



Risultati 9M09

Incontro con gli analisti

12 novembre 2009



MONDADORI



- Mercati di riferimento: sempre negativi i valori di investimento pubblicitario sia in Italia che in Francia con scarsa visibilità sui trend futuri; calo delle diffusioni su livelli inferiori ai mesi precedenti; prosegue la discesa del mercato dei collaterali; mercato dei libri stabile a volume e in crescita a valore
- Mondadori nel corso del trimestre ha posto le basi per le prossima importante attività di ristrutturazione organizzativa attraverso la stipula di accordi relativi al personale sia editoriale che giornalistico
- I risultati del business a perimetro costante ed escludendo gli elementi non ricorrenti ed i costi di sviluppo e ristrutturazione sono stati nel trimestre di 46 €m (-26,9%)

Conto Economico



€m

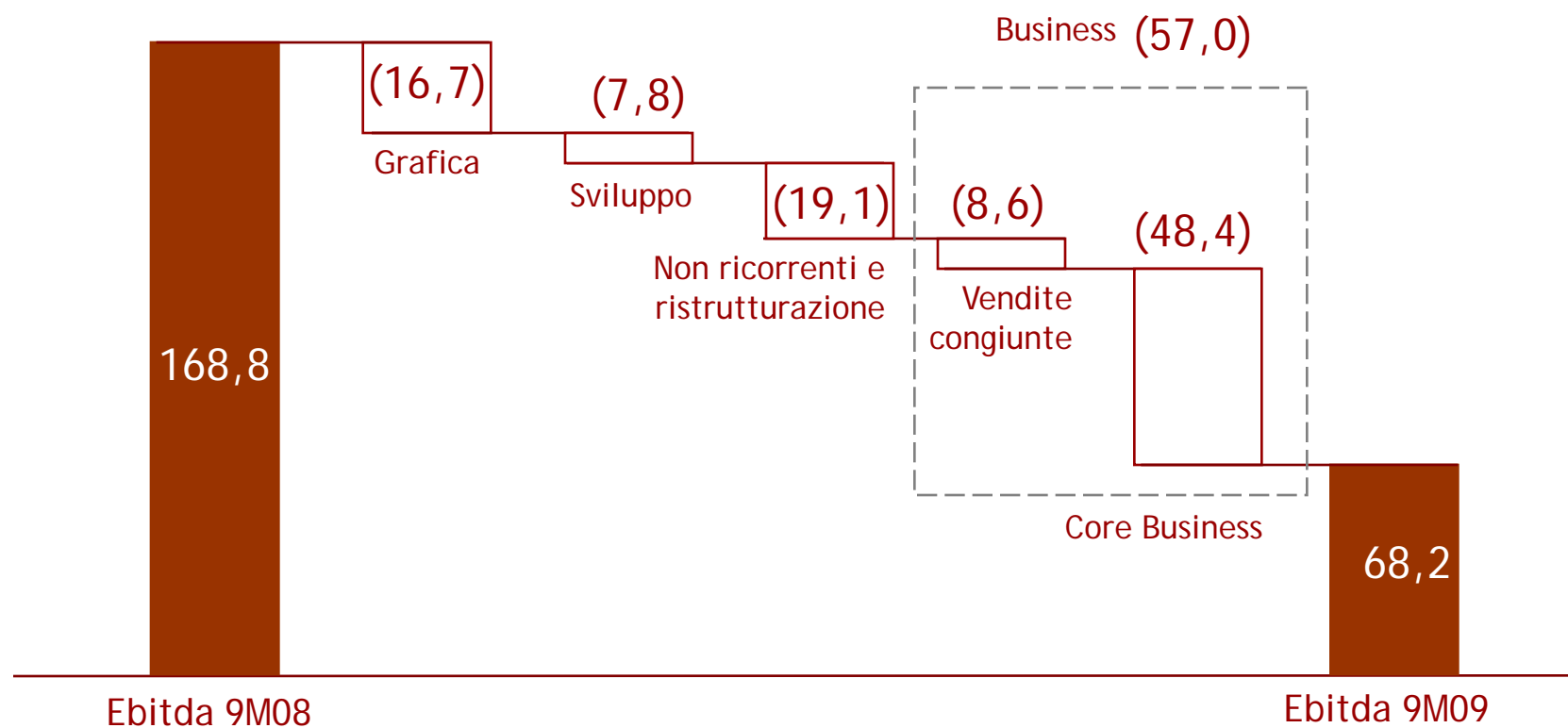
	9M08	9M09	Delta %	Esclusa grafica
Fatturato	1.368,1	1.114,3	-18,6%	-11,4%
Ebitda	168,8	68,2	-59,6%	
<i>Ebitda margin</i>	<i>12,3%</i>	<i>6,1%</i>		
Ebit	137,5	50,0	-63,6%	
<i>Ebit margin</i>	<i>10,1%</i>	<i>4,5%</i>		
Risultato ante imposte	104,5	50,0	-52,2%	
Utile netto	58,8	27,1	-53,9%	

Variazione EBITDA



€m

Nel trimestre (16,9) -26,9% su 3Q08



Stato patrimoniale



	FY08	9M09
Debito netto	(490,3)	(416,9)
Patrimonio netto	509,1	533,1
Capitale investito netto	999,4	950,0
Incidenza Capitale Circolante netto sui ricavi	10,1%	9,1%

Dinamica Posizione Finanziaria netta

	(490,3)
Cash flow lordo imposte	68,3
Imposte versate	(21,2)
Capex + straordinari	8,4
TFR	(3,3)
Accantonamenti	8,0
Circolante e altro	13,2
	(416,9)



Nel corso dell'esercizio è stata svolta un'intensa attività di ristrutturazione finanziaria secondo le seguenti direttrici:

- Annullamento del *private placement*: per garantire flessibilità alla struttura del debito
- Sottoscrizione di nuove linee di finanziamento a medio lungo termine (130 €m con scadenza 2015)
- Rivisitazione linea di credito da 500 €m (scadenza luglio 2011) - *in corso*

Il saldo oneri /proventi nei 9M09 è pari a zero a fronte di una posizione debitoria media di 511 €m anche grazie a proventi straordinari derivanti dall'operazione di ristrutturazione del debito

Linee di credito



	Linea	€m	Scadenza
	a breve	530	
Linea a 3 anni	Pool	500	Luglio 2011
Linea oltre 3 anni	Bilaterale	150	Maggio 2013
Linea oltre 5 anni	Bilaterale	130	Dicembre 2015
	Totale linee	1.310	

Ricavi per Business



	9M08	9M09	Delta %
Libri	316,5	306,0	-3,3%
Periodici Italia	441,0	368,6	-16,4%
Periodici Francia	284,5	254,8	-10,4%
Pubblicità	244,7	181,6	-25,8%
Grafica	281,2		
Direct	15,9	13,8	-13,2%
Retail	128,6	126,4	-1,7%
Radio	11,1	9,7	-12,6%
Altro	12,5	13,3	+6,4%
Ricavi lordi	1.736,3	1.274,2	-26,6%
<i>Intercompany</i>	<i>-368,2</i>	<i>-159,9</i>	<i>-56,6%</i>
Ricavi netti	1.368,1	1.114,3	-18,6%
Escluso printing	1.258,1	1.114,3	-11,4%

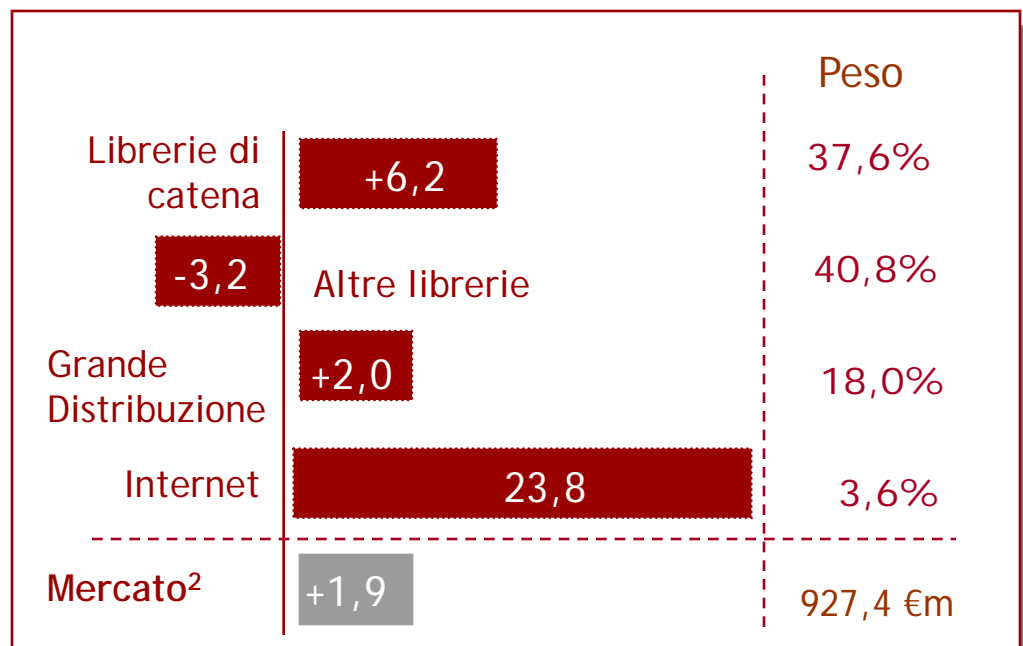
Libri



Il Mercato Trade



Andamento per canale (var %)¹



Mercato

- Mercato in crescita a valore (+1,9%) e sostanzialmente stabile a volume
- Continua la crescita delle librerie di catena a discapito di quelle indipendenti
- Il canale internet rappresenta ancora una piccola parte del mercato, anche se in forte crescita

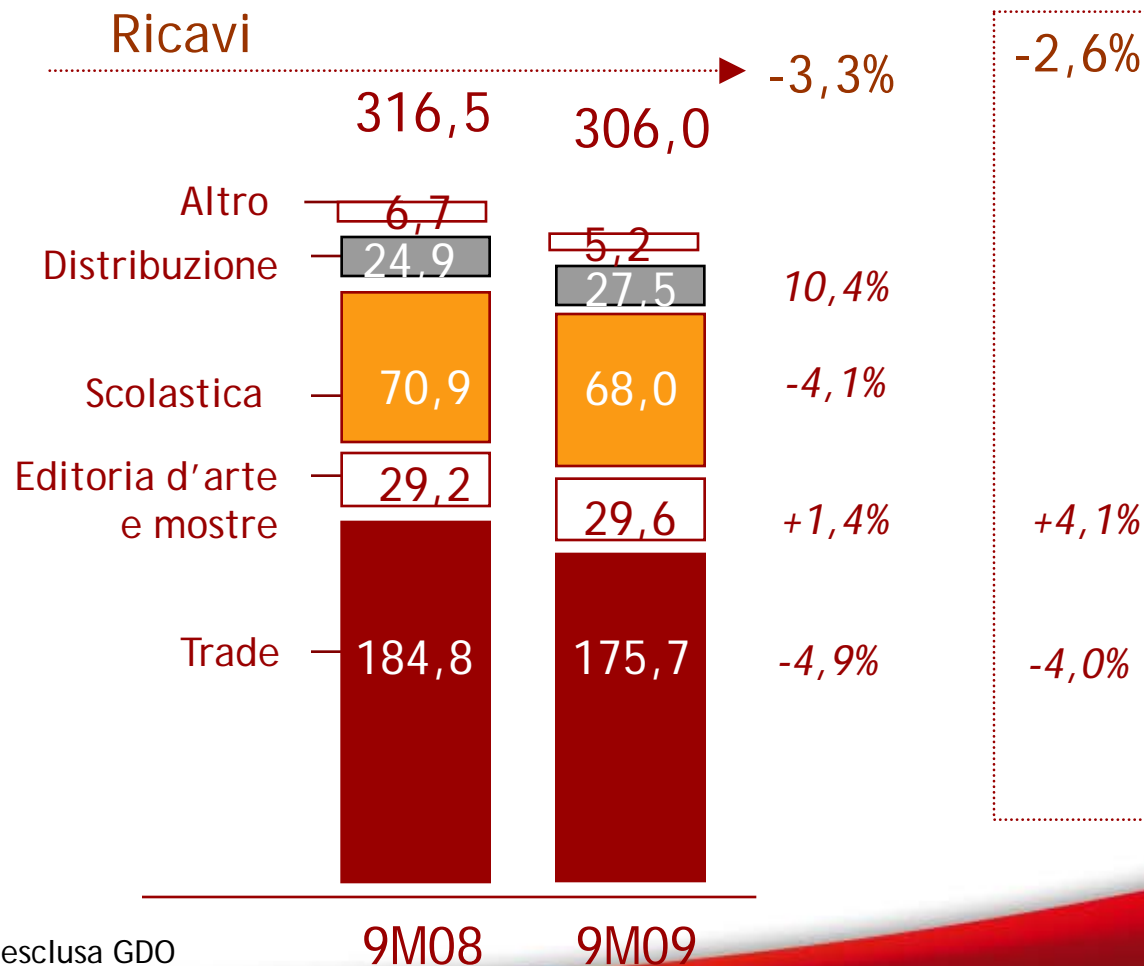
¹Fonte: Nielsen Bookscan - dati a valore - cumulato periodo P10 (3 ottobre)

²esclusa GDO

Libri



Al netto delle vendite congiunte



¹esclusa GDO

- Mondadori mantiene la propria leadership con una quota di mercato del 28,0%¹
- Trade: confronto con 9M08 in cui erano presenti forti *best sellers*; differenziale destinato a ridursi sul fine anno con un forte programma editoriale
- Education: flessione (accentuata nella secondaria di primo grado) imputabile al controllo dei tetti di spesa e a nuovi modelli di consumo
- Editoria d'arte: attività nei beni culturali e dalle vendite sponsor più che compensano il calo del canale libreria e dei diritti per vendite congiunte

Periodici



Mercato Periodici Italia



	Diffusione
Cumulato 1Q09	-10,1%
Cumulato 1H09	-8,4%
Cum. agosto 09	-7,7%

Fonte: Interna - dati a volume - Agosto 2009

	Vendite congiunte
Cumulato 1Q09	-23,6%
Cumulato 1H09	-24,7%
Cum. agosto 09	-24,6%

Fonte: Interna - dati a valore - Agosto 2009

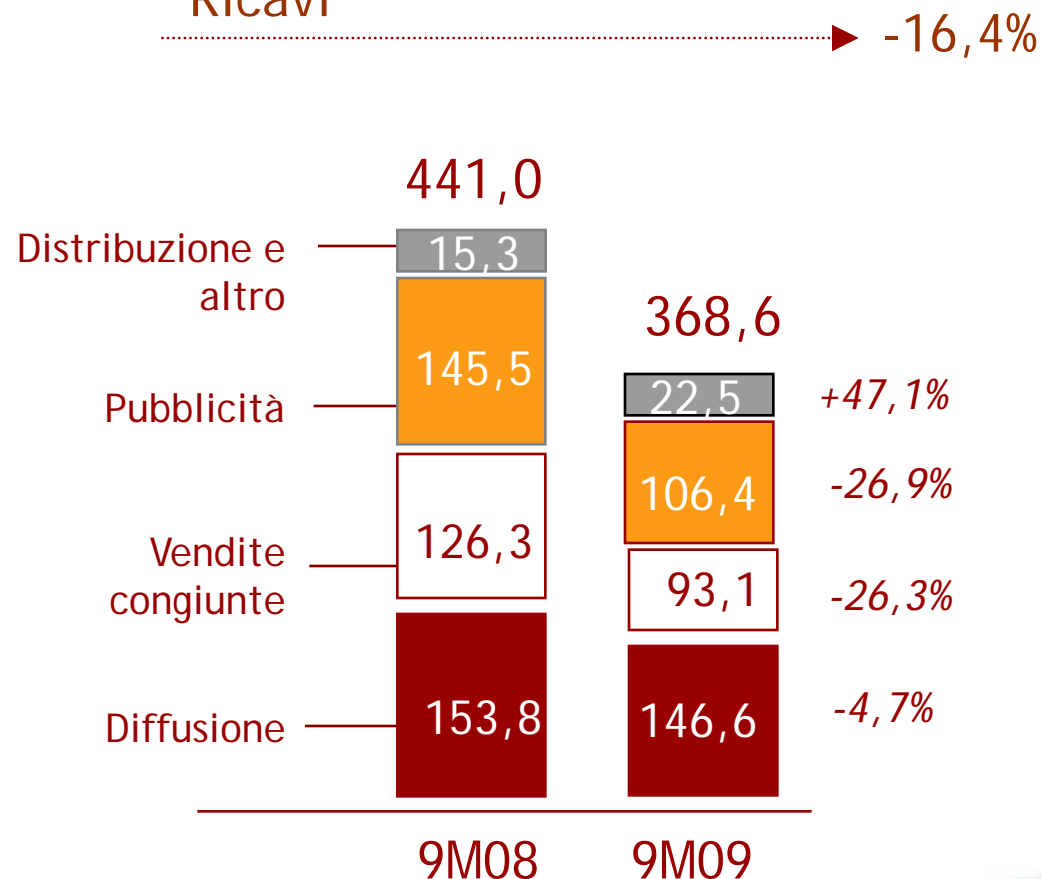
	Pubblicità
Cumulato 1Q09	-29,2%
Cumulato 1H09	-29,4%
Cumulato 9M09	-28,8%

Fonte: Nielsen - dati a valore - Settembre 2009



- Miglioramento delle performance diffusionali nei mesi estivi anche grazie ad un'azione di sostegno alle principali testate settimanali
- Flessione sempre consistente dei ricavi pubblicitari anche se in maniera inferiore rispetto al mercato
- Continua il trend al ribasso delle vendite congiunte legato soprattutto ai prodotti editoriali e *home video*; effettuati numerosi lanci nel periodo estivo che dovrebbero portare soddisfacenti risultati nell'ultimo trimestre

Ricavi



Mercato Periodici Francia



Quote di mercato Pubblicità (volume)

Lagardere	14,0
Mondadori	10,3
Prisma	10,2
Publiprint	7,2
Roularta	5,0
Marie Claire	4,9

Fonte: TNS-MI - Agosto 2009

Diffusione a valore -5,7%

Fonte: NMPP - Agosto 2009

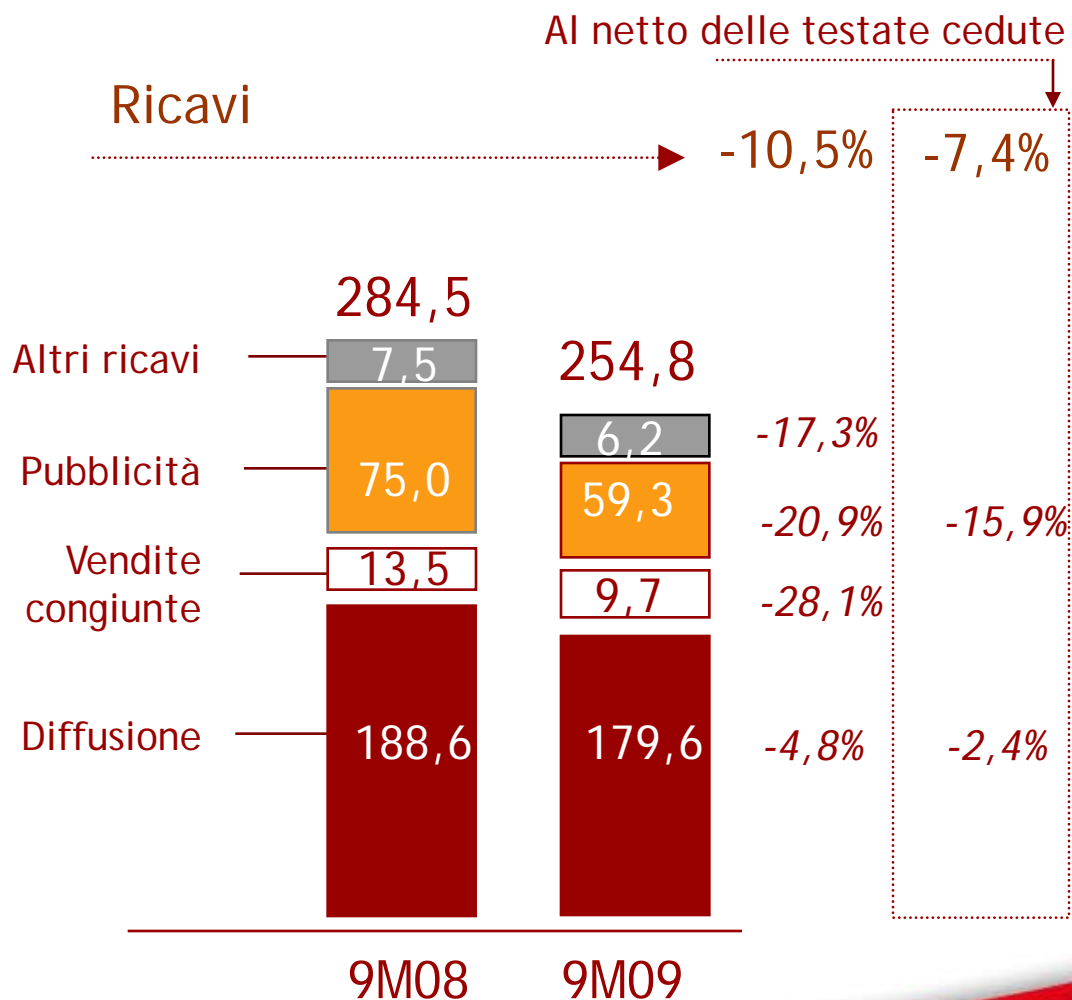
Pubblicità a volume -14,0%

Fonte: TNS-MI - Agosto 2009

Mondadori France



- Diffusione: risultati migliorativi rispetto al mercato grazie al buon andamento degli abbonamenti
- Pubblicità: superiore al mercato al netto delle testate cedute
- Vendite congiunte: lanci "mirati" utilizzati come sostegno alle diffusioni
- Ottimi risultati dal lancio di Grazia sia dal lato diffusionale che da quello pubblicitario: nei primi 11 numeri le copie medie vendute in edicola in Francia sono state oltre 180.000 con una media di 30 pagine pubblicitarie a numero



Publicità



Mercato Pubblicitario in Italia



Pubblicità (a valore)

Televisione	-13,2%
Quotidiani	-20,2%
Periodici	-28,8% -29,5% ¹
Radio	-14,4%
Internet	+5,2%

Fonte: Nielsen- a valore Settembre 2009

¹Fonte: FCP - dati a valore - Settembre 2009

Mercato Periodici a spazio

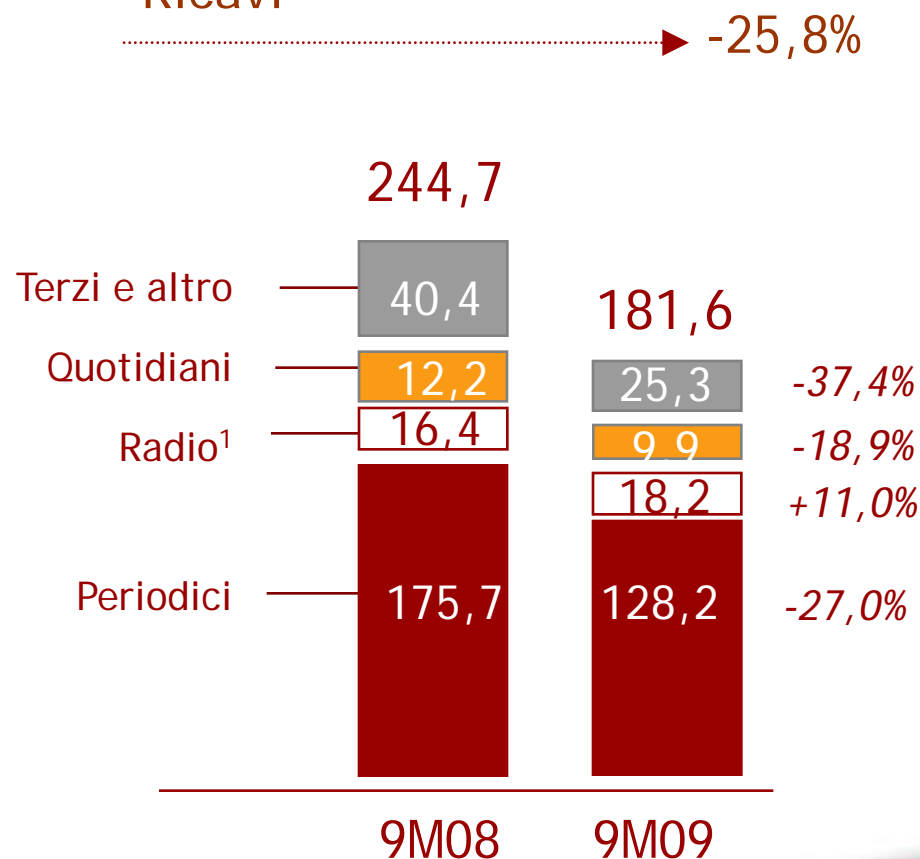
Settore	Peso	Performance (%)
Moda	30,0	-24,9
Cosmesi	14,0	-25,3
Arredamento	13,7	-15,3
Largo cons.	11,2	-5,0
Auto	6,0	-32,5
Turismo	5,8	-13,7
Finanza	2,8	-37,8

Fonte: Nielsen- progressivo a settembre 2009



- *Performance* migliore del mercato sia nei periodici che nella Radio
- Lancio di nuovi progetti strategici per la valorizzazione degli asset in portafoglio:
 - ✓ la creazione di una rete di giovani agenti dedicata alla ricerca di nuovi clienti;
 - ✓ la costituzione, in partnership con Publitalia, di una concessionaria dedicata alla raccolta su internet.

Ricavi



¹inclusa raccolta Radio Kiss Kiss

Direct



Direct Marketing



Mercato	Direct
Cumulato 1Q09	-16,0%
Cumulato 1H09	-17,3%
Cumulato 9M09	-17,9%

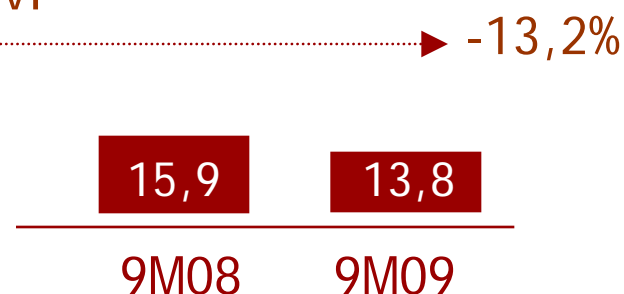
Fonte: Nielsen - dati a valore - Settembre 2009

- Il settore del direct marketing, registra un calo del 17,9% in linea con l'andamento del primo semestre

Cemit

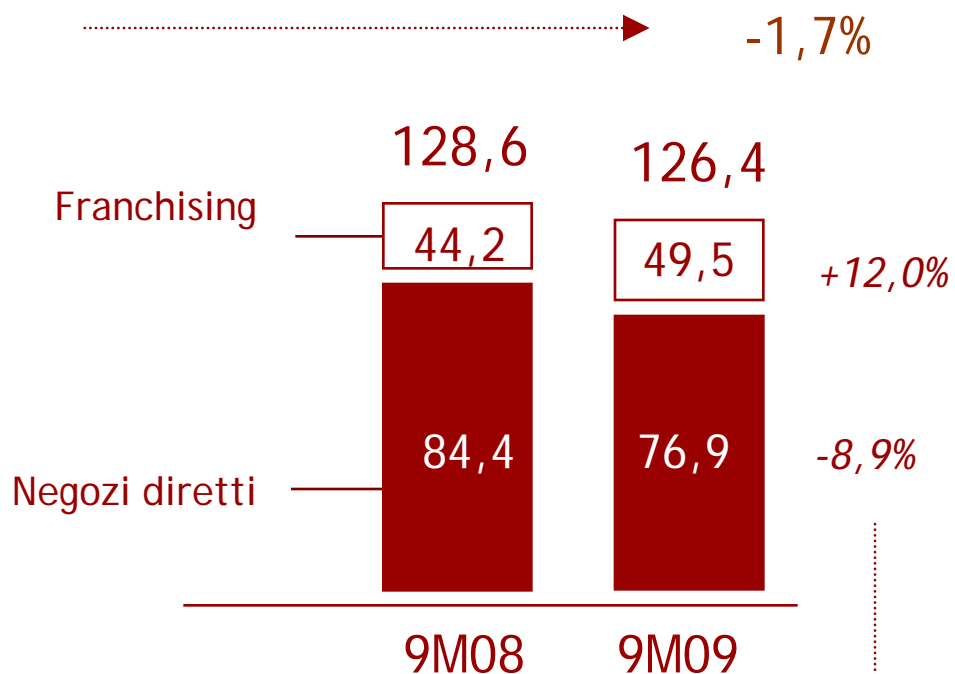
- Calo del fatturato, anche se in maniera minore del mercato, che risente della contrazione degli investimenti in comunicazione dell'industria, in particolare di quella automobilistica

Ricavi





Ricavi



Negozi	9M08	9M09
Negozi diretti	30	30
Librerie	212	239
Edicolè	157	191
Totale	399	460

Editoriale	invariato
Informatica	-13%
Audiovideo	-11%

Radio





Mercato

Radio

Cumulato 1Q09

-20,1%

Cumulato 1H09

-17,5%

Cumulato 9M09

-14,0%

Fonte: FCP Assoradio - dati a valore - Settembre 2009

- La Radio consegue ricavi netti per 9,7 €m (-12,6%) con una *performance* migliore del mercato e un andamento positivo a settembre e ottobre

Ascolti	telefono	panel diari	
	giorno medio	7GG	28 GG
Rtl 102,5	5.391	12.714	16.888
RDS	5.106	12.236	15.962
Deejay	4.937	15.203	16.720
105	4.540	13.163	13.354
Radio Italia	3.766		
Radio Kiss Kiss	2.231		
R101	1.965	6.234	8.942
Virgin	1.872	3.362	4.377
Sole 24 ore	1.856	4.855	6.142
Montecarlo	1.657	5.372	8.041
Capital	1.622	5.150	7.232

Fonte: Audiradio - 4 bimestre 2009

Piano riduzione organici e prevedibile andamento gestione





Italia

- **Prepensionamenti e pensionamenti:** coloro che in Italia hanno maturato/matureranno nel periodo 2009/2011 i requisiti previsti dalla legge 416/81. Interesserà circa **240** persone (60 giornalisti)
- **Gestione:** piano di riduzione degli organici con una pluralità di strumenti, coerente con la definizione di nuovi modelli organizzativi
 - ✓ Nel 2008 **144** uscite (di cui 30 giornalisti)
 - ✓ Nel triennio 2009-11 previste ulteriori uscite per più di **220** persone (di cui circa 30 giornalisti)

Nel triennio 2008-11 l'effetto di riduzione strutturale a perimetro costante sarà di più di **600** persone (21% dell'organico di funzionamento)

Francia

L'effetto di riduzione del personale è derivato sia da attività di gestione che da dimissioni / chiusure di testate e proseguirà attraverso accordi in via di definizione

Evoluzione prevedibile della gestione



- Nel corso del terzo trimestre non si sono evidenziati significativi cambiamenti di trend nei mercati di riferimento, né vi sono ragioni per ritenere che possano esservi nel breve evoluzioni diverse, in particolare per gli investimenti pubblicitari
- 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, tra i quali Grazia Francia
- Gli effetti della contrazione di fatturato, degli investimenti per lo sviluppo e per la riduzione dei costi determineranno una significativa riduzione del risultato operativo rispetto all'esercizio precedente

Disclaimer



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