

**ARNOLDO MONDADORI EDITORE S.p.A.**

Capitale Euro 67.451.756,32  
Sede Legale in Milano  
Sede Amministrativa in Segrate (MI)

**Resoconto intermedio di gestione  
al 30 settembre 2009**



# *Cariche Sociali e organismi di controllo*

## *Consiglio di Amministrazione*

### **Presidente**

Marina Berlusconi

### **Vice Presidente e Amministratore Delegato**

Maurizio Costa

### **Consiglieri**

Pier Silvio Berlusconi

Pasquale Cannatelli

Bruno Ermolli

Martina Forneron Mondadori

Roberto Poli

Mario Resca

Marco Spadacini

Umberto Veronesi

Carlo Maria Vismara (\*)

(\*) Segretario

## *Collegio Sindacale*

### **Presidente**

Ferdinando Superti Furga

### **Sindaci Effettivi**

Francesco Antonio Giampaolo

Franco Carlo Papa

### **Sindaci Supplenti**

Ezio Maria Simonelli

Francesco Vittadini



## *Sommario*

Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione al 30 settembre 2009	<b>9</b>
- Indicatori finanziari e non finanziari	<b>11</b>
- Divisione Libri	<b>12</b>
- Divisione Periodici Italia	<b>17</b>
- Divisione Periodici Francia	<b>20</b>
- Servizi pubblicitari	<b>21</b>
- Direct marketing	<b>22</b>
- Retail	<b>23</b>
- Divisione Radio	<b>24</b>
- Corporate e altri business	<b>24</b>
- Situazione finanziaria	<b>25</b>
- Informazioni sul personale	<b>27</b>
- Investimenti tecnici	<b>27</b>
- Altre informazioni	<b>28</b>
- Evoluzione prevedibile della gestione	<b>28</b>
Stato patrimoniale e conto economico consolidati	<b>30</b>



## *Relazione del Consiglio di Amministrazione*





## ***Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione al 30 settembre 2009***

Anche nel terzo trimestre dell'anno gli indicatori dei trend economici hanno segnato dati negativi, sia a livello nazionale che globale; soltanto in settembre alcune indicazioni prospettiche hanno trasmesso maggior fiducia, che ha però prodotto effetti positivi più sui mercati finanziari che sui consumi reali.

Per quanto riguarda i mercati di riferimento del Gruppo Mondadori, restano fortemente negativi i valori di investimento pubblicitario, sia in Italia (circa -29% progressivo a settembre) che in Francia (anche se in misura minore): i timidi segnali di ripresa di inizio trimestre sono stati smentiti in settembre; la visibilità sui trend futuri rimane scarsa, anche se riferita al breve periodo.

Nel settore periodici il calo delle diffusioni si conferma su livelli leggermente inferiori ai mesi precedenti, soprattutto in Italia (-7,7% a volume ad agosto); in Francia il maggior peso degli abbonamenti contribuisce ad una maggiore stabilità di trend (-5,7% a valore ad agosto).

Il mercato dei collaterali in Italia prosegue la discesa alla stessa velocità dei primi mesi (-25% circa), rappresentando ormai la metà dei valori record degli anni scorsi (nell'anno 2004 più di 1 miliardo di Euro).

Diverso il discorso per il mercato dei libri in Italia, stabile in volume ed in crescita a valore (+1,9%), nonostante un confronto difficile con l'esercizio precedente, maggiormente ricco di bestsellers.

Anche nel terzo trimestre il fattore che ha maggiormente condizionato il risultato del Gruppo Mondadori è stata una significativa riduzione del fatturato pubblicitario: l'impatto sul risultato è stato comunque mitigato dagli effetti sempre maggiori delle attività di contenimento dei costi di gestione; nel corso del trimestre sono state inoltre poste le basi per le prossime, importanti attività di ristrutturazione organizzativa attraverso la stipula di accordi relativi al personale sia editoriale che giornalistico.

Il risultato dei business a perimetro costante, escludendo gli elementi non ricorrenti ed i costi di sviluppo e di ristrutturazione, è stato nel trimestre di 46,0 milioni di Euro, inferiore di 16,9 milioni di Euro (-26,9%) rispetto al medesimo periodo del 2008.

Di seguito anche i valori di fatturato e di margine operativo consolidato al 30 settembre sono indicati a totale ed a perimetro costante (esclusa attività di printing).

Il **fatturato consolidato** al 30 settembre 2009 è stato di 1.114,3 milioni di Euro, in diminuzione del 18,6% rispetto ai 1.368,1 milioni di Euro del 2008 (-11,4% a perimetro costante).

Il **marginale operativo lordo consolidato** è risultato di 68,2 milioni di Euro, in riduzione di 100,6 milioni di Euro (-59,6%) rispetto ai 168,8 milioni di Euro dell'esercizio precedente e con un'incidenza sul fatturato del 6,1%, rispetto al 12,3% del 2008.

Escludendo il risultato dell'attività di Mondadori Printing il differenziale del margine operativo è risultato di -83,9 milioni di Euro (-55,1%), derivante essenzialmente da:

- minori risultati dei business: -57,0 (di cui -8,6 collaterali)
- maggiori investimenti per business in sviluppo: -7,8
- variazione elementi non ricorrenti (straordinari, oneri di ristrutturazione): -19,1

Il **risultato operativo consolidato** al 30 settembre 2009 è stato pari a 50,0 milioni di Euro, in diminuzione di 87,5 milioni di Euro (-63,6%) rispetto al 2008, con ammortamenti e svalutazioni di attività materiali ed immateriali per 18,2 milioni di Euro (31,3 milioni di Euro nel 2008); l'incidenza sui ricavi è passata dal 10,1% del 2008 al 4,5%.

L'**utile prima delle imposte consolidato** è risultato di 50,0 milioni di Euro, inferiore di 54,5 milioni di Euro (-52,2%) rispetto al 2008, con oneri finanziari netti nel 2009 pari a zero, rispetto ai 33,0 milioni dell'esercizio precedente; al miglioramento hanno contribuito proventi straordinari, oltre al minor indebitamento ed alla riduzione del costo del denaro.

L'**utile netto consolidato** al 30 settembre 2009 è risultato di 27,1 milioni di Euro, rispetto ai 58,8 milioni di Euro dell'esercizio precedente.

Il **cash flow lordo** dei primi nove mesi del 2009 è stato di 45,3 milioni di Euro rispetto ai 90,1 milioni di Euro del 2008.

La **posizione finanziaria netta** è passata da -490,3 milioni di Euro di fine 2008 a -416,9 milioni di Euro al 30 settembre 2009.

L'andamento dei singoli settori in cui opera Mondadori viene approfondito nella sezione dedicata alle singole divisioni del Gruppo; di seguito ne sono illustrati i principali elementi.

## Indicatori finanziari e non finanziari

Conto economico consolidato Euro/milioni	Terzo trimestre			Al 30 settembre		
	2009	2008	Delta	2009	2008	Delta
Ricavi di vendita	383,5	438,0	(12,4%)	1.114,3	1.368,1	(18,6%)
Costi per il personale	74,8	82,9	(9,8%)	217,9	271,5	(19,7%)
Costo del venduto e di gestione (*)	279,0	291,5	(4,3%)	822,9	932,9	(11,8%)
Proventi (Oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	(1,7)	0,7	n.s.	(5,3)	5,1	n.s.
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>28,0</b>	<b>64,3</b>	<b>(56,5%)</b>	<b>68,2</b>	<b>168,8</b>	<b>(59,6%)</b>
<i>Incidenza MOL su ricavi</i>	<i>7,3%</i>	<i>14,7%</i>		<i>6,1%</i>	<i>12,3%</i>	
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	3,0	8,7	(65,5%)	9,0	25,6	(64,8%)
Ammortamenti delle attività immateriali	2,9	1,9	52,6%	9,2	5,7	61,4%
<b>Risultato operativo</b>	<b>22,1</b>	<b>53,7</b>	<b>(58,8%)</b>	<b>50,0</b>	<b>137,5</b>	<b>(63,6%)</b>
<i>Incidenza risultato operativo su ricavi</i>	<i>5,7%</i>	<i>12,2%</i>		<i>4,5%</i>	<i>10,1%</i>	
Proventi (oneri) finanziari netti	10,3	(13,4)	n.s.	-	(33,0)	n.s.
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-		-	-	
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>32,4</b>	<b>40,3</b>	<b>(19,6%)</b>	<b>50,0</b>	<b>104,5</b>	<b>(52,2%)</b>
<i>Incidenza risultato prima imposte su ricavi</i>	<i>8,4%</i>	<i>9,2%</i>		<i>4,5%</i>	<i>7,6%</i>	
Imposte sul reddito	12,4	18,1	(31,5%)	22,4	45,2	(50,4%)
Risultato di pertinenza di terzi	(0,2)	(0,2)	-	(0,5)	(0,5)	-
<b>Risultato netto</b>	<b>19,8</b>	<b>22,0</b>	<b>(10,0%)</b>	<b>27,1</b>	<b>58,8</b>	<b>(53,9%)</b>

(\*) Include le seguenti voci: decremento (incremento) delle rimanenze; costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci; costi per servizi; oneri (proventi) diversi.

A far data dal 1° gennaio 2009 è entrato in vigore il principio contabile IFRS 8, in sostituzione dello IAS 14, che disciplina l'informativa che deve essere fornita per ciascun business rilevante in cui opera il Gruppo.

L'applicazione di questo nuovo principio ha comportato l'esposizione dei dati relativi alle attività gestite dalla controllata Mondadori France separatamente rispetto a quelli dell'intera Divisione Periodici, di cui pure fa parte.

Pertanto, al fine di avere un confronto omogeneo, si è reso necessario riesporre anche i valori relativi al terzo trimestre 2008.

Inoltre, a seguito della cessione dell'80% di Mondadori Printing, avvenuta nel novembre 2008, il segment che comprendeva i dati riconducibili alle attività grafiche del Gruppo non è più significativo ai sensi dell'IFRS 8 e, conseguentemente, tali valori sono stati aggregati a quelli degli Altri business. Stessa classificazione ha interessato gli importi del 2008.

I **ricavi consolidati** si sono attestati a 1.114,3 milioni di Euro con una flessione del 18,6%; di seguito ne viene fornito il dettaglio per settore di attività.

Il confronto non è omogeneo per la cessione delle attività grafiche; come già accennato si precisa che i relativi ricavi del marzo 2008 sono stati classificati alla voce "Corporate e altri business".

<b>Volume d'affari per settore di attività</b>	<b>Euro/milioni 30 settembre 2009</b>	<b>Euro/milioni 30 settembre 2008</b>	<b>Delta %</b>
Libri	306,0	316,5	(3,3%)
Periodici Italia	368,6	441,0	(16,4%)
Periodici Francia	254,8	284,5	(10,4%)
Servizi pubblicitari	181,6	244,7	(25,8%)
Direct	13,8	15,9	(13,2%)
Retail	126,4	128,6	(1,7%)
Radio	9,7	11,1	(12,6%)
Corporate e altri business	13,3	294,0	n.s.
<b>Totale ricavi aggregati</b>	<b>1.274,2</b>	<b>1.736,3</b>	<b>(26,6%)</b>
Ricavi infragruppo	(159,9)	(368,2)	n.s.
<b>Totale ricavi consolidati</b>	<b>1.114,3</b>	<b>1.368,1</b>	<b>(18,6%)</b>

Nel prospetto seguente viene fornito il dettaglio dei ricavi consolidati per area geografica.

<b>Volume d'affari per area geografica</b>	<b>Euro/milioni 30 settembre 2009</b>	<b>Euro/milioni 30 settembre 2008</b>	<b>Delta %</b>
Mercato nazionale	839,7	1.009,4	(16,8%)
Francia	243,1	280,3	(13,3%)
Altri Paesi UE	24,4	63,3	(61,5%)
Mercato USA	0,3	5,9	(94,9%)
Altri Paesi	6,8	9,2	(26,1%)
<b>Totale ricavi consolidati</b>	<b>1.114,3</b>	<b>1.368,1</b>	<b>(18,6%)</b>

## ***Divisione Libri***

Nei primi nove mesi del 2009, le case editrici del Gruppo Mondadori hanno registrato un livello di fatturato in calo rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, in un quadro di recessione economica e di calo generale dei consumi.

Il fatturato netto della Divisione Libri nei primi nove mesi del 2009 è stato infatti di 306 milioni di Euro (-3,3%).

La tabella seguente illustra l'andamento della Divisione nel periodo:

	<b>Euro/milioni 30 settembre 2009</b>	<b>Euro/milioni 30 settembre 2008</b>
Fatturato libri	300,8	309,8
Altri ricavi	5,2	6,7
	<b>306,0</b>	<b>316,5</b>
Costi operativi	(253,2)	(253,1)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>52,8</b>	<b>63,4</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(2,3)	(2,2)
<b>Risultato operativo</b>	<b>50,5</b>	<b>61,2</b>

Il mercato Trade italiano a valore, nei primi nove mesi del 2009, è risultato in leggera crescita rispetto allo stesso periodo del 2008; il Gruppo Mondadori conferma la propria leadership nel mercato con una quota del 28% (escludendo la Grande Distribuzione) e con una netta preminenza rispetto ai principali concorrenti. Tra questi rimane sostanzialmente stabile la quota del Gruppo Rcs mentre calano le quote del Gruppo Gems e di Feltrinelli. Considerando le singole case editrici, Edizioni Mondadori ed Einaudi si confermano ai primi 2 posti della classifica.

Nella seguente tabella si declina il fatturato delle singole case editrici della Divisione:

<b>Libri</b>	<b>Euro/milioni 30 settembre 2009</b>	<b>Euro/milioni 30 settembre 2008</b>	<b>Delta %</b>
Edizioni Mondadori	88,4	93,5	(5,5%)
Einaudi	34,5	37,0	(6,8%)
Sperling & Kupfer	19,1	16,9	13,0%
Edizioni Piemme	33,7	37,4	(9,9%)
Mondadori Electa	29,6	29,2	1,4%
Mondadori Education	68,0	70,9	(4,1%)
Distribuzione Libri	27,5	24,9	10,4%
Altri ricavi	5,2	6,7	(22,4%)
<b>Totale ricavi consolidati</b>	<b>306,0</b>	<b>316,5</b>	<b>(3,3%)</b>

### ***Edizioni Mondadori***

Nei primi nove mesi del 2009 Edizioni Mondadori ha registrato ricavi per 88,4 milioni di Euro, in flessione del 5,5% rispetto all'anno precedente.

A inizio settembre, Margaret Mazzantini con *Venuto al mondo* si è aggiudicata la XLVII edizione del Premio Campiello Letteratura. Con questa vittoria, nel mese di settembre, il libro ha venduto oltre 80.000 copie, portando il venduto complessivo a 450.000 copie.

Tra i titoli pubblicati nei primi nove mesi dell'anno, hanno riscosso un grande successo il nuovo libro di Carlos Ruiz Zafon *Marina*, che ha superato le 300.000 copie, l'ultimo legal thriller di John Grisham *Il ricatto*, che ha superato le 200.000 copie e i romanzi di Andrea Camilleri, *Un sabato con gli amici*, che ha raggiunto le 170.000 copie, così come l'ultimo romanzo di Patricia Cornwell *Kay Scarpetta*.

Altra importante conferma è quella di Sophie Kinsella che, con *La ragazza fantasma* pubblicato in settembre, ha superato le 170.000 copie vendute.

Il marchio editoriale Strade Blu ha visto a giugno il lancio della novità di Roberto Saviano *La bellezza e l'inferno*, la raccolta di scritti giornalistici pubblicati dal 2004 al 2009, che ha raggiunto le 350.000 copie di venduto, e l'ottima conferma del nuovo libro di Mario Calabresi, che con *La fortuna non esiste*, è arrivato alle 100.000 copie di vendita.

Nel mese di agosto gli Oscar Mondadori hanno inaugurato un nuovo appuntamento: una campagna promozionale estiva che ha coinvolto tutte le librerie con positivi riscontri di vendita trainati anche da importanti novità come *Gocce di Sicilia* di Andrea Camilleri (90.000 copie) e la versione trade paperback de *Il gioco dell'angelo* di Carlos Ruiz Zafon.

Nei libri per ragazzi segnaliamo infine la crescita del programma di *licensing* dei Gormiti e il successo dei titoli legati al film blockbuster *L'era glaciale 3* che hanno raggiunto le 140.000 copie vendute.

### **Giulio Einaudi Editore**

Nei primi nove mesi del 2009 Einaudi ha registrato ricavi per 34,5 milioni di Euro con un calo del 6,8%, rispetto allo stesso periodo del 2008: il canale librerie e Grande Distribuzione registra un calo di fatturato del 5,2%, effetto soprattutto del minor rifornimento e delle maggiori rese pervenute, quello rateale cala del 14,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente mentre la cessione diritti per operazioni in vendita congiunta segna una flessione del 19,2%.

Sul fronte dei nuovi titoli alcuni libri di particolare rilievo hanno ottenuto ottimi risultati sul mercato. Si segnala anzitutto l'affermazione al premio Strega della novità di Tiziano Scarpa *Stabat Mater* che ha superato le 130.000 copie vendute. Tra le altre novità che hanno raggiunto buoni risultati, *Un luogo incerto* di Fred Vargas (115.000 copie), *Il lamento del bradipo* di Sam Savage (65.000 copie), *Non deve accadere* di Anne Holt (60.000 copie), *Vedi di non morire* di Josh Bazell (50.000 copie), *Educazione Siberiana* del giovane esordiente Nicolai Lilin (45.000 copie), *Il museo dell'innocenza* di Orhan Pamuk (40.000 copie), *La faccia nascosta della luna* di Carlo Lucarelli (40.000 copie).

### **Sperling & Kupfer**

Sperling & Kupfer ha realizzato nei primi nove mesi del 2009 ricavi per 19,1 milioni di Euro con una crescita del 13% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Tra le novità più significative nel periodo spiccano, nella linea Fiction, il ritorno di Sveva Casati Modignani con *Il gioco delle verità* (180.000 copie), al primo posto nella classifica Nielsen della narrativa italiana per cinque settimane; il romanzo di mafia di Salvo Sottile *Più scuro di mezzanotte* (25.000 copie), l'uscita di *Level 26* di Anthony E. Zuiker, che mescola testo e contenuti multimediali e la terza novità nell'anno Danielle Steel *Ricominciare* (45.000 copie).

Per quanto riguarda il marchio Frassinelli si segnala oltre al consueto titolo di Nicholas Sparks *Ho cercato il tuo nome* (100.000 copie) la novità di Blas de Robles, *Alcantara*, che è stata accolta in Italia con grande attenzione dalla stampa.

Nella Non Fiction spicca il buon andamento di Graeme Sims, con *Portami con te*, la novità di Melania Rizzoli *Se lo riconosci lo eviti* (20.000 copie) e la sorpresa di Valeria Della Valle e Giuseppe Patota *Viva il congiuntivo*. Infine nel settore business si segnala il nuovo libro di Spencer Johnson *I su e giù della vita*.

Una segnalazione particolare merita il successo della serie de “*Il mondo di Patty*” con la pubblicazione de *Il diario segreto di Patty*, stabilmente nei primi 5 posti della classifica di Varia.

### ***Edizioni Piemme***

Nei primi nove mesi del 2009 Piemme ha realizzato ricavi netti per 33,7 milioni di Euro, con un calo del 9,9% rispetto allo stesso periodo dell’esercizio precedente

Il risultato a settembre della linea Adulti è penalizzato dal mancato fatturato dei titoli di Khaled Hosseini ma raggiunge comunque buoni livelli ed è compensato d’altra parte dal buon andamento delle novità tra cui si segnalano: per la Narrativa, l’ottimo esito del nuovo thriller di Michael Connelly *Il cerchio del lupo*, (85.000 copie), nonché i lusinghieri risultati di libri di nuovi autori tra cui *L’arte di correre sotto la pioggia*, di Stein (46.000 copie) e *Il quaderno azzurro* di James A. Levine (40.000 copie); nella Saggistica hanno ottenuto buoni risultati *Il bambino senza nome* di Mark Kurzem (60.000 copie), e *La bambina con i sandali bianchi* di Malika Bellaribi (30.000 copie). La linea Religione migliora le performance del 2008 grazie al successo ormai consolidato dei titoli di autori come Dalila Di Lazzaro, con *Toccami il cuore* (56.000 copie) e il calciatore Nicola Legrottaglie con *Ho fatto una promessa* (51.000 copie).

La linea Paperback fa rilevare un forte aumento rispetto al 2008 grazie al successo della prima campagna promozionale Bestseller, operata nel mese di maggio. Una forte spinta è stata data anche dal lancio del paperback de *Il cacciatore di aquiloni* di Hosseini (145.000 copie).

Il fatturato del settore Junior, nonostante l’incremento della resa, risulta in crescita rispetto al pari periodo 2008.: il Battello a Vapore mostra la tenuta complessiva del catalogo per effetto sia delle collane edutainment (Serie Classiche) sia di collane più orientate all’entertainment.

La linea Stilton fa rilevare dati di vendita rilevanti per novità come *Quinto viaggio nel Regno della Fantasia* (136.000 copie), *Le avventure di Ulisse* (80.000 copie).

### ***Editoria d’arte ed organizzazione mostre***

Nei primi nove mesi del 2009 Mondadori Electa ha raggiunto ricavi per 29,6 milioni di Euro in lieve crescita (+1,4%) rispetto ai primi 9 mesi del 2008.

Mondadori Electa ha risentito degli effetti del rallentamento congiunturale in alcuni dei segmenti di mercato in cui opera: il calo dei ricavi del canale libreria e la contrazione del

volume d'affari legato alle vendite congiunte sono stati compensati dalle attività del settore dei beni culturali con una crescita di ricavi netti, e dalle vendite sponsor; ancora in sofferenza invece la vendita dei diritti all'estero, particolarmente penalizzata dalla forza della moneta unica europea nei confronti del dollaro e della sterlina e dalla debolezza dei mercati librari esteri per la tipologia del libro illustrato.

Tra i libri di maggior successo pubblicati nel periodo sono da ricordare *Orti Felici* di Paolo Pejrone, *Mamme e Leggere* di autori vari.

Hanno registrato buone performance anche alcune novità di architettura, tra cui *Tadao Ando per Pinault* di Francesco Dal Co, legato all'inaugurazione di Punta della Dogana a Venezia.

Nel settore dei servizi in concessione e dell'organizzazione di mostre il Colosseo è stato, nei primi nove mesi del 2009, il monumento di gran lunga più visitato in Italia, anche se con un misurato calo dei visitatori paganti rispetto all'anno precedente.

### ***Mondadori Education***

Nei primi nove mesi del 2009 Mondadori Education ha realizzato ricavi netti per 68 milioni di Euro, con un calo del 4,1% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Mondadori Education si conferma nel mercato adozionale al secondo posto, dopo il Gruppo Zanichelli, come quota di mercato. Di seguito le quote dei principali competitors:

<b>Mercato adozionale</b>	<b>2009</b>
Zanichelli-Loescher-D'Anna	14,1%
Mondadori Education	13,4%
RCS Scuola	12,7%
PPBM Pearson-Paravia-Esbmo	11,8%
Gruppo De Agostini	11,1%

Fonte: AIE

La scuola primaria migliora i già buoni risultati degli ultimi anni.

La secondaria di primo grado registra una flessione, determinata da minori adozioni per i volumi di catalogo a causa della maggior propensione, da parte degli insegnanti, all'adozione di novità come conseguenza dell'obbligo di mantenere per sei anni la stessa adozione.

La secondaria di secondo grado mantiene la propria quota di mercato. La grammatica inglese del nuovo marchio Mondadori for English raggiunge le 10.000 copie di adottato. Per le secondarie si accentua l'attenzione ai tetti di spesa con conseguente penalizzazione delle adozioni di classici, versioni, narrativa.

I programmi editoriali in fase di realizzazione prevedono la realizzazione di nuovi libri solo a contenuto misto (cartaceo e digitale), in applicazione delle disposizioni ministeriali sul



rinnovamento del catalogo editoriale scolastico. Giova ricordare che tali novità non potranno più essere rieditate per 6 anni nella parte cartacea.

Nell'editoria universitaria, sono da segnalare la prosecuzione della collaborazione con la Fondazione per la Sussidiarietà e con la Fondazione Meeting di Rimini.

Nella prospettiva di titoli rivolti anche al mercato extrauniversitario di saggistica di cultura, si è deciso di rilanciare la collana dei Quaderni di Storia *Le Monnier*.

Sul fronte istituzionale, è stata annunciata la riforma delle scuole superiori di secondo grado con l'introduzione dei sei licei, la riorganizzazione degli istituti tecnici e professionali. I programmi di studio sono ancora oggetto di approfondimenti e confronti tra le diverse commissioni ministeriali.

### ***Distribuzione e logistica***

I ricavi del comparto Distribuzione e Logistica sono nei primi nove mesi dell'anno, pari a 27,5 milioni di Euro, con un aumento del 10,4% sull'analogo periodo del 2008.

I ricavi degli editori terzi distribuiti continuano il trend positivo dei primi sei mesi con un incremento di 13,2% rispetto ai primi nove mesi del 2008: particolarmente positiva la performance di Baldini e Castoldi Dalai (+47% vs 2008), grazie alla novità dell'anno di Giorgio Faletti *Io sono Dio*.

L'attività complessiva registra una contrazione a copie del 5,8% con un calo dei costi del 2,3% e con un livello di costo medio a copia in linea con quello dell'analogo periodo del 2008.

### ***Divisione Periodici Italia***

Anche il terzo trimestre dell'anno in corso ha evidenziato, seppure in misura leggermente più contenuta, tutti gli elementi della crisi che ha investito a partire dalla seconda metà del 2008 l'editoria italiana ed internazionale.

Si segnala una buona tenuta, durante i mesi estivi, delle diffusioni dei Periodici Mondadori ed anche la pubblicità ha potuto contenere il suo calo tendenziale grazie a numerose iniziative speciali.

In questo difficile contesto il fatturato della testate Mondadori (esclusi gli altri ricavi) registra un decremento del 18,7% (-6,7% il solo trimestre) nei confronti del corrispondente periodo del 2008.

	<b>Euro/milioni</b>	<b>Euro/milioni</b>
	<b>30 settembre 2009</b>	<b>30 settembre 2008</b>
Fatturato periodici	346,1	425,7
Altri ricavi	22,5	15,3
	<b>368,6</b>	<b>441,0</b>
Costi operativi	(339,5)	(370,3)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>29,1</b>	<b>70,7</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(0,7)	(0,6)
<b>Risultato operativo</b>	<b>28,4</b>	<b>70,1</b>

La contrazione dei ricavi trae origine dai seguenti fenomeni:

- dalla diminuzione dei ricavi diffusionali (-4,7%) più che allineata al contesto competitivo. Il terzo trimestre 2009 ha segnalato un andamento più confortante (-2,5%);
- dal progressivo ridimensionamento dei ricavi da prodotti collaterali (-26,3%), meno marcato rispetto agli altri editori operanti nel mondo dei Periodici; anche in questo caso il periodo estivo ha evidenziato una buona tenuta (-1,8%) rispetto al corrispondente trimestre del 2008;
- dalla flessione, sempre consistente (-26,9% progressivo, -16,1% nel trimestre) dei ricavi pubblicitari, caratterizzata sia da un ridimensionamento dei volumi sia dall'arretramento dei prezzi di vendita delle inserzioni.

Tra i fatti più significativi del trimestre dobbiamo segnalare:

- la forte azione di sostegno ad alcune testate settimanali durante il periodo estivo che ha consentito uno sviluppo di ricavi non lontano da quello registrato l'anno passato;
- l'anticipazione, rispetto alle normali consuetudini, di numerosi lanci di collaterali nel bimestre luglio-agosto con esiti ad oggi soddisfacenti;
- il rilancio del mensile *Flair* che, rivisitato nella sua formula editoriale, sta incontrando nei primi numeri risultati diffusionali assai promettenti;
- la sottoscrizione, nel mese di agosto per quanto concerne i grafici editoriali e, nel mese di ottobre, per quanto riguarda i giornalisti, di due accordi sindacali che, ricorrendo a strumenti previsti dalle norme che accompagnano la gestione degli stati di crisi, unitamente ad un piano di incentivazione individuale consentirà una riduzione significativa degli organici nell'arco del prossimo biennio. Contemporaneamente è stato rinnovato il contratto integrativo aziendale concernente la popolazione giornalistica con il conseguimento di importanti obiettivi in termini di produttività e di razionalizzazione della gestione;
- è continuato, infine, con esiti anche in questo caso significativi, il forte controllo dei costi in tutti gli ambiti operativi.

Di seguito viene fornito un quadro più approfondito degli andamenti gestionali relativi tanto alle diffusioni quanto alle vendite dei prodotti collaterali.

### Diffusione

Il mercato ha registrato una performance meno negativa nel periodo estivo e il suo calo a copie si porta al -7,7% (dal -10% di fine giugno). In questo contesto Mondadori mantiene intatta la sua quota di mercato e la sua leadership.

Relativamente ai periodici di maggior rilievo segnaliamo le *performance* estive di *Chi*, *TV Sorrisi e Canzoni* e in genere delle Guide Televisive (*GuidaTV* e *Telepiù*), *Donna Moderna*, *Grazia*. Sempre in crescita *Tu Style*, rilanciato ad inizio anno.

### Vendite congiunte

L'arretramento di questo peculiare fenomeno editoriale italiano si assesta al -25% (a valore ad agosto) con un ulteriore incremento del numero delle uscite, un ovvio calo dei venduti medi e un faticoso mantenimento dei prezzi di vendita al pubblico. Si tratta comunque ancora di un segmento di attività che si stima a fine 2009 in una dimensione di 500 milioni di Euro.

Mondadori presidia il settore principalmente con operazioni legate a tre testate (*TV Sorrisi e Canzoni*, *Panorama* e *Donna Moderna*) oltre che, di recente, con lanci di veri e propri prodotti collezionabili.

In linea con quanto verificatosi nel passato i migliori risultati sono stati conseguiti con i prodotti editoriali indirizzati alla famiglia e al target dei più giovani (su tutti segnaliamo il successo delle opere: "*L'Enciclopedia della Cucina Italiana*" e "*Il mondo di Patty*"), con le serie home video, con le iniziative dedicate alla Musica e infine con alcune operazioni nell'ambito del collezionabile puro.

### ***International***

Continuano a crescere i ricavi da *licencing* (+15,1%) delle testate Mondadori grazie alla politica di sviluppo di questi anni. Ovviamente la crisi internazionale influisce sui ricavi delle singole edizioni e di conseguenza delle relative *royalties*, ma il maggior numero di licenze più che compensa la situazione congiunturale di questo periodo.

Il 1° ottobre è stata lanciata l'edizione thailandese di *Grazia* e entro fine anno si aggiungerà alle 14 edizioni esistenti anche quella indonesiana.

Al successo del *Grazia* network, vanno aggiunte le buone performance delle licenze di *Casaviva*, *Flair*, *Sale e pepe* e *Interni*.

Il 22 ottobre *Flair* è stato lanciato dall'editore di *Flair* Austria Ahead Media contemporaneamente in Repubblica Ceca, in Slovacchia, Slovenia e Ungheria.

La consociata Attica risente in Grecia e nei Paesi balcanici dei ridimensionamenti dei budget pubblicitari delle aziende, ma con una attenta politica di contenimento dei costi riesce a contrastare il significativo calo dei ricavi (-30% circa rispetto all'anno precedente).

### ***Digital***

I ricavi dei siti Mondadori sono in sensibile crescita rispetto allo scorso anno (+12,2%) grazie al positivo andamento di *Donna Moderna.com* (+34%), molto al di sopra

dell'andamento medio del mercato (+5,2% fonte Nielsen a settembre). In settembre il portale femminile ha raggiunto 1,5 milioni di utenti unici e 20 milioni di pagine viste (fonte Nielsen Netview).

## ***Divisione Periodici Francia***

La Divisione Periodici Francia ha conseguito nei primi nove mesi un fatturato complessivo di 254,8 milioni di Euro, in calo del 10,5% rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente. A perimetro costante, cioè al netto delle testate cedute nel corso del 2008, il calo sarebbe stato del 7,4%

	<b>Euro/milioni</b>	<b>Euro/milioni</b>
	<b>30 settembre 2009</b>	<b>30 settembre 2008</b>
Fatturato periodici	248,6	277,0
Altri ricavi	6,2	7,5
	<b>254,8</b>	<b>284,5</b>
Costi operativi	(241,6)	(251,2)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>13,2</b>	<b>33,3</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(8,6)	(3,9)
<b>Risultato operativo</b>	<b>4,6</b>	<b>29,4</b>

A fine agosto è stato lanciato sul mercato *Grazia* Francia, che ha registrato fin dalle prime settimane un'ottima accoglienza sia da parte del pubblico sia del mercato, vendendo 243.000 copie con il primo numero e con una diffusione media di circa 217.000 unità. Grazie all'adesione di importanti investitori up-market, non solo francesi, i primi sette numeri della testata hanno raccolto una media di 33 pagine pubblicitarie per numero. Sia i risultati diffusionali che quelli pubblicitari sono al di sopra delle attese.

In linea con la volontà di concentrarsi su titoli "portanti" e per un pubblico vasto, Mondadori France ha annunciato la volontà di chiudere 4 titoli "specializzati" (*Mixte*, *Caméra Vidéo*, *Le Photographe* ed *ADDX*).

### Diffusione

Il mercato delle vendite in edicola è stato caratterizzato da un decremento a valore del 5,7% (Fonte: NMPP/TP- dato a fine agosto)

I ricavi diffusionali, che rappresentano il 70,5% dei ricavi totali, sono in diminuzione del 4,8%. A perimetro costante il calo sarebbe stato del 2,4%.

Risultano in crescita gli abbonamenti (32,9% del fatturato) che rappresentano una stabile fonte di ricavi in questa fase congiunturale.

## Pubblicità

Il mercato pubblicitario dei periodici in Francia si mantiene sui livelli negativi con un miglioramento nei mesi estivi (-14,0% a volume nei primi otto mesi; Fonte: TNS\_MI).

I ricavi pubblicitari di Mondadori France si attestano a 59,3 milioni di Euro, in calo del 20,9%; a perimetro costante il calo sarebbe stato del 15,9%.

In un contesto di mercato molto difficile Mondadori France ha continuato a lavorare sulla ricerca dell'efficienza nelle attività industriali (carta, stampa) e sul contenimento delle spese di marketing, di distribuzione e generali.

La messa in opera nel 2009 di diversi progetti, quali il lancio di Grazia, la riorganizzazione dell'attività e la costante revisione delle testate, rappresentano per Mondadori France un processo molto importante che consentirà di uscire dall'attuale crisi economica con migliori prospettive di performance.

## *Servizi pubblicitari*

### *Il mercato*

L'andamento degli investimenti pubblicitari, dopo la brusca frenata dei primi sei mesi (-17%), presenta un terzo trimestre che, malgrado continui ad essere caratterizzato dai pesanti effetti della crisi, evidenzia qualche segnale di attenuazione dei sintomi negativi.

In particolare, sulla base dei dati Nielsen a settembre, il comparto in maggiore difficoltà risulta sempre essere quello della carta stampata che, con un ritardo complessivo pari a circa -23,6% (-25% a giugno), vede sempre i Quotidiani in lento ma progressivo recupero (a giugno -22,1% a settembre -20,2%) rispetto, invece, ai Periodici in continuo affanno (a giugno -29,4% a settembre -28,8%); la Televisione si assesta a -13,2% (a giugno -14,2%), la Radio passa dal -17,5% del semestre a -14%, mentre Internet, nel periodo estivo, rallenta leggermente la crescita segnando +5,2% (+7,9% a giugno).

### *La Società*

	<b>Euro/milioni</b>	<b>Euro/milioni</b>
	<b>30 settembre 2009</b>	<b>30 settembre 2008</b>
Fatturato pubblicità	178,3	239,9
Altri ricavi	3,3	4,8
	<b>181,6</b>	<b>244,7</b>
Costi operativi	(183,8)	(243,7)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(2,2)</b>	<b>1,0</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(0,1)	(0,2)
<b>Risultato operativo</b>	<b>(2,3)</b>	<b>0,8</b>

La Concessionaria, grazie ad una capacità reattiva più efficace del mercato, conclude il terzo trimestre (raccolta complessiva del trimestre a circa -17% verso il 2008) recuperando in parte il ritardo del primo semestre chiuso con -29%.

In particolare i Periodici hanno realizzato risultati che hanno consentito di contenere le perdite rispetto ai competitors grazie alle numerose iniziative lanciate per valorizzare al meglio i target raggiungibili con l'ampio portafoglio a disposizione.

Tra i settimanali, sempre più sensibili alle proposte commerciali rispetto ai mensili, va sottolineata la buona performance conseguita in spazi da *Tu Style* (rilancio di successo) *Panorama* e *Grazia*, realizzata peraltro senza ricorrere ad una eccessiva riduzione del prezzo, in un mercato ancora caratterizzato da pesanti ritardi nei settori più sinergici per Mondadori quali Moda, Arredamento ed anche Cosmesi e Largo Consumo.

Riguardo agli altri mezzi da segnalare la Radio che con R101 ha mostrato segnali di ripresa più convincenti, mentre internet appare in forte recupero durante l'estate con andamenti migliori della media del mercato.

Stanno intanto prendendo corpo una serie di progetti strategici sia per rafforzare sempre più la presenza della Concessionaria sul mercato, sia per valorizzare al meglio gli assets in portafoglio:

- il progetto della "Rete Sviluppo" predisposta con lo scopo di intercettare quegli inserzionisti che, coerenti con il target a disposizione, non sono ancora clienti Mondadori;
- il progetto dedicato alla raccolta su internet, che, con la costituzione della nuova concessionaria "*Mediamond*" in partnership con Publitalia, vuole creare una squadra dedicata a cogliere le crescenti opportunità del mondo digitale, ricercando anche sinergie con i brand legati ai mezzi più tradizionali.

## ***Direct Marketing***

	<b>Euro/milioni 30 settembre 2009</b>	<b>Euro/milioni 30 settembre 2008</b>
Fatturato	13,8	15,9
Altri ricavi	-	-
	<b>13,8</b>	<b>15,9</b>
Costi operativi	(13,6)	(14,6)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>0,2</b>	<b>1,3</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(0,1)	(0,1)
<b>Risultato operativo</b>	<b>0,1</b>	<b>1,2</b>

Il settore del Direct Marketing registra un calo del 17,9% (dati Nielsen a settembre) in linea con l'andamento del primo semestre.

Nei primi nove mesi Cemit ha conseguito un fatturato di 13,8 milioni di Euro, in diminuzione rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Il calo del fatturato è dovuto principalmente al calo degli investimenti da parte dell'industria (in particolare quella automobilistica) in questo settore di comunicazione.

Un'attenta gestione dei costi è riuscita a contenere l'impatto sul risultato.

## ***Retail***

La Divisione Retail ha risentito nei nove mesi di un generalizzato calo dei consumi, ma nell'ultimo trimestre si è manifestato un segnale di sostanziale stabilità rispetto al 2008, che ha consentito di chiudere i fatturati della divisione al -1,7% sullo scorso anno.

Nei primi nove mesi i ricavi dei negozi diretti si sono ridotti di circa l'8,9% rispetto all'anno precedente.

La scomposizione del fatturato evidenzia peraltro un diverso trend delle merceologie. Il prodotto editoriale ha mantenuto il livello del 2008, la cartolibreria è in crescita (+30%), mentre il prodotto informatico ha avuto un calo del 13% e l'audiovideo dell'11%.

Una forte riduzione dei costi complessivi, anche attraverso la rinegoziazione dei canoni d'affitto, hanno permesso di migliorare la redditività nonostante il calo del fatturato.

Mondadori Franchising continua nel suo programma di crescita, che ha portato la rete dei negozi, ad essere, per numero di punti vendita, il più esteso network di prodotto editoriale in Italia. Ad oggi la rete di librerie conta 239 unità (contro le 212 dell'anno precedente) e la formula edicolò 191 (contro le 157 dell'anno precedente).

Grazie all'attività di sviluppo il fatturato risulta in crescita del 12%.

	<b>Euro/milioni</b>	<b>Euro/milioni</b>
	<b>30 settembre 2009</b>	<b>30 settembre 2008</b>
Fatturato	126,4	128,6
Altri ricavi	-	-
	<b>126,4</b>	<b>128,6</b>
Costi operativi	(127,6)	(127,8)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(1,2)</b>	<b>0,8</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(3,6)	(5,5)
<b>Risultato operativo</b>	<b>(4,8)</b>	<b>(4,7)</b>

## ***Divisione Radio***

La raccolta pubblicitaria sul canale Radio (-14% a settembre – Fonte Nielsen) ha mostrato un significativo miglioramento rispetto al dato del primo semestre 2009 (-17,5%).

Nei mesi estivi c'è stato un rallentamento progressivo del calo mentre a partire dal mese di settembre si cominciano ad intravedere timidi segnali di ripresa.

R101 ha conseguito nei primi nove mesi dell'anno ricavi netti per 9,7 milioni di Euro, in calo del 12,6% rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente.

	<b>Euro/milioni 30 settembre 2009</b>	<b>Euro/milioni 30 settembre 2008</b>
Fatturato	9,7	11,1
Altri ricavi	-	-
	<b>9,7</b>	<b>11,1</b>
Costi operativi	(12,3)	(12,1)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(2,6)</b>	<b>(1,0)</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(1,2)	(1,2)
<b>Risultato operativo</b>	<b>(3,8)</b>	<b>(2,2)</b>

Da inizio 2009 Audiradio ha cambiato la modalità di rilevazione degli ascolti, affiancando alla tradizionale indagine telefonica per i dati del giorno medio, una sezione di ricerca, tramite panel diari, che fornisce per le radio iscritte gli ascoltatori nei 7, 14, 21 e 28 giorni.

I dati del 4° bimestre 2009 confermano R101 al 5° posto tra le emittenti private nazionali (ascoltatori nei 28 giorni), riducendo sensibilmente il gap rispetto alle prime radio.

Dal mese di giugno è on-line il nuovo sito [www.R101.it](http://www.R101.it) sviluppato su una nuova piattaforma tecnologica allo scopo di potenziare l'offerta editoriale sul mezzo on-line, raggiungere maggiori accessi di utenti/ascoltatori della radio e favorire una maggiore interattività con gli utenti delle web radio.

## ***Corporate e altri business***

Nel settore Corporate sono comprese, oltre alle strutture che gestiscono l'attivo finanziario del Gruppo, le funzioni della Capogruppo impegnate nell'attività di servizio a favore delle società del Gruppo e delle divisioni di business.

Tali servizi sono riconducibili essenzialmente alle attività ITC, all'amministrazione, controllo di gestione e pianificazione, alla tesoreria e finanza, gestione personale, legale e societario, comunicazione esterna.

I ricavi sono costituiti essenzialmente dagli addebiti effettuati a controllate, collegate e altri soggetti dei servizi sopra menzionati.



## **Situazione finanziaria**

La situazione finanziaria del Gruppo Mondadori, al 30 settembre 2009, presenta un saldo negativo pari a 416,9 milioni di Euro, in miglioramento rispetto al termine dell'esercizio precedente.

<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>Euro/milioni</b>	<b>Euro/milioni</b>	<b>Euro/milioni</b>
	<b>30 settembre 2009</b>	<b>31 dicembre 2008</b>	<b>30 settembre 2008</b>
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	160,0	330,5	249,0
Attività finanziarie al <i>fair value</i>	-	3,3	91,9
Attività finanziarie disponibili per la vendita	37,9	39,7	-
Attività (passività) in strumenti derivati	(9,0)	(10,7)	(37,7)
Altre attività (passività) finanziarie	1,9	0,7	(46,6)
Finanziamenti (breve e medio/lungo termine)	(607,7)	(564,7)	(533,1)
Obbligazioni	-	(289,1)	(256,2)
Obbligazioni convertibili	-	-	(111,8)
<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>(416,9)</b>	<b>(490,3)</b>	<b>(644,5)</b>

Si segnala che nel mese di settembre, Mondadori International ha riacquistato, alla pari, il 100% del *Private Placement* obbligazionario in Dollari USA a tasso fisso emesso nel 2003 per complessivi 350 milioni di Dollari USA. Contestualmente, è stata effettuata la chiusura del *cross currency swap* legato al *Private Placement*.

L'impatto economico delle due operazioni ammonta a +12,2 milioni di Euro, contabilizzati nella voce "Proventi e oneri finanziari".

## **Andamento dei tassi e dei cambi**

Dai primi dati a disposizione, il terzo trimestre del 2009 dovrebbe confermare, a livello globale, la tendenza registrata nei mesi estivi: la ripresa della produzione prosegue e dovrebbe mantenersi anche nei mesi successivi, nonostante lo scenario sia caratterizzato da grande volatilità e differenze nelle diverse zone geografiche.

In Asia, i Paesi emergenti e la Cina crescono a livelli sostenuti, con l'attività stimolata dal buon livello delle esportazioni così come dagli investimenti privati e pubblici, mentre negli Stati Uniti la crescita è spinta soprattutto dalla ripresa dei consumi e dell'edilizia.

Nell'area Euro, la crescita dell'economia nel trimestre permette di guardare con maggior ottimismo al futuro, anche se la sostenibilità del recupero nel medio periodo è messa in discussione soprattutto a causa dell'eterogeneo comportamento dei diversi Paesi.

L'Italia, in particolare, è stata tra gli ultimi ad uscire dalla recessione, in ritardo di un trimestre rispetto a Francia e Germania, grazie soprattutto ad un inaspettato balzo delle produzioni industriali nel mese di agosto, probabilmente legato a componenti stagionali.

Dall'inizio dell'anno la Banca Centrale Europea opera con politiche di agevolazione e di stimolo al fine di stabilizzare ed incentivare il mercato del credito in Europa: il tasso di riferimento si è attestato all'1% fin dai primi di maggio, mentre gli abbondanti apporti di liquidità hanno fatto scendere i tassi di interesse *overnight* interbancari (EONIA) fino a livelli prossimi al minimo rappresentato dal tasso marginale sui depositi (0,25% da aprile).

Di conseguenza, anche i tassi interbancari di riferimento per le operazioni di finanziamento hanno manifestato una marcata tendenza decrescente: l'Euribor 3 mesi che oggi oscilla al di sotto dello 0,75%, ha mediamente fatto registrare, nei primi tre trimestri del 2009 un valore pari a 1,387%. Nello stesso periodo il costo medio del denaro del Gruppo Mondadori è risultato pari a 2,538%.

Per quanto riguarda i cambi, il Dollaro USA si è significativamente indebolito nel terzo trimestre 2009 nei confronti dell'Euro, passando da livelli prossimi a 1,40 a valori intorno ad 1,50 attuali. Anche la Sterlina inglese si è indebolita contro Euro negli ultimi mesi, toccando un minimo recentemente a 0,94.

Le linee di credito complessivamente a disposizione del Gruppo al 30 settembre 2009 ammontano a 1.312,0 milioni di Euro, di cui 848,1 *committed*.

Gli affidamenti a breve termine del Gruppo, pari a 532,0 milioni di Euro, utilizzati al 30 settembre 2009 per soli 68,1 milioni di Euro, sono costituiti da linee finanziarie di scoperto in c/c, da anticipazioni s.b.f. e da linee *stand-by* di durata contrattuale pari a 18 mesi meno un giorno.

Le principali linee a medio-lungo termine di 780,0 milioni di Euro sono costituite:

- per 500,0 milioni di Euro da un finanziamento bancario *multiborrower* a tasso variabile a cinque anni con scadenza 2011, concesso da un *pool* di primarie banche di standing internazionale; il finanziamento è costituito da un *Term Loan* di 300,0 milioni di Euro, interamente utilizzato al 30 settembre e da un *Revolving Facility* di 200,0 milioni di Euro, utilizzato al 30 settembre per 100,0 milioni; si segnala che sul *Term Loan* sono stati posti in essere alcuni contratti di *Interest Rate Swap* per trasformare il tasso d'interesse da variabile a fisso;
- per 150,0 milioni di Euro da un finanziamento a tasso variabile, con scadenza 2013, concesso da Intesa Sanpaolo e suddiviso in parti uguali fra un *Term Loan* e un *Revolving Facility*. Solo il term loan era utilizzato al 30 settembre.
- per 130,0 milioni di Euro da un finanziamento a tasso variabile, con scadenza 2015, concesso da Intesa Sanpaolo e suddiviso in parti uguali fra un *Term Loan* e un *Revolving Facility*. Solo il term loan era utilizzato al 30 settembre.

### ***Mondadori International***

Le attività finanziarie gestite dalla società al 30 settembre 2009 ammontano a 140,4 milioni di Euro (263,4 a fine 2008). La composizione è la seguente:

- conti correnti, attività assimilabili alla cassa e time deposit con primarie banche italiane a scadenza massima entro tre mesi per 102,5 milioni di Euro;

- titoli obbligazionari a tasso variabile disponibili per la vendita per 37,9 milioni di Euro.

### ***Informazioni sul personale***

Il personale dipendente delle società del Gruppo, al 30 settembre 2009, risulta composto da 3.853 unità (3.925 al 31 dicembre 2008).

Il confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente a perimetro omogeneo, ossia al netto delle cessioni di Mondadori Printing e Artes Graficas Toledo, evidenzia una riduzione di 145 unità attribuibile, essenzialmente, alle azioni di recupero di efficienza e blocco del turnover.

Si segnala che il 24 settembre 2009 è avvenuta, presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali a Roma, la firma di un accordo sindacale per procedere alla richiesta di prepensionamento, nelle società Arnoldo Mondadori Editore SpA e Mondadori Pubblicità SpA, per un massimo di 181 dipendenti con contratto grafico editoriale. Analoga trattativa è attualmente in via di formalizzazione per la categoria giornalisti della divisione Periodici di Arnoldo Mondadori Editore SpA.

<b>Personale in forza</b>	<b>30-09-2009</b>	<b>31-12-2008</b>	<b>30-09-2008</b>
Arnoldo Mondadori Editore SpA:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.278	1.288	1.311
- Operai	103	108	106
	<b>1.381</b>	<b>1.396</b>	<b>1.417</b>
Società Controllate Italiane:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.383	1.433	1.817
- Operai	56	35	969
	<b>1.439</b>	<b>1.468</b>	<b>2.786</b>
Società Controllate Estere:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.033	1.061	1.087
- Operai	-	-	104
	<b>1.033</b>	<b>1.061</b>	<b>1.191</b>
<b>Totale</b>	<b>3.853</b>	<b>3.925</b>	<b>5.394</b>

Il costo per il personale dipendente, pari a 217,9 milioni di Euro (271,5 milioni al 30 settembre 2008) diminuisce del 19,7%; a perimetro omogeneo, escludendo Mondadori Printing dai dati del settembre 2008 e i costi di ristrutturazione dai dati del settembre 2009, registra un calo del 7,7%.

### ***Investimenti tecnici***

Gli investimenti realizzati nei primi nove mesi del 2009 ammontano complessivamente a 4,5 milioni di Euro e riguardano prevalentemente mobili, arredi, macchine per l'ufficio e attrezzature relative agli impianti radiofonici.

## ***Altre informazioni***

Il Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2009 è stato predisposto in conformità ai principi contabili IAS/IFRS ed i criteri di valutazione adottati sono in linea con quelli utilizzati al 31 dicembre 2008.

Il documento fornisce le informazioni richieste dall'art. 154 ter comma 5 - quale introdotto dal D.Lgs. 195/2007 - del D.Lgs. 58/1998.

Per ragioni di omogenea confrontabilità dei dati contabili contenuti nel presente documento con quelli forniti nelle precedenti rendicontazioni periodiche e di continuità informativa nei confronti del mercato, il Resoconto intermedio di gestione sul terzo trimestre dell'esercizio 2009 mantiene, inoltre, la medesima impostazione definita per le precedenti relazioni trimestrali, con riferimento in particolare all'Allegato 3D del regolamento Consob 11971/1999.

Pertanto, non è stato applicato il principio contabile internazionale n. 34 in tema di informativa finanziaria infrannuale.

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

Nel corso del terzo trimestre non si sono evidenziati significativi cambiamenti di trend nei mercati di riferimento di Mondadori, né vi sono ragioni per ritenere che possano esservi nel breve evoluzioni diverse, in particolare per gli investimenti pubblicitari, la cui contrazione è ormai confermata da qui a fine dicembre a livelli importanti.

I risultati ottenuti in termini di riduzione dei costi, grazie alle azioni intraprese sui processi e sulle strutture, hanno consentito al Gruppo Mondadori di mantenere sul core business un buon livello di redditività e di sostenere gli investimenti per lo sviluppo.

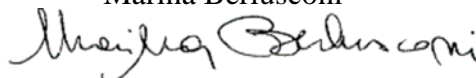
Grande rilevanza ha avuto a fine agosto il lancio di Grazia in Francia, economicamente molto impegnativo ma sicuramente premiante in termini di risultati, con valori di ricavi sia diffusionali che pubblicitari superiori alle aspettative.

L'ultimo trimestre dell'anno vedrà il Gruppo impegnato anche nell'implementazione di un ambizioso piano di ristrutturazione aziendale, reso possibile dalla stipula dei recenti accordi sindacali, che coinvolgerà le strutture editoriali e giornalistiche sia in Italia che in Francia e che consentirà la realizzazione di importanti risparmi già a partire dal prossimo anno.

Gli effetti della contrazione di fatturato, in particolare nel settore a più forte impatto reddituale quale quello pubblicitario, la prosecuzione degli investimenti per lo sviluppo e l'impegno sulla riduzione dei costi, con accantonamenti per il processo di ristrutturazione, determineranno una significativa riduzione del risultato operativo rispetto all'esercizio scorso.

Per il Consiglio di Amministrazione  
Il Presidente

Marina Berlusconi



*Stato patrimoniale e conto economico consolidati*

*Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata*

<b>Attivo</b>	<b>30 settembre 2009</b>	<b>31 dicembre 2008</b>
<b>Attività immateriali</b>	<b>921.911</b>	<b>930.883</b>
<b>Investimenti immobiliari</b>	<b>2.492</b>	<b>2.554</b>
Terreni e fabbricati	17.658	18.263
Impianti e macchinari	9.033	10.312
Altre immobilizzazioni materiali	28.922	32.213
<b>Immobili, impianti e macchinari</b>	<b>55.613</b>	<b>60.788</b>
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	133.970	140.779
Altre partecipazioni	221	221
<b>Totale partecipazioni</b>	<b>134.191</b>	<b>141.000</b>
<b>Attività finanziarie non correnti</b>	<b>483</b>	<b>2.019</b>
<b>Attività per imposte anticipate</b>	<b>39.346</b>	<b>38.947</b>
<b>Altre attività non correnti</b>	<b>3.083</b>	<b>2.858</b>
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>1.157.119</b>	<b>1.179.049</b>
<b>Crediti tributari</b>	<b>22.154</b>	<b>20.059</b>
<b>Altre attività correnti</b>	<b>92.897</b>	<b>90.279</b>
<b>Rimanenze</b>	<b>121.909</b>	<b>123.366</b>
<b>Crediti commerciali</b>	<b>384.299</b>	<b>417.358</b>
<b>Titoli ed altre attività finanziarie correnti</b>	<b>56.478</b>	<b>68.461</b>
<b>Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti</b>	<b>160.048</b>	<b>330.530</b>
<b>Totale attività correnti</b>	<b>837.785</b>	<b>1.050.053</b>
<b>Attività destinate alla dismissione o cessate</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Totale attivo</b>	<b>1.994.904</b>	<b>2.229.102</b>

*Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata*

Passivo	30 settembre 2009	31 dicembre 2008
<b>Capitale sociale</b>	<b>67.452</b>	<b>67.452</b>
<b>Riserva sovrapprezzo azioni</b>	<b>286.857</b>	<b>286.876</b>
<b>Azioni proprie</b>	<b>(138.840)</b>	<b>(138.840)</b>
<b>Altre riserve e risultati portati a nuovo</b>	<b>288.936</b>	<b>194.606</b>
<b>Utile (perdita) dell'esercizio</b>	<b>27.056</b>	<b>97.080</b>
<b>Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo</b>	<b>531.461</b>	<b>507.174</b>
<b>Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti</b>	<b>1.678</b>	<b>1.925</b>
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>533.139</b>	<b>509.099</b>
<b>Fondi</b>	<b>43.180</b>	<b>39.693</b>
<b>Indennità di fine rapporto</b>	<b>59.750</b>	<b>61.363</b>
<b>Passività finanziarie non correnti</b>	<b>448.801</b>	<b>674.005</b>
<b>Passività per imposte differite</b>	<b>89.861</b>	<b>88.900</b>
<b>Altre passività non correnti</b>	<b>100</b>	<b>-</b>
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>641.692</b>	<b>863.961</b>
<b>Debiti per imposte sul reddito</b>	<b>23.276</b>	<b>23.637</b>
<b>Altre passività correnti</b>	<b>248.497</b>	<b>258.838</b>
<b>Debiti commerciali</b>	<b>363.164</b>	<b>356.300</b>
<b>Debiti verso banche ed altre passività finanziarie</b>	<b>185.136</b>	<b>217.267</b>
<b>Totale passività correnti</b>	<b>820.073</b>	<b>856.042</b>
<b>Passività destinate alla dismissione o cessate</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Totale passivo</b>	<b>1.994.904</b>	<b>2.229.102</b>

*Conto economico separato consolidato*

	Periodo al 30 settembre 2009	Periodo al 30 settembre 2008
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>1.114.305</b>	<b>1.368.109</b>
Decremento (incremento) delle rimanenze	1.461	5.844
Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	175.220	327.166
Costi per servizi	614.969	579.000
Costo del personale	217.895	271.457
Oneri (proventi) diversi	31.186	20.894
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	(5.341)	5.078
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>68.233</b>	<b>168.826</b>
Ammortamenti e perdite di valore di immobili, impianti e macchinari	9.084	25.637
Ammortamenti e perdite di valore delle attività immateriali	9.198	5.662
<b>Risultato operativo</b>	<b>49.951</b>	<b>137.527</b>
Proventi (oneri) finanziari	5	(33.027)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	30
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>49.956</b>	<b>104.530</b>
Imposte sul reddito	22.424	45.204
<b>Risultato derivante dall'attività in funzionamento</b>	<b>27.532</b>	<b>59.326</b>
Proventi (oneri) da attività/passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Risultato di pertinenza di terzi azionisti	(476)	(568)
<b>Risultato netto</b>	<b>27.056</b>	<b>58.758</b>
Risultato netto per azione (espresso in unità di Euro)	0,11	0,25
Risultato netto diluito per azione (espresso in unità di Euro)	0,11	0,25

Per il Consiglio di Amministrazione  
 Il Presidente  
 Marina Berlusconi

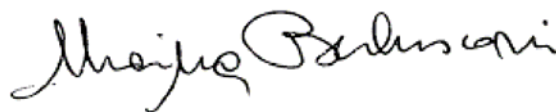




**Conto economico complessivo consolidato**

<b>Conto economico complessivo consolidato</b>	<b>Euro/migliaia 30 settembre 2009</b>	<b>Euro/migliaia 30 settembre 2008</b>
<b>Risultato netto prima delle interessenze di pertinenza di terzi</b>	<b>27.532</b>	<b>59.326</b>
Utili (perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci di imprese estere	(12)	9
Altri utili (perdite) da società valutate con il metodo del patrimonio netto	(163)	140
Parte efficace di utile (perdite) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari ( <i>cash flow hedge</i> )	(4.936)	(1.036)
Utili (perdite) derivanti da attività disponibili per la vendita ( <i>fair value</i> )	3.665	-
Effetto fiscale relativo agli altri utili (perdite)	-	-
<b>Totale altri utili (perdite) al netto dell'effetto fiscale</b>	<b>(1.446)</b>	<b>(887)</b>
<b>Risultato complessivo del periodo</b>	<b>26.086</b>	<b>58.439</b>
Attribuibile a:		
- Azionisti della controllante	25.610	57.871
- Interessenze di pertinenza di terzi	476	568

Per il Consiglio di Amministrazione  
 Il Presidente  
 Marina Berlusconi



*Conto economico separato consolidato*

	<b>Terzo trimestre 2009</b>	<b>Terzo trimestre 2008</b>
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>383.578</b>	<b>438.038</b>
Decremento (incremento) delle rimanenze	5.226	(1.332)
Acquisti di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	58.473	100.118
Acquisti di servizi	204.012	184.721
Costo del personale	74.807	82.880
Oneri (proventi) diversi	11.335	8.031
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	(1.692)	702
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>28.033</b>	<b>64.322</b>
Ammortamenti e perdite di valore di immobili, impianti e macchinari	3.057	8.691
Ammortamenti delle attività immateriali	2.911	1.911
<b>Risultato operativo</b>	<b>22.065</b>	<b>53.720</b>
Proventi (oneri) finanziari	10.326	(13.361)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>32.391</b>	<b>40.359</b>
Imposte sul reddito	12.417	18.178
<b>Risultato derivante dall'attività in funzionamento</b>	<b>19.974</b>	<b>22.181</b>
Proventi (oneri) da attività/passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Risultato di pertinenza di terzi azionisti	(169)	(155)
<b>Risultato netto</b>	<b>19.805</b>	<b>22.026</b>

Per il Consiglio di Amministrazione  
 Il Presidente  
 Marina Berlusconi

