuzione del fatturato attraverso azioni di contenimento costi, senza rinunciare agli investimenti nei business in sviluppo e al sostegno dei propri prodotti di punta

# Conto Economico



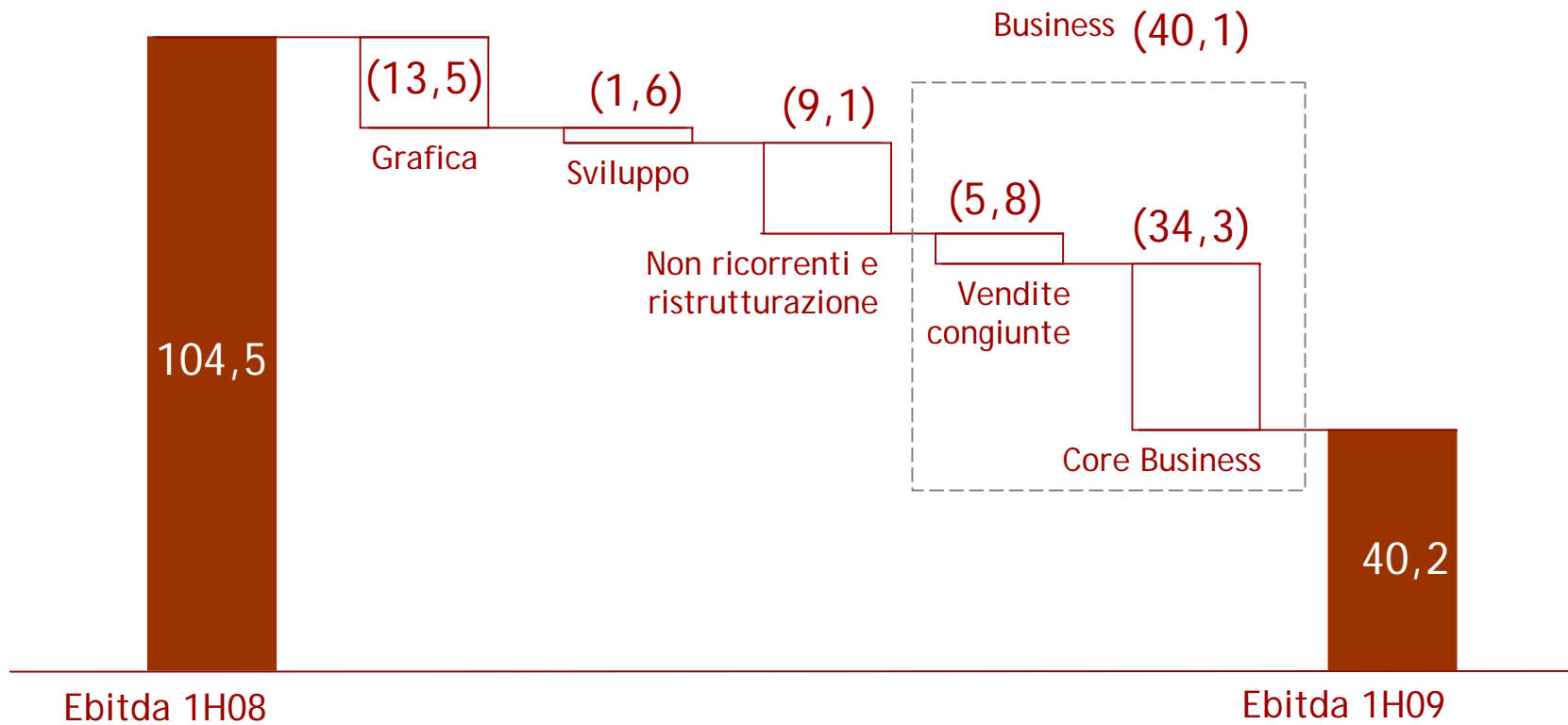
€m

	1H08	1H09	Delta %	Esclusa grafica
Fatturato	930,1	730,7	-21,4%	-14,9%
Ebitda	104,5	40,2	-61,5%	
<i>Ebitda margin</i>	<i>11,2%</i>	<i>5,5%</i>		
Ebit	83,8	27,9	-66,7%	
<i>Ebit margin</i>	<i>9,0%</i>	<i>3,8%</i>		
Risultato ante imposte	64,2	17,6	-72,6%	
Utile netto	36,7	7,3	-80,1%	

# Variazione EBITDA



€m

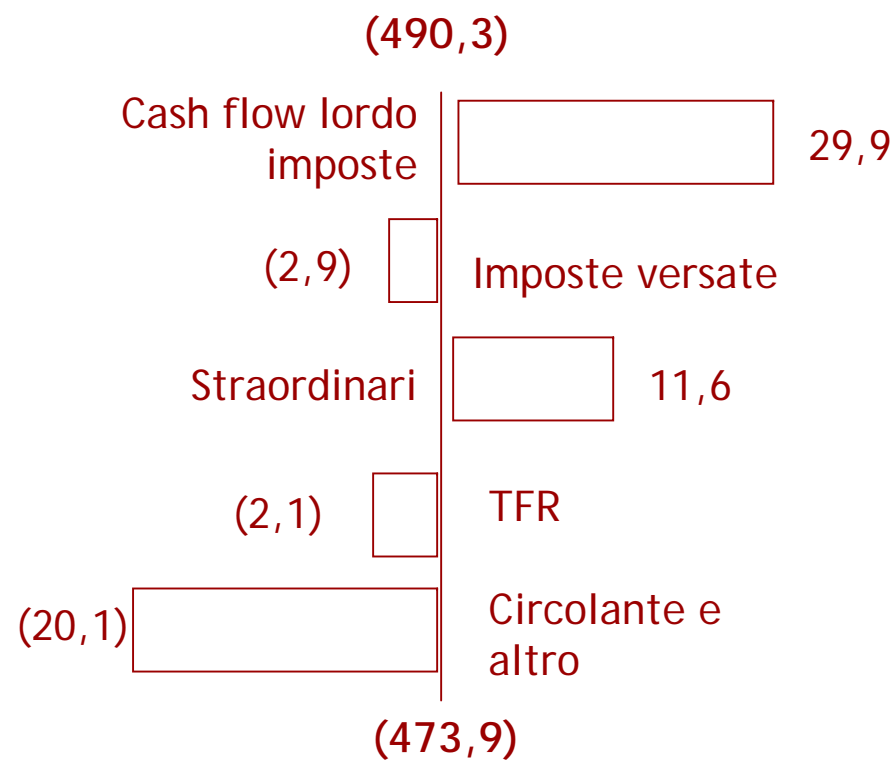


# Stato patrimoniale



	FY08	1H09
Debito netto	(490,3)	(473,9)
Patrimonio netto	509,1	511,4
Capitale investito netto	999,4	985,3
Incidenza Capitale Circolante netto sui ricavi	10,1%	10,8%

## Dinamica Posizione Finanziaria netta



# Linee di credito



## *Covenant*

Linea	€m	Scadenza	<i>Covenant</i>		
			Debt / Ebitda rolling	Debt / Cap.	Equity growth
Stand by	68	Novembre 2009	-	-	-
Pool	500	Luglio 2011	3,5	-	-
Bilaterale	150	Maggio 2013	3,5	-	-
USPP	296	2013/15/18 (€182,34,80m)	3,5	0,6	> 400 €m + 20% of annual net income
<b>Totale linee</b>	<b>1.014</b>				

# Ricavi per Business



	1H08	1H09	Delta %
Libri	192,7	182,6	-5,2%
Periodici Italia	320,0	253,2	-20,9%
Periodici Francia	194,4	170,5	-12,3%
Pubblicità	178,2	126,4	-29,1%
Direct	12,0	10,5	-12,5%
Retail	86,2	83,1	-3,6%
Radio	8,2	7,0	-14,6%
Corporate	204,7	8,7	
Ricavi lordi	1.196,4	842,0	-29,6%
<i>Intercompany</i>	<i>-266,3</i>	<i>-111,3</i>	<i>-58,2%</i>
Ricavi netti	930,1	730,7	-21,4%

Escluso printing



858,6	730,7	-14,9%
-------	-------	--------

# Libri





# Il Mercato Trade



## Andamento per canale (var %)<sup>1</sup>

	Var %	Peso
Librerie di catena	1,0	38%
Altre librerie	-6,6	42%
Grande Distribuzione	-4,5	16%
Internet	21,4	4%
<b>Mercato</b>		<b>524,6 €m</b>
	<b>-2,6%</b>	

## Quote di mercato per casa editrice<sup>2</sup>

Mondadori	14,2
Einaudi	5,7
Rizzoli	5,0
Piemme	4,1
Feltrinelli	3,0
Marsilio	2,5
Sperling	2,3

Quota gruppo Mondadori 27,8%

<sup>1</sup>Fonte: Nielsen Bookscan - dati a valore - cumulato periodo P6 (13 giugno)

<sup>2</sup>esclusa GDO

# Libri

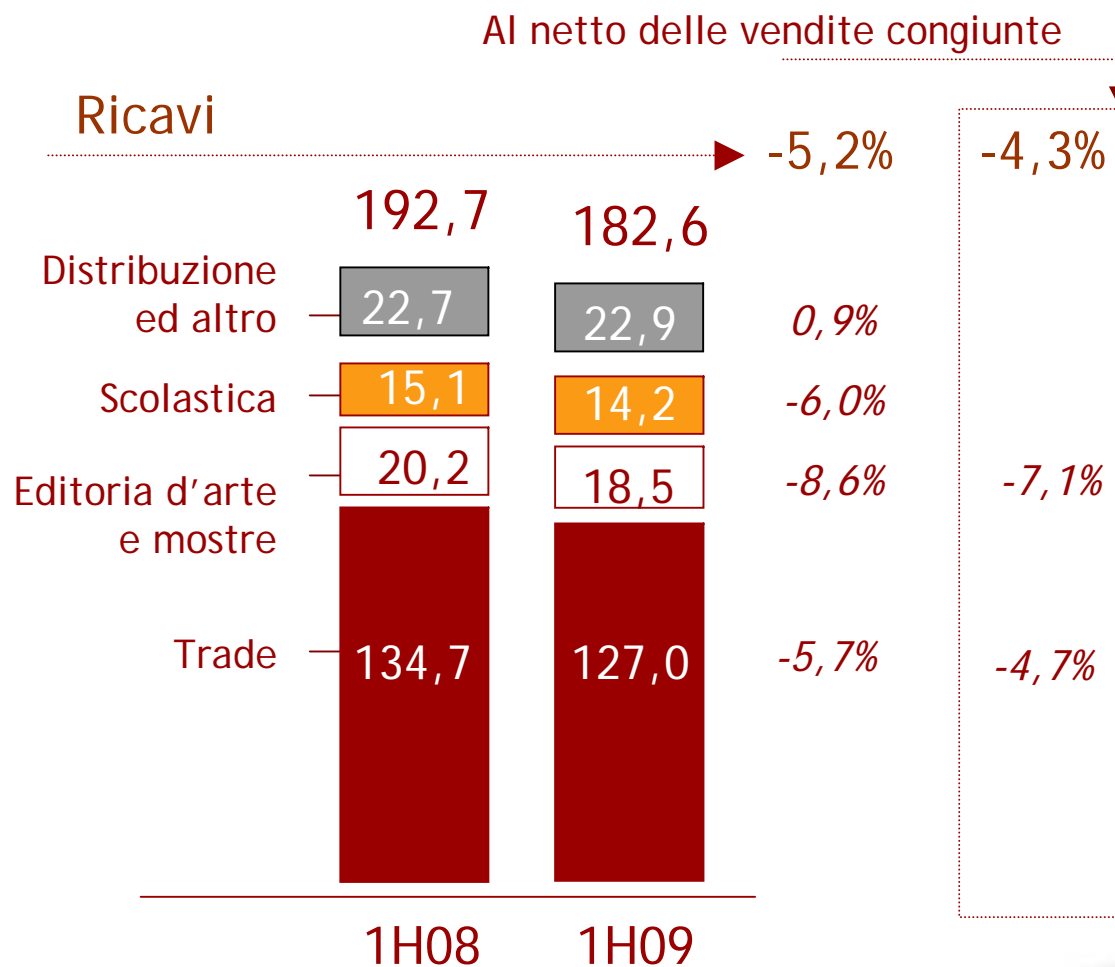


## Mercato

- Mancanza di best seller nel trimestre

## Mondadori

- Mondadori mantiene la propria leadership con una quota di mercato del 27,8%<sup>1</sup>
- Nel Trade il fatturato è in calo, al netto della cessione dei diritti per vendite congiunte: è previsto un più forte programma editoriale nel 2H09
- Buoni risultati dalla campagna Oscar
- Riorganizzazione della divisione libri in 2 aree (editoria d'autore ed editoria di creazione)



<sup>1</sup>esclusa GDO

# Periodici



# Mercato Periodici Italia



	Diffusione
Cumulato 1Q09	-10,1%
Cumulato mag. 09	-9,5%

Fonte: Interna - dati a volume - Maggio 2009

	Vendite congiunte
Cumulato 1Q09	-23,6%
Cumulato mag. 09	-23,1%

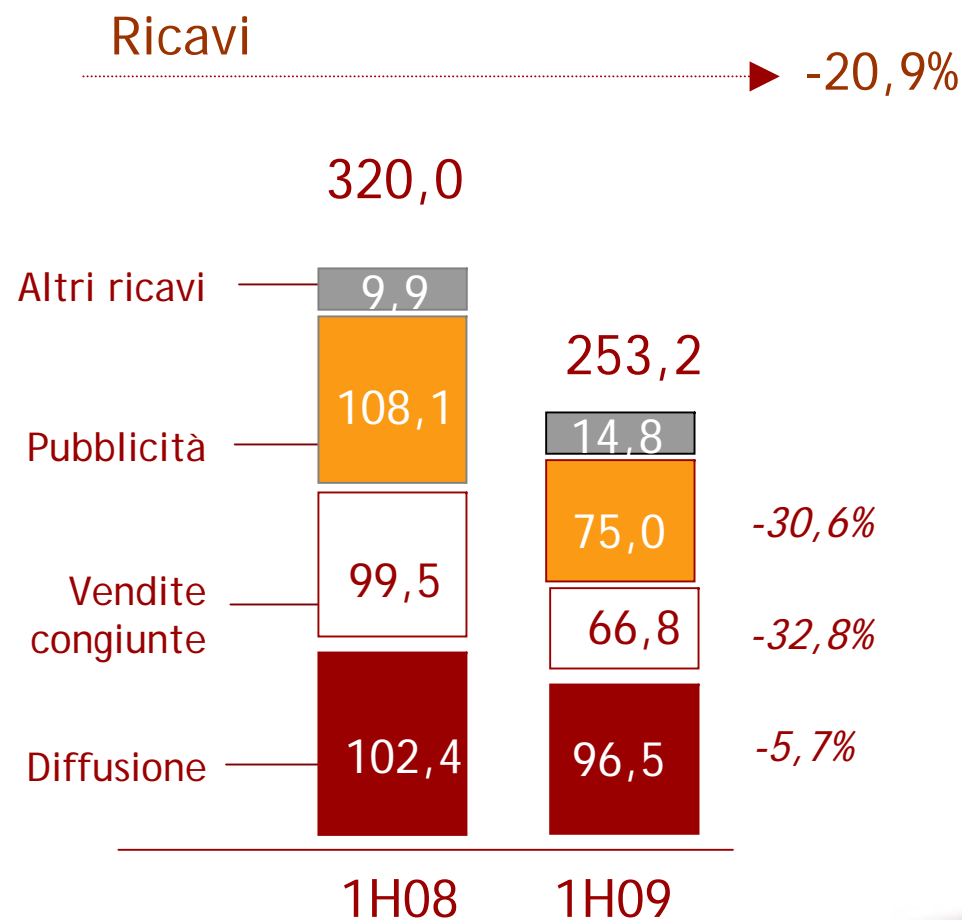
Fonte: Interna - dati a valore - Maggio 2009

	Pubblicità
Cumulato 1Q09	-29,2%
Cumulato mag. 09	-29,5%

Fonte: Nielsen - dati a valore - Maggio 2009



- Buona tenuta delle diffusioni pur in presenza di una riduzione delle copie a contenuto promozionale
- Ricavi pubblicitari ancora in significativa riduzione
- Forte calo delle vendite congiunte, in particolare nei segmenti editoriale e home video



# Mercato Periodici Francia



*Diffusione a volume -7,8%*

*Fonte: OJD - Maggio 2009*

*Pubblicità a volume -17,8%*

*Fonte: TNS-MI - Maggio 2009*

## Quote di mercato Pubblicità (volume)

Lagardere	14,6
Prisma	9,8
Mondadori	9,3
Publiprint	7,2
Roularta	5,0
Marie Claire	4,9

*Fonte: TNS-MI - Maggio 2009*

# Mondadori France



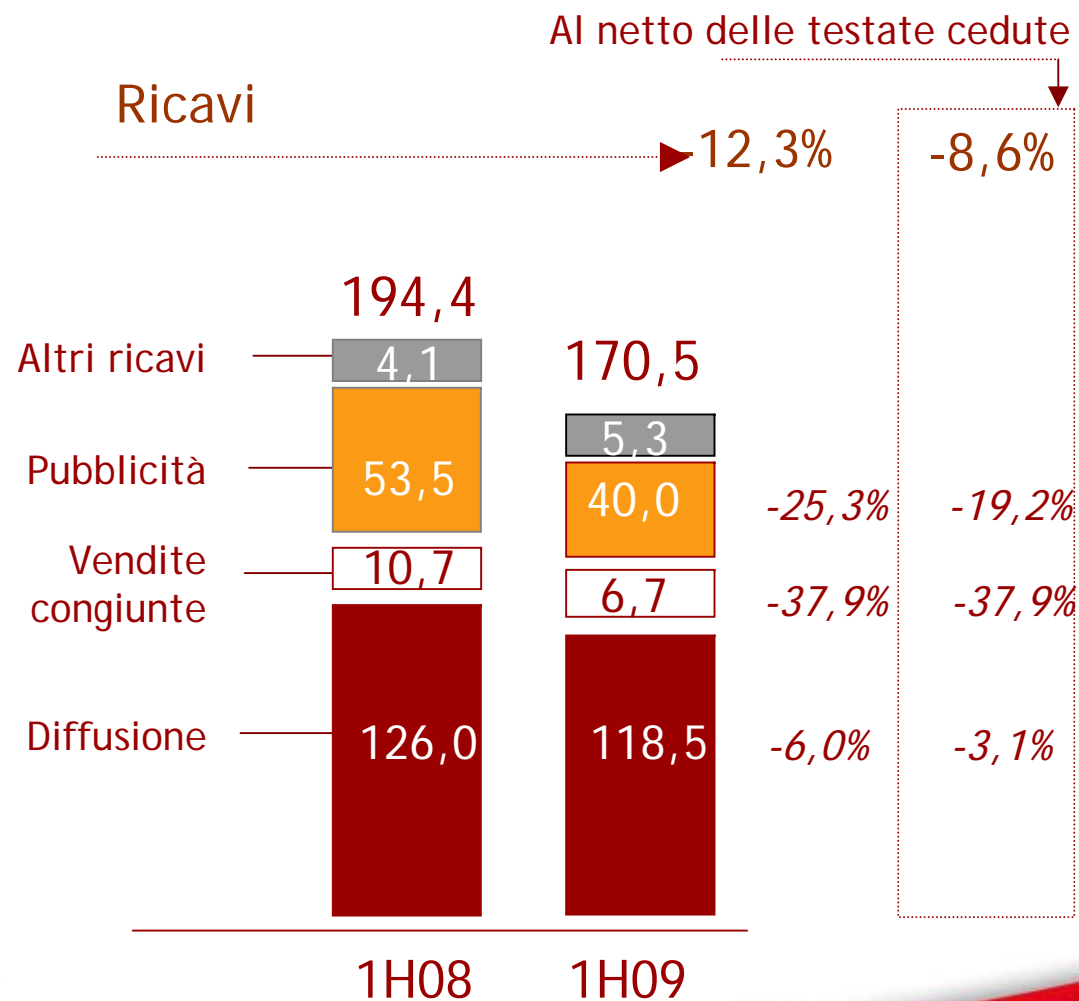
## Mercato

- Confermati gli andamenti della prima parte dell'anno

## Mondadori

- Contenuta la riduzione delle diffusioni grazie anche al contributo degli abbonamenti (+1% al netto delle testate cedute)
- Andamento delle pubblicità in linea con il mercato
- Confermato il lancio di *Grazia* nel mese di settembre che rafforzerà la presenza nel segmento *upmarket*

## Ricavi



# Pubblicità





# Mercato Pubblicitario in Italia



## Pubblicità (a valore)

Televisione

-14,8%

Quotidiani

-22,2%

Periodici

-29,5%

-30,9%<sup>1</sup>

Radio

-18,6%

Internet

+7,8%

## Andamento settori a spazio

Settore	Peso	Performance
Moda	30,0	-25%
Arredamento	14,9	-24%
Cosmesi	14,3	-22%
Largo cons.	10,0	-11%
Turismo	5,8	-17%
Auto	5,5	-29%
Finanza	2,9	-35%

Fonte: Nielsen- a valore Maggio 2009

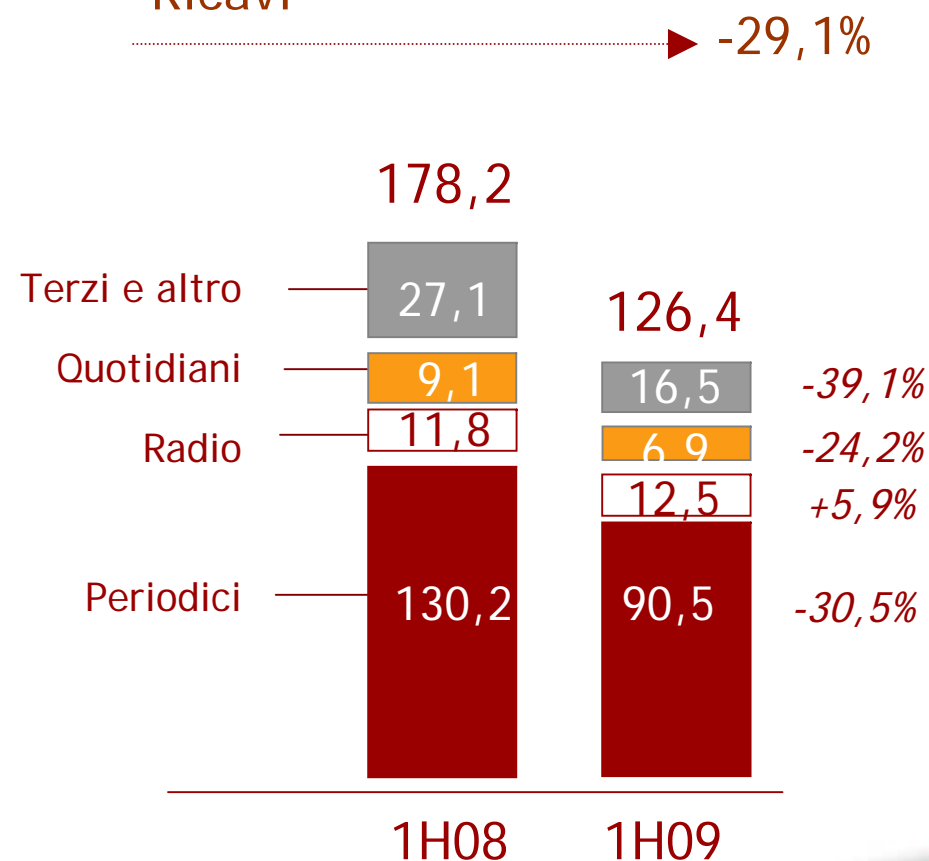
<sup>1</sup>Fonte: FCP - dati a valore - Maggio 2009

# Publicità



- La riduzione degli investimenti pubblicitari sul mercato è caratterizzata, oltre che da forti politiche di riduzioni di prezzo, anche da pesanti ritardi nella programmazione, che rendono difficile una previsione oltre il breve periodo
- La raccolta dei periodici Mondadori è risultata in recupero nel secondo trimestre grazie a mirate politiche commerciali
- Performance positiva sulla radio grazie alla raccolta pubblicitaria di Radio Kiss Kiss

## Ricavi



# Direct



# Direct Marketing



## Mercato

	Direct
Cumulato 1Q09	-16,0%
Cumulato mag. 09	-17,8%

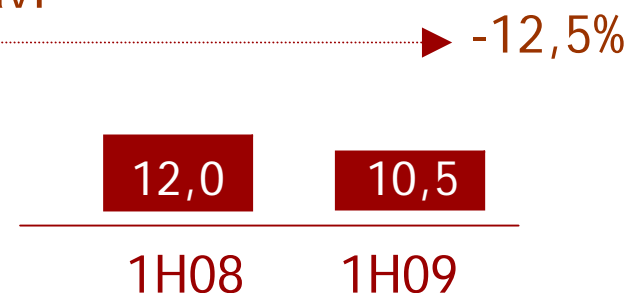
Fonte: Nielsen - dati a valore - Maggio 2009

- Il settore<sup>1</sup> del direct marketing, che vale 210 €m, registra un calo del 17,8% e risente della generale contrazione degli investimenti in comunicazione

## Cemit

- Performance migliore del mercato grazie alla tenuta del largo consumo che ha compensato la forte contrazione dei settori auto e finanza

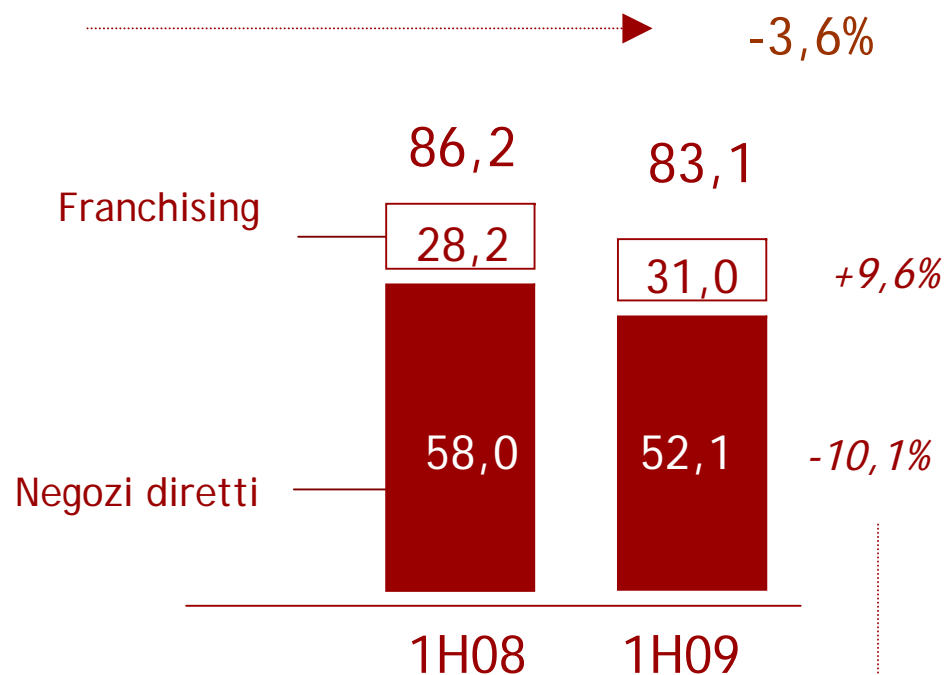
## Ricavi



# Retail



## Ricavi



Editoriale	-5,0%
Informatica	-17,0%
Audiovideo	-11,0%

## Negozi

Negozi diretti	29
Librerie	232
Edicolè	178
<b>Totale</b>	<b>439</b>

# Radio



# Radio



Mercato	Radio
Cumulato 1Q09	-20,1%
Cumulato mag. 09	-18,6%

Fonte: FCP Assoradio - dati a valore - Maggio 2009

- La Radio consegue ricavi netti per 7 €m (-14,6%) con una *performance* migliore del mercato

Ascolti	Ascoltatori 7-28 giorni			
	7GG	14 GG	21 GG	28 GG
1 DeeJay	13.115	15.161	16.091	16.679
2 Rtl 102,5	12.632	14.835	16.009	16.816
3 RDS	12.241	14.298	15.300	15.956
4 Radio 105	10.116	11.810	12.704	13.299
<b>5 R101</b>	<b>6.227</b>	<b>7.641</b>	<b>8.428</b>	<b>8.961</b>
6 Montecarlo	5.347	6.684	7.461	8.024
7 Capital	5.117	6.177	6.779	7.205

Fonte: Audiradio - 1 semestre 2009

- R101 si conferma la quinta radio privata in Italia nei 7,14,21,28 giorni (nuova modalità di rilevazione attraverso panel diari)

# Evoluzione prevedibile della gestione



- La visibilità sugli investimenti pubblicitari rimane bassa e non ci sono segnali che consentono di prevedere una inversione del trend
- Non è ipotizzabile una ripresa della vendita di periodici né l'attenuarsi della contrazione delle vendite di collaterali
- Il settore dei libri continuerà a soffrire meno di altri e il programma editoriale della seconda parte dell'anno dovrebbe consentire una soddisfacente chiusura dell'esercizio



# Attività dei prossimi mesi



Le risposte alla contrazione del fatturato prevedono:

- La continuazione delle azioni di semplificazione dei processi e delle strutture anche attraverso un incisivo piano di ristrutturazione
- Investimenti per il sostegno degli *asset* aziendali e la difesa delle posizioni di leadership
- Maggiori investimenti nei business e nei mercati in sviluppo (digital, network internazionale)
- Il lancio di Grazia in Francia

# Calendario Finanziario 2009



14 Maggio 2009

Risultati Primo Trimestre

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.