



MONDADORI

Informazione al pubblico ai sensi della delibera CONSOB n. 11971 del 14 maggio 1999 e successive modifiche

Approvata dal Consiglio di Amministrazione la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2010

- **FATTURATO CONSOLIDATO A 726,8 MILIONI DI EURO:
-0,5% RISPETTO AI 730,7 MILIONI DI EURO DEL 30 GIUGNO 2009**
- **MARGINE OPERATIVO LORDO A 54,6 MILIONI DI EURO:
+35,8% RISPETTO AI 40,2 MILIONI DI EURO DEL 30 GIUGNO 2009**
- **UTILE ANTE IMPOSTE CONSOLIDATO A 30,8 MILIONI DI EURO:
+75% RISPETTO AI 17,6 MILIONI DI EURO DEL 30 GIUGNO 2009**
- **UTILE NETTO CONSOLIDATO A 15,1 MILIONI DI EURO,
PIÙ CHE RADDOPPIATO RISPETTO AI 7,3 MILIONI DI EURO AL 30 GIUGNO 2009**

Segrate, 29 luglio 2010 - Il Consiglio di Amministrazione di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., riunitosi oggi sotto la presidenza di Marina Berlusconi, ha esaminato e approvato la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2010, presentata dal vice presidente e amministratore delegato Maurizio Costa.

LO SCENARIO DI MERCATO

Nell'attuale fase economica ai segnali di ripresa degli investimenti e della produzione industriale non corrispondono ancora indicazioni di inversione di tendenza per i consumi; i dati di mercato nei settori di riferimento di Mondadori mostrano comunque il proseguimento della seppur lieve ripresa iniziata nel primo trimestre dell'anno.

SINTESI DELL'ANDAMENTO DELLE ATTIVITÀ DEL GRUPPO

Il bilancio semestrale consolidato di Mondadori presenta valori di fatturato in linea con i primi sei mesi del 2009, mettendo in evidenza performance superiori al mercato in quasi tutti i settori di riferimento e un **deciso miglioramento della redditività**.

Questi risultati sono stati ottenuti grazie a una serie di fattori legati al modo di operare del Gruppo:

- la forte attenzione al prodotto e alle esigenze dei lettori, da sempre tratto distintivo di Mondadori. Le **performance diffusionali dei periodici**, ancora una volta migliori del mercato, dimostrano l'importanza dell'impegno costante di Mondadori su un portafoglio costituito da testate di riferimento nei relativi settori, sia in Italia che in Francia;
- la capacità di mantenere, al livello dei migliori benchmark internazionali, la **redditività dell'area Libri**. Nonostante una flessione dei ricavi riconducibile a una programmazione editoriale più focalizzata sul secondo semestre, la Divisione si conferma un asse portante del portafoglio di business del Gruppo;
- la determinazione nello sviluppare nell'ambito del network internazionale i brand più importanti del Gruppo. Fin dal suo arrivo nelle edicole, quasi un anno fa, il successo di **Grazia in Francia** ha dimostrato come il mercato sia capace di apprezzare i prodotti in grado di distinguersi per forza e contenuti;
- l'impegno nel proseguire nella semplificazione dei processi e delle strutture, per garantire recupero di redditività sull'esistente e liberare risorse per i nuovi progetti. Il piano di riorganizzazione, in linea con gli obiettivi già indicati, e le diverse **azioni di contenimento costo** hanno prodotto significativi risultati.

I cambiamenti tecnologici in atto nel settore media, con l'esplosione di diverse piattaforme per la fruizione dei contenuti digitali, determineranno nuove aspettative, esigenze e modelli di consumo, ai quali l'editoria dovrà dare risposte concrete in termini qualitativi e di modello economico sostenibile.

COMUNICATO STAMPA

Per questa ragione Mondadori ha svolto nel primo semestre dell'esercizio un'intensa attività:

- nei libri, per porre le basi di accordi con diversi operatori per veicolare una vasta selezione delle opere pubblicate dal Gruppo, sia novità che di catalogo;
- nei periodici, per lo sviluppo di versioni digitali dei contenuti, conformi alle caratteristiche e alle potenzialità dei nuovi device, e per dare ulteriore impulso all'attività di raccolta pubblicitaria nel settore digitale.

L'ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 30 GIUGNO 2010

I principali risultati economici del primo semestre dell'anno vengono rappresentati senza riclassifiche, anche se i dati relativi al 2010 scontano gli effetti di maggiori investimenti in sviluppo (soprattutto per *Grazia Francia*) e l'incremento delle spese postali per le nuove tariffe in vigore da inizio aprile.

Il **fatturato consolidato** al 30 giugno 2010 è stato di **726,8 milioni di euro**, sostanzialmente in linea (-0,5%) rispetto ai 730,7 milioni di euro del primo semestre 2009.

Il **marginale operativo lordo** consolidato al 30 giugno 2010 è risultato di **54,6 milioni di euro**, in crescita del 35,8% rispetto ai 40,2 milioni di euro dell'esercizio precedente, pur comprendendo, come sopra riportato, maggiori investimenti in sviluppo e maggiori costi postali.

L'incidenza sul fatturato è risultata del 7,5% rispetto al 5,5% di pari periodo 2009.

Il **risultato operativo consolidato** al 30 giugno 2010 è stato di **42,8 milioni di euro**, in aumento del 53,4% rispetto ai 27,9 milioni di euro dei primi sei mesi del 2009, con ammortamenti e svalutazioni di attività materiali e immateriali per 11,8 milioni di euro (12,3 milioni di euro nel 2009).

L'incidenza sul fatturato è passata dal 3,8% del 2009 al 5,9%.

L'**utile prima delle imposte consolidate** è risultato di **30,8 milioni di euro** (+75% rispetto ai 17,6 milioni di euro del 2009), con maggiori oneri finanziari per 1,7 milioni di euro.

L'**utile netto consolidato** al 30 giugno 2010 è stato di **15,1 milioni di euro**, più che raddoppiato rispetto ai 7,3 milioni di euro dell'esercizio precedente.

Il **cash flow lordo** del primo semestre 2010 è pari a **26,9 milioni di euro**, rispetto ai 19,6 milioni di euro del 2009.

La **posizione finanziaria netta** è passata da -372,9 milioni di euro di fine 2009 a -393 milioni di euro al 30 giugno 2010; rispetto alla stessa data dell'esercizio precedente il miglioramento è risultato di 80,9 milioni di euro.

Informazioni sul personale

Al 30 giugno 2010 il personale dipendente in forza alle società del Gruppo (a tempo indeterminato e determinato) è composto da 3.757 unità. A perimetro omogeneo il dato risulterebbe pari a 3.525 unità, non includendo l'organico di Mondolibri, consolidata lo scorso maggio (232 dipendenti).

Rispetto al 31 dicembre 2009 (3.750 unità) si evidenziano in modo chiaro gli effetti del Piano di Ristrutturazione, soprattutto nell'ambito dei periodici, con una riduzione - a perimetro omogeneo - di 225 dipendenti, di cui 55 di personale giornalistico tra Italia e Francia.

La realizzazione del Piano continuerà per tutto il 2010 e si concluderà nella seconda metà del 2011.

Infine si ricorda che risulta a oggi scaduto e non ancora rinnovato il CCNL dei dipendenti delle aziende Grafiche ed Editoriali.

RISULTATI DELLE AREE DI BUSINESS

• LIBRI

Il fatturato della Divisione si è attestato nel primo semestre 2010 a **168 milioni di euro**, con un calo dell'8% rispetto ai 182,6 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

Ciò è dovuto principalmente a una diversa calendarizzazione delle iniziative editoriali più importanti, tra cui il nuovo romanzo di Ken Follett, *La caduta dei giganti*, atteso per il prossimo settembre.

I dati di mercato Nielsen dei primi sei mesi del 2010 hanno confermato la leadership del Gruppo nel comparto trade con una quota del 26,3%. Le singole case editrici della Divisione si confermano tra le prime dieci in Italia: Mondadori al primo posto della classifica, con una quota di mercato del 13%; Einaudi con il 5,4%, Piemme con il 4,2% e Sperling & Kupfer con il 2,2%.

Nel primo semestre del 2010 **Edizioni Mondadori** ha registrato ricavi per 55,5 milioni di euro (-14,9%). Tra i successi nel periodo si segnalano: *Canale Mussolini* di Antonio Pennacchi, pubblicato a marzo e vincitore del premio *Strega*; *Il palazzo della mezzanotte* di Carlos Ruiz Zafón (oltre 250.000 copie), che si consolida tra gli autori di punta della Narrativa Straniera; *Il fattore Scarpetta* di Patricia Cornwell, che ha superato le 130.000 copie di vendita; *La compagna di scuola* (80.000 copie) di Madeleine Wickham, meglio nota con lo pseudonimo di Sophie Kinsella.

Di particolare rilievo i risultati raggiunti dall'esordiente Alessandro D'Avenia con *Bianca come il latte, rossa come il sangue* che ha superato, con nove edizioni, le 100.000 copie, e di *La Malapianta* di Nicola Gratteri e Antonio Nicaso, che ha quasi raggiunto le 100.000 copie; si segnala inoltre il lancio della collana Strade Blu Dark con i primi 2 volumi de *La Trilogia di Stoccolma* di Jens Lapidus.

Da evidenziare infine, nell'editoria varia, il grandissimo successo del romanzo *Il tempo che vorrei* di Fabio Volo (oltre 120.000 copie nel solo 2010 per un totale di 710.000), e - in edizione Oscar - di *Gomorra* di Roberto Saviano e de *La solitudine dei numeri primi* di Paolo Giordano, già tra i primi nelle classifiche paperback. Nell'editoria per Ragazzi si segnala il buonissimo lancio della nuova collana Oscar Junior, con i primi 35 titoli che hanno già superato le 300.000 copie.

Einaudi ha conseguito ricavi per 23,8 milioni di euro, in decremento del 2,9% rispetto al primo semestre 2009. Le ragioni di questo andamento sono riconducibili a iniziative promozionali realizzate nel 2009, ma non ripetute quest'anno, di cui avevano beneficiato in modo particolare Stile Libero nel canale librario e sul canale rateale le linee Meridiani e Valla.

Tra le novità del primo semestre 2010 spiccano *La parola contro la camorra* di Roberto Saviano (105.000 copie vendute) e *Prima di morire addio* di Fred Vargas (78.000).

Mondadori Electa ha registrato un fatturato complessivo di 16,3 milioni di euro, in calo dell'11,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. I libri hanno subito una decisa contrazione dei ricavi (-21%) che si è tradotta in un sostanziale allineamento rispetto al primo semestre 2009, al netto dell'effetto dei ricavi da vendite congiunte. In generale si è mantenuto un forte contenimento dei livelli di produzione, alla luce della perdurante non facile congiuntura per il libro illustrato e per l'editoria d'arte, con riduzioni ancora importanti del numero di copie messe in commercio.

Il calo dei Beni Culturali (-9%) è invece riconducibile ai minori fatturati dei bookshop museali, che hanno risentito del termine delle concessioni di Brera e Cenacolo e dei Musei Civici di Venezia.

Proprio in questo ambito sono state effettuate nel periodo due importanti acquisizioni: il Museo del Novecento a Milano (apertura novembre 2010) e il museo Maxxi a Roma, aperto al pubblico dallo scorso maggio. L'attività di organizzazione di mostre, grazie anche a un recupero dei flussi turistici nei principali monumenti e musei nei quali è attiva Mondadori Electa, ha registrato un incremento di fatturato rispetto al giugno 2009.

Sperling & Kupfer ha segnato ricavi per 13,9 milioni di euro (-7,3%), per effetto soprattutto delle minori cessioni di diritti per operazioni in vendita congiunta. La produzione di novità è stata di 164 titoli rispetto ai 187 del 2009, nell'ottica di un'attenta selezione delle proposte editoriali. Si segnala la pubblicazione, a fine giugno, del nuovo romanzo di Sveva Casati Modignani, *Mister Gregory*, subito entrato tra i bestseller della Fiction Italiana e l'esordio di due interessanti autrici, Anne Fortier e Kate Morton.

Mondadori Education ha ottenuto nel periodo ricavi netti per 14,3 milioni di euro (+0,7%). Nella scuola primaria sono state confermate praticamente tutte le adozioni dello scorso anno, integrate da contenuti digitali per l'insegnante, ed è stata aumentata l'offerta di prodotti parascolastici dalla quale ci si aspettano buoni risultati di vendita; nella secondaria di primo grado è continuata la sofferenza del catalogo, mentre le novità hanno raggiunto risultati confortanti e di buon auspicio per il futuro; la casa editrice ha confermato infine il forte posizionamento in alcune materie dell'area umanistica della scuola secondaria di secondo grado.

Edizioni Piemme ha chiuso il primo semestre 2010 con ricavi pari a 24,2 milioni di euro, in crescita dell'8,5% rispetto al 2009, grazie al successo di una serie di iniziative commerciali sui vari canali di vendita e su tutte le linee di prodotto.

Nel settore Adulti si segnalano, fra le novità, Siba Shakib con *Il sussurro della montagna proibita* (47.000 copie vendute); nella narrativa si evidenzia un calo rispetto al 2009 dovuto al minor rifornimento dei titoli di Khaled Hosseini, ora in versione paperback; nella linea Religione ottima la performance di *A un passo dal baratro* di Paolo Brosio (60.000 copie dall'inizio del 2010).

Il settore Junior ha evidenziato ricavi in aumento rispetto al 2009 con andamenti differenti: il marchio *Il Battello a Vapore* ha registrato fatturati in linea con lo scorso esercizio, grazie alle numerose collane consolidate; la linea Stilton ha ottenuto ricavi in crescita con novità di successo.

• **PERIODICI ITALIA**

Nel mercato italiano dei Periodici il primo semestre dell'anno è stato ancora condizionato dalla coda della crisi che ha colpito l'editoria nazionale e internazionale nel biennio 2008 - 2009.

Tale situazione ha riguardato sia il versante della raccolta pubblicitaria dei magazine - che hanno faticato più degli altri mezzi a invertire la tendenza negativa innescatasi ormai quasi due anni fa - sia quello delle diffusioni, caratterizzate nel primo semestre da una persistente debolezza, sia infine quello dei prodotti collaterali, interessati da un ulteriore forte calo.

Tutto ciò rende ancora più significativo l'andamento di Mondadori in questa prima parte dell'anno, sia dal punto di vista delle performance economiche (sebbene appesantite dagli oneri impreveduti relativi al venir meno delle agevolazioni postali per la spedizione delle copie in abbonamento), sia dall'andamento dei ricavi.

Il fatturato della Divisione Periodici realizzato in Italia nei primi sei mesi del 2010 si è attestato a **250 milioni di euro** (-1% rispetto ai 252,4 milioni di euro del corrispondente periodo del passato esercizio).

Tali risultati, dopo il forte calo delle attività registrato nel 2009, sono stati determinati per le testate Mondadori da un insieme articolato di fenomeni:

- **ricavi diffusionali** (-4%), **nettamente migliori rispetto alle performance del mercato** di riferimento, con un rafforzamento della quota di mercato della Divisione;
- crescita dei ricavi da **vendite congiunte** (+2,8%), **in forte controtendenza** rispetto a un contesto di mercato che registra una riduzione superiore al 30% (dato a valore a maggio). L'articolazione delle attività, su diverse tipologie di offerta, la forza di alcuni brand e un'attenta selezione delle iniziative sono alla base della maggiore stabilità rispetto alla concorrenza;
- moderato ulteriore assestamento dei **ricavi pubblicitari, decisamente più resistenti** (-1,7%) rispetto agli andamenti dei competitor più qualificati, in un mercato che ha perso il 9,3%;
- il giro d'affari - particolarmente positivo nel secondo trimestre, quasi in linea con il 2009 - ha beneficiato del **buon andamento dei settimanali**, mentre si sono rivelate decisamente più deboli le performance dei mensili, eccetto le testate interessate da una fase di rilancio, tra cui *Grazia Casa*, *Interni*, *Casa Facile*, *Cucina Moderna* e *Panorama Travel*.

Le azioni che hanno consentito a Mondadori di contrastare un contesto di riferimento comunque ancora problematico si sono sviluppate su due linee di intervento: uno finalizzato a raccogliere gli effetti del piano di riorganizzazione, l'altro volto a sostenere lo sviluppo del portafoglio prodotti.

Sul fronte delle **diffusioni**, in un quadro di mercato che ha visto un calo del 9,3% (a volume a maggio), Mondadori **conferma e rafforza la propria leadership**, con una quota di mercato del 35,8%.

Relativamente all'andamento delle maggiori testate, si segnala la buona tenuta di *Panorama* sul canale edicola; il leggero incremento di *Tu Style*, con diffusioni stabili intorno alle 200.000 copie, collocandosi tra i settimanali femminili più venduti; la buona performance di *Chi* e *Donna Moderna* rispetto al mercato di riferimento; la significativa crescita di *Grazia*; le nuove formule editoriali di *Casa Facile* e *Interni*; i soddisfacenti risultati dei mensili *Salute!*, *Oroscopo* e *Giochi*, allegati a *TV Sorrisi e Canzoni*.

Attività internazionali

Grazie al buon andamento delle edizioni inglese, olandese e tedesca di *Grazia*, i ricavi da licensing sono cresciuti nel primo semestre 2010 del 42%, mentre il fatturato pubblicitario in Italia per il network è raddoppiato, sia per la presenza di nuove edizioni sia per la crescita dei ricavi delle testate esistenti, in particolare in Russia, Cina e Gran Bretagna.

La partecipata Attica ha risentito della crisi finanziaria in Grecia e nei Balcani e ha visto una riduzione dei ricavi pubblicitari di circa il 18% (-11% a testate omogenee): è in corso di attuazione un piano di fortissima azione sui costi, i cui risultati saranno visibili fin dal secondo semestre con effetti positivi sui risultati economici.

Digital

Il mercato pubblicitario del mezzo Internet è risultato in forte crescita e in particolare i ricavi da display sono aumentati dell'11,6% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (fonte: Nielsen a valore, a maggio 2010).

Mondadori ha creato con la nuova concessionaria Mediamond una forza vendita dedicata al web, aumentando così l'efficacia della propria proposta. La scelta di puntare sul mercato femminile è stata confermata dai risultati: il nuovo sito di *GraziaMagazine.it* e le buone performance di *DonnaModerna.com* hanno dato un significativo impulso alla raccolta pubblicitaria dei siti Mondadori.

- **PERIODICI FRANCIA**

Le decisioni strategiche prese nel 2009 in Francia - il lancio di *Grazia*, l'allargamento della joint venture con Editions Mondadori Axel Springer, la revisione del portafoglio titoli - hanno avuto un impatto favorevole sui risultati del primo semestre 2010.

Mondadori France ha ottenuto un fatturato di **168,4 milioni di euro**, in leggera flessione (-1,2%) rispetto ai 170,5 milioni di euro dello stesso periodo del 2009: escluse le testate cedute e con il contributo di *Grazia Francia* il fatturato sarebbe in crescita del 6,6%.

I **ricavi diffusionali**, che rappresentano circa il 70% del totale, sono **creciuti del 2%** a perimetro costante. La variazione è imputabile da un lato a una leggera flessione delle vendite edicola in un mercato in decremento a maggio del 3% (fonte interna a volume), dall'altro a un incremento degli abbonamenti, che rappresentano una componente sempre più importante dei ricavi diffusionali, meno esposta ai cicli economici. Questi risultati sono stati ottenuti grazie a una attenta politica di gestione del portafoglio titoli, affiancata da una continua attenzione alla qualità del prodotto.

Particolarmente importante il contributo di *Grazia*, che porterebbe il dato di crescita, escluse le testate non più nel perimetro, al +5,3%.

La **raccolta pubblicitaria** del primo semestre dell'esercizio presenta risultati **in forte miglioramento** rispetto al 2009. Mondadori France ha ottenuto un fatturato pubblicitario in crescita del 21,2%, escludendo le testate non più consolidate, e in totale del 5,8%: determinante il contributo di *Grazia*.

In un mercato che cresce del 3,1% (fonte: Kantar Media, a volume a maggio), grazie anche al contributo di nuovi importanti lanci nei settimanali femminili, Mondadori ha registrato una crescita del 22,7%, **augmentando considerevolmente la propria quota di mercato**, portandosi così a ridosso del diretto concorrente.

I risultati sono ancora più apprezzabili se si considera che la crescita è avvenuta nel segmento upmarket - quello con i margini più interessanti - che rappresenta oggi il 22,4% del fatturato pubblicitario di Mondadori France (6,5% nel 2009).

La politica di riduzione dei costi iniziata negli scorsi anni è proseguita nell'esercizio: oltre alla riorganizzazione, ha assunto importanza il progetto di trasferimento degli uffici - da gennaio 2011 - a Montrouge, nell'area metropolitana di Parigi, con effetti positivi in termini di costo, di organizzazione ed efficienza del lavoro.

L'allargamento della joint venture con Editions Mondadori Axel Springer, con il conferimento di tutti i titoli del settore auto, sta portando già buoni risultati, soprattutto alla nuova formula di *L'Auto-Journal*, che ha registrato nei primi cinque mesi una crescita nelle diffusioni del 21,4%; sviluppi interessanti seguiranno a breve, specie nelle versioni digitali dei titoli automobilistici.

Si confermano ad ottimi livelli i risultati di *Grazia* - anche dopo il lancio di due titoli concorrenti (*Envy* e *Be*) - con una media di 29,5 pagine pubblicitarie e 177.000 copie vendute in edicola dal lancio ad oggi.

- **PUBBLICITÀ**

Gli investimenti pubblicitari nei primi cinque mesi del 2010 (fonte Nielsen a valore) hanno registrato in Italia un andamento positivo (+3,8%), ma hanno confermato, per i vari mezzi riduci da differenti livelli di crisi registrati nel corso del 2009, una diversa capacità reattiva, in termini di velocità e intensità di recupero.

Dopo il secondo trimestre viene ribadito il migliore stato di salute dei mezzi Internet e Radio, la ripresa progressiva del mezzo televisivo, mentre nel comparto stampa sono sempre i Periodici - rispetto ai Quotidiani sostanzialmente stabili - a mostrare ancora un ritardo significativo (-9,3%).

Si rilevano comunque cauti segnali di miglioramento nel largo consumo e nella cosmetica e in misura più contenuta nella moda e nell'arredamento.

Mondadori Pubblicità ha chiuso il primo semestre con una raccolta complessiva di **119,9 milioni di euro**, in linea a mezzi omogenei con il 2009, scorporando cioè Internet e Quotidiani non più raccolti nel 2010.

I forti elementi di discontinuità dei ricavi - quali l'interruzione della raccolta dallo scorso novembre per Società Europea di Edizione S.p.A. e il passaggio da gennaio del mezzo Internet alla nuova concessionaria Mediamond - hanno inciso negativamente nel 2010 per circa 5 punti percentuali.

Nei primi sei mesi del 2010 la raccolta sui periodici Mondadori - caratterizzati da una intensa e ben articolata politica di rilanci e da una innovativa attività di arricchimento tecnologico - ha registrato un forte vantaggio

rispetto ai principali competitor, grazie ad un secondo trimestre in miglioramento, con una leggera flessione in confronto al primo semestre 2009 (-1,6%).

I **settimanali Mondadori** hanno realizzato una crescita del **2,7%**, dopo un secondo trimestre in decisa ripresa (superiore al 4,5%): convincente e in progressivo consolidamento il segmento dei femminili (*Donna Moderna, Chi e Tu Style* in particolare); grande successo pubblicitario del rilancio di *Panorama*; al di sotto dell'andamento 2009 le testate mensili, in un contesto di mercato ancora poco "sensibile" a questa tipologia di prodotto.

Per quanto riguarda il segmento **radio**, va sottolineato che R101 ha concluso i primi sei mesi del 2010 con una crescita dell'8,6%, rispetto al 30 giugno dello scorso anno, grazie a un secondo trimestre in aumento di oltre il 12%; è proseguita con costante successo la raccolta per Radio Kiss Kiss partita a marzo 2009.

• **DIRECT E RETAIL**

Il fatturato complessivo della Divisione Direct e Retail ha raggiunto i **111,3 milioni di euro** rispetto ai 93,6 milioni del primo semestre 2009, con una crescita pari al 18,9%.

Giova ricordare che nei valori dell'anno scorso non era compresa Mondolibri; la crescita a perimetro costante sarebbe pari al 4% circa.

Nel mercato italiano gli investimenti in comunicazione diretta sono aumentati nei primi cinque mesi dell'anno del 5,8% (fonte Nielsen, a valore). In questo contesto **Cemit** è cresciuta in linea con il mercato, sviluppando nuove opportunità, in tutti i settori che da anni la vedono impegnata nel ruolo di integratore dei processi per la realizzazione della comunicazione diretta, cercando un ampliamento del proprio mercato anche grazie al processo di internazionalizzazione.

A maggio 2010 si è affiancata a Cemit, nell'attività di vendita per corrispondenza, anche Mondolibri che attraverso sette book club tematici conta circa 800 mila associati. I fatturati di tale attività risultano in calo di circa il 6% rispetto al primo semestre 2009, periodo in cui comunque non erano consolidati.

Mondolibri, inoltre, è uno dei più importanti operatori nazionali per vendite sul canale e-book tramite il sito Bol.it, che presenta una crescita dei ricavi del 43%, decisamente superiore rispetto all'andamento del mercato.

I ricavi della Divisione Retail, che da maggio comprendono anche quelli realizzati nei negozi di Mondolibri S.p.A., registrano un incremento del 6,4% (4,1% a perimetro costante) rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente. Questo aumento di fatturato è però sostanzialmente attribuibile allo sviluppo del network, che oggi conta complessivamente 564 punti vendita.

Mondadori Retail (33 negozi di proprietà tra Librerie e Multicenter) nella parte finale del primo semestre ha posto particolare attenzione alla ridefinizione dell'offerta dei Multicenter, intervenendo sul mix di prodotto, e alla rivisitazione dei lay-out al fine di renderli ancora più fruibili.

Il fatturato (+2,5% rispetto al primo semestre 2009) ha mostrato una fortissima crescita dei prodotti di cartoleria (+19,3%), un ottimo andamento dei prodotti editoriali (+6,4%) e una stabilità dei prodotti digitali (-0,3%). Nonostante le tre nuove aperture di Palermo, Roma e Torino - avvenute nel secondo semestre del 2009 - l'organico dei punti vendita è cresciuto solo di 12 unità, in sintonia con la politica di razionalizzazione già in atto dallo scorso esercizio.

Mondadori Franchising ha ottenuto nel semestre ricavi pari a 33,1 milioni di euro, in crescita del 6,8%, grazie all'espansione del numero di affiliati della rete di librerie e di Edicolò (rispettivamente 250 e 206).

Mondolibri, presente sul territorio con 23 librerie di proprietà e 52 in franchising, ha ottenuto nei mesi di maggio e giugno (periodo oggetto di consolidamento) un fatturato di 1,9 milioni di euro.

• **RADIO**

Il mercato radiofonico ha registrato nei primi 5 mesi dell'anno un incremento del 14,6% rispetto al 2009, evidenziando un trend di continua crescita e distinguendosi in questo senso come uno dei media dalle migliori performance (fonte: Nielsen a valore).

La **raccolta pubblicitaria di R101** nel primo semestre 2010 ha raggiunto **7,6 milioni di euro** (+8,6%), con una minor presenza di iniziative speciali rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Per quanto concerne gli ascolti, la nuova indagine Audiradio ha premiato R101, che ha raggiunto nel primo trimestre 2010 ben 2,5 milioni di ascoltatori nel giorno medio e circa 7 milioni nei 21 giorni, traguardo importante che conferma la radio del Gruppo Mondadori tra le realtà principali a livello nazionale.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Nei primi sei mesi dell'anno il Gruppo Mondadori ha conseguito un volume di attività in linea con l'esercizio precedente, ottenendo allo stesso tempo un significativo incremento di redditività, pur proseguendo negli investimenti per lo sviluppo sia dei prodotti nel network internazionale sia dei contenuti digitali, nei settori libri e periodici.

Oltre che sulle buone performance di fatturato dei business, la società ha potuto contare sul contributo sempre maggiore delle attività di contenimento dei costi operativi e di struttura: in senso negativo hanno impattato solamente i costi postali, incrementati in misura eccezionale da inizio aprile a causa dell'annullamento dei contributi statali alle Poste sugli abbonamenti.

Si può ragionevolmente ritenere che, al netto di elementi non ricorrenti ed in presenza di una stabilità nei trend nei mercati di riferimento, Mondadori sarà in grado per l'intero esercizio 2010 di migliorare i già buoni livelli di redditività operativa, ottenuti nel primo semestre.

§

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Carlo Maria Vismara, dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili della Società.

In allegato:

- Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata (allegato 1)
- Conto economico separato consolidato (allegato 2)
- Rendiconto finanziario consolidato (allegato 3)
- Situazione patrimoniale-finanziaria di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. (allegato 4)
- Conto economico separato di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. (allegato 5)
- Rendiconto finanziario di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. (allegato 6)

Ufficio stampa Mondadori
Tel. +39 02 75423159 - Fax +39 02 75423637
email: rapportistampa@mondadori.it - www.mondadori.it

Allegato 1

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

Attivo (Euro/milioni)	30 giugno 2010	31 dicembre 2009
Attività immateriali	908,5	904,3
Investimenti immobiliari	2,4	2,5
Terreni e fabbricati	11,0	11,4
Impianti e macchinari	6,4	7,2
Altre immobilizzazioni materiali	29,5	29,7
Immobili, impianti e macchinari	46,9	48,3
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	135,9	143,3
Altre partecipazioni	0,2	0,2
Totale partecipazioni	136,1	143,5
Attività finanziarie non correnti	0,5	0,5
Attività per imposte anticipate	45,3	46,2
Altre attività non correnti	4,8	2,9
Totale attività non correnti	1.144,5	1.148,2
Crediti tributari	16,3	23,6
Altre attività correnti	95,4	87,0
Rimanenze	129,3	124,0
Crediti commerciali	359,4	378,3
Altre attività finanziarie correnti	51,9	41,4
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	25,5	119,6
Totale attività correnti	677,8	773,9
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	1.822,3	1.922,1
Passivo (Euro/milioni)	30 giugno 2010	31 dicembre 2009
Capitale sociale	67,5	67,5
Riserva sovrapprezzo azioni	286,8	286,8
Azioni proprie	(145,0)	(138,8)
Altre riserve e risultati portati a nuovo	322,7	294,7
Utile (perdita) dell'esercizio	15,1	34,3
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	547,1	544,5
Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti	1,6	1,8
Totale patrimonio netto	548,7	546,3
Fondi	48,8	58,4
Indennità di fine rapporto	55,6	59,0
Passività finanziarie non correnti	447,6	382,2
Passività per imposte differite	90,5	89,1
Altre passività non correnti	-	0,1
Totale passività non correnti	642,5	588,8
Debiti per imposte sul reddito	28,9	20,4
Altre passività correnti	235,0	256,7
Debiti commerciali	343,9	357,7
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	23,3	152,2
Totale passività correnti	631,1	787,0
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	1.822,3	1.922,1

Allegato 2**Conto economico separato consolidato**

(Euro/milioni)	1° semestre 2010	1° semestre 2009	Delta %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	726,8	730,7	(0,5%)
Costi per il personale	134,3	143,1	(6,1%)
Costo del venduto e di gestione (*)	541,0	543,8	(0,5%)
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	3,1	(3,6)	n.s.
Margine operativo lordo	54,6	40,2	35,8%
<i>Incidenza MOL su ricavi</i>	<i>7,5%</i>	<i>5,5%</i>	
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	6,2	6,0	3,3%
Ammortamenti delle attività immateriali	5,6	6,3	(11,1%)
Risultato operativo	42,8	27,9	53,4%
<i>Incidenza risultato operativo su ricavi</i>	<i>5,9%</i>	<i>3,8%</i>	
Proventi (oneri) finanziari netti	(12,0)	(10,3)	16,5%
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-	-
Risultato del periodo prima delle imposte	30,8	17,6	75,0%
Imposte sul reddito	15,3	10,0	53,0%
Risultato di pertinenza di terzi	0,4	0,3	33,3%
Risultato netto	15,1	7,3	106,8%

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

Allegato 3

Rendiconto finanziario consolidato

(Euro/milioni)	30 giugno 2010	30 giugno 2009
Risultato netto del periodo	15,1	7,3
<i>Rettifiche</i>		
Ammortamenti e svalutazioni	11,8	12,3
Stock option	0,3	0,4
Accantonamenti (utlizzi) a fondi e indennità di fine rapporto	(0,4)	(7,6)
Minusvalenze (plusvalenze) da cessione di attività immateriali, immobili, impianti e macchinari, partecipazioni	(0,1)	(0,4)
Minusvalenze (plusvalenze) da valutazione attività finanziarie	(0,7)	(1,3)
(Proventi) oneri società contabilizzate con metodo del patrimonio netto	(3,1)	3,6
Disponibilità generata dall'attività operativa	22,9	14,3
(Incremento) decremento crediti commerciali	26,6	9,8
(Incremento) decremento rimanenze	2,2	(4,0)
Incremento (decremento) debiti commerciali	(28,5)	(8,9)
Variazione netta crediti tributari/debiti per imposte sul reddito	18,7	(1,0)
Pagamento per anticipi e liquidazioni di indennità di fine rapporto	(7,5)	(2,4)
Variazione netta imposte anticipate/imposte differite	3,9	5,1
Variazione netta altre attività/passività	(44,2)	0,7
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	(5,9)	13,6
Corrispettivo incassato (pagato) al netto della cassa ceduta / acquisita	2,0	-
(Investimenti) disinvestimenti in attività immateriali	(5,2)	(0,9)
(Investimenti) disinvestimenti in immobili, impianti e macchinari	(3,0)	5,0
(Investimenti) disinvestimenti in partecipazioni	4,1	0,6
(Investimenti) disinvestimenti in attività finanziarie	(16,5)	14,7
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di investimento	(18,6)	19,4
Variazione netta in passività finanziarie	(63,5)	(210,6)
(Acquisto) cessione di azioni proprie	(6,1)	-
Dividendi pagati	-	-
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di finanziamento	(69,6)	(210,6)
Aumento (diminuzione) di cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	(94,1)	(177,6)
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti all'inizio del periodo	119,6	330,5
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti al termine del periodo	25,5	152,9
Composizione cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti		
Denaro assegni e valori in cassa	1,3	1,4
Depositi bancari e postali	24,2	151,5
	25,5	152,9

Allegato 4

Situazione patrimoniale-finanziaria di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.

Attivo (Euro/milioni)	30 giugno 2010	31 dicembre 2009
Attività immateriali	91,5	91,5
Investimenti immobiliari	2,4	2,5
Terreni e fabbricati	8,6	8,9
Impianti e macchinari	5,1	5,5
Altre immobilizzazioni materiali	3,3	3,4
Immobili, impianti e macchinari	17,0	17,8
Partecipazioni	644,2	604,7
Attività finanziarie non correnti	50,0	-
Attività per imposte anticipate	19,8	21,6
Altre attività non correnti	1,4	0,4
Totale attività non correnti	826,3	738,5
Crediti tributari	8,0	6,4
Altre attività correnti	47,4	119,6
Rimanenze	24,9	31,3
Crediti commerciali	187,9	204,4
Altre attività finanziarie correnti	136,6	104,5
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	16,6	35,4
Totale attività correnti	421,4	501,6
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	1.247,7	1.240,1
Passivo (Euro/milioni)	30 giugno 2010	31 dicembre 2009
Capitale sociale	67,5	67,5
Riserva sovrapprezzo azioni	286,9	286,9
Azioni proprie	(110,1)	(104,0)
Altre riserve e risultati portati a nuovo	221,0	167,6
Utile (perdita) dell'esercizio	44,3	53,2
Totale patrimonio netto	509,6	471,2
Fondi	32,4	36,4
Indennità di fine rapporto	26,9	32,5
Passività finanziarie non correnti	291,9	140,0
Passività per imposte differite	19,6	19,0
Altre passività non correnti	-	-
Totale passività non correnti	370,8	227,9
Debiti per imposte sul reddito	25,5	17,6
Altre passività correnti	62,1	74,9
Debiti commerciali	154,0	159,9
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	125,7	288,6
Totale passività correnti	367,3	541,0
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	1.247,7	1.240,1

Allegato 5**Conto economico separato di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.**

(Euro/milioni)	1° semestre 2010	1° semestre 2009
Ricavi di vendita	378,0	394,2
Costi per il personale	62,3	65,5
Costo del venduto e di gestione (*)	285,9	297,8
Margine operativo lordo	29,8	30,9
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	1,7	2,0
Ammortamenti delle attività immateriali	0,1	0,1
Risultato operativo	28,0	28,8
Proventi (oneri) finanziari netti	(3,0)	(8,3)
Proventi (oneri) da partecipazioni	31,4	34,3
Risultato del periodo prima delle imposte	56,4	54,8
Imposte sul reddito	12,1	8,3
Risultato Netto	44,3	46,5

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

Allegato 6

Rendiconto finanziario di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.

(Euro/milioni)	30 giugno 2010	30 giugno 2009
Risultato netto del periodo	44,3	46,5
<i>Rettifiche</i>		
Ammortamenti e svalutazioni	10,2	11,3
Stock option	0,2	0,3
Accantonamenti a fondi e indennità di fine rapporto	(3,6)	(5,6)
Minusvalenze (plusvalenze) da cessione di attività immateriali, immobili, impianti e macchinari, partecipazioni	-	-
Minusvalenze (plusvalenze) da cessione di attività finanziarie	-	-
Minusvalenze (plusvalenze) da valutazione attività finanziarie	-	-
(Proventi-dividendi) oneri da partecipazioni	(39,7)	(43,4)
Disponibilità generata dall'attività operativa	11,4	9,1
(Incremento) decremento crediti commerciali	16,8	20,6
(Incremento) decremento rimanenze	6,3	8,2
Incremento (decremento) debiti commerciali	(125,9)	(0,1)
Variazione netta crediti tributari/debiti per imposte sul reddito	6,2	1,6
Incremento (decremento) fondi e indennità di fine rapporto	20,7	(2,6)
Variazione netta imposte anticipate/imposte differite	2,3	2,4
Variazione netta altre attività/passività	(6,3)	11,3
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	(68,5)	50,5
(Investimenti) disinvestimenti in attività immateriali	(0,1)	(0,1)
(Investimenti) disinvestimenti in immobili, impianti e macchinari	(0,7)	(0,7)
(Investimenti) disinvestimenti in partecipazioni	(9,8)	(2,6)
Proventi-dividendi da partecipazioni	39,6	43,4
(Investimenti) disinvestimenti in titoli ed altre attività finanziarie non correnti	(82,1)	(20,4)
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di investimento	(53,1)	19,6
Incremento (decremento) debiti verso banche	(42,9)	(56,8)
(Acquisto) cessione di azioni proprie	(6,1)	-
Variazione netta altre attività/passività finanziarie non correnti	151,8	(75,1)
Dividendi pagati	-	-
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di finanziamento	102,8	(131,9)
Aumento (diminuzione) di cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	(18,8)	(61,8)
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti all'inizio del periodo	35,4	113,0
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti al termine del periodo	16,6	51,2
Composizione cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti		
Denaro assegni e valori in cassa	0,1	0,1
Depositi bancari e postali	16,5	51,1
	16,6	51,2