

ARNOLDO MONDADORI EDITORE S.p.A.

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

Relazione trimestrale al 31 marzo 2007

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

Achille Frattini

Franco Carlo Papa

Sindaci Supplenti

Francesco A. Giampaolo

Francesco Vittadini

Sommario

Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre 2007	9
- Risultati del periodo	10
- Divisione Libri	11
- Divisione Periodici	14
- Servizi pubblicitari	17
- Divisione Grafica	18
- Direct marketing	19
- Retail	20
- Divisione Radio	21
- Corporate e altri business	22
- Situazione finanziaria	22
- Personale in forza	24
- Investimenti tecnici	24
- Altre informazioni	25
- Evoluzione prevedibile della gestione	25
Stato patrimoniale e conto economico consolidati	28

Relazione del Consiglio di Amministrazione

Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre 2007

Signori azionisti,

il mercato nei primi tre mesi del 2007 è stato caratterizzato dalla prosecuzione del trend di riduzione delle diffusioni dei periodici cui si è aggiunta, nei mesi di gennaio e febbraio, una forte contrazione degli investimenti di pubblicità, in ripresa a marzo; anche il fenomeno dei collaterali, come da previsioni, ha subito un significativo decremento dopo anni di continuo sviluppo.

Il Gruppo Mondadori, pur nel contesto sopra descritto, ha incrementato significativamente il volume d'affari, grazie all'ampliamento del perimetro di attività in Francia ed ha migliorato la propria redditività operativa, proseguendo contemporaneamente nell'attività di sviluppo nell'internazionale periodici, nel digitale, nel retail e nella radio.

Il fatturato consolidato nel primo trimestre 2007 è stato di 468,1 milioni di Euro, in aumento del 14,3% rispetto ai 409,6 milioni di Euro del 2006.

La crescita del fatturato consolidato, tenuto conto della diversa metodologia di rilevazione a seguito dell'attribuzione ad una nuova società del Gruppo dell'attività di distribuzione dei periodici Italia, è stata del 19,4% con l'apporto determinante di Mondadori France (96,2 milioni di Euro); a valori omogenei il fatturato presenta un decremento del 5,1%.

Il margine operativo lordo consolidato al 31 marzo 2007 è risultato di 54,5 milioni di Euro, rispetto ai 44,0 milioni di Euro dell'esercizio precedente, con una crescita del 23,9% ed un'incidenza sul fatturato dell'11,6% rispetto al 10,7% del 2006.

Il risultato operativo consolidato al 31 marzo 2007 è stato pari a 43,8 milioni di Euro, in aumento del 20,3% rispetto ai 36,4 milioni di Euro del 2006, con maggiori ammortamenti e svalutazioni di attività materiali ed immateriali per circa 3,1 milioni di Euro; l'incidenza sui ricavi è passata dall'8,9% del 2006 al 9,4%.

L'utile prima delle imposte consolidato è risultato di 37,6 milioni di Euro, inferiore del 2,8% rispetto ai 38,7 milioni di Euro del 2006, per effetto degli oneri finanziari derivanti dall'indebitamento a seguito dell'acquisizione in Francia e della politica di dividendi del 2006.

L'utile netto consolidato al 31 marzo 2007 è risultato di 23,6 milioni di Euro, inferiore del 6,0% rispetto ai 25,1 milioni di Euro dell'esercizio precedente, anche per effetto di imposte differite attive registrate nel 2006.

Il cash flow lordo nel primo trimestre 2007 è stato di 34,3 milioni di Euro rispetto ai 32,7 milioni di Euro del 2006.

La posizione finanziaria netta è passata da - 554,7 milioni di Euro di fine 2006 a - 517,4 milioni di Euro al 31 marzo 2007 (al 31 marzo 2006 era positiva: + 63,6 milioni di Euro).

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.

Risultati del periodo

Conto economico consolidato	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006	Delta %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	468,1	409,6	14,3%
Costi per il personale	92,2	66,4	38,9%
Costo del venduto e di gestione	321,5	299,5	7,3%
Proventi (Oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	0,1	0,3	(66,7%)
Margine operativo lordo	54,5	44,0	23,9%
<i>Incidenza MOL su ricavi</i>	<i>11,6%</i>	<i>10,7%</i>	
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	8,9	7,3	21,9%
Ammortamenti delle attività immateriali	1,8	0,3	n.s.
Risultato operativo	43,8	36,4	20,3%
<i>Incidenza risultato operativo su ricavi</i>	<i>9,4%</i>	<i>8,9%</i>	
Proventi (oneri) finanziari netti	(6,2)	2,3	n.s.
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-	-
Risultato del periodo prima delle imposte	37,6	38,7	(2,8%)
<i>Incidenza risultato prima imposte su ricavi</i>	<i>8,0%</i>	<i>9,4%</i>	
Imposte sul reddito	13,8	13,3	3,8%
Risultato di pertinenza di terzi	0,2	0,3	(33,3%)
Risultato Netto	23,6	25,1	(6,0%)
<i>Incidenza risultato netto su ricavi</i>	<i>5,0%</i>	<i>6,1%</i>	
Cash flow lordo	34,3	32,7	

I **ricavi consolidati** si sono attestati a 468,1 milioni di Euro con un incremento del 14,3%; di seguito ne viene fornito il dettaglio per settore di attività.

Volume d'affari per settore di attività	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006	Delta %
Libri	96,5	96,8	(0,3%)
Periodici	266,4	199,8	33,3%
Pubblicità	74,1	73,9	0,3%
Grafica	113,2	122,9	(7,9%)
Direct	6,0	5,6	7,1%
Retail	38,3	36,2	5,8%
Radio	2,0	1,6	25,0%
Corporate e altri business	4,2	3,7	13,5%
Totale ricavi aggregati	600,7	540,5	11,1%
Ricavi infragruppo	(132,6)	(130,9)	1,3%
Totale ricavi consolidati	468,1	409,6	14,3%

Per un commento sulle diverse contribuzioni al risultato conseguito si rimanda ai capitoli dedicati alle divisioni del Gruppo.

La ripartizione dei ricavi consolidati per area geografica è la seguente:

Volume d'affari per area geografica	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006	Delta %
Mercato nazionale	347,6	387,4	(10,3%)
Francia	99,3	2,8	n.s.
Paesi CEE	17,5	15,1	15,9%
Mercato USA	1,0	1,5	(33,3%)
Altri Paesi	2,7	2,8	(3,6%)
Totale ricavi consolidati	468,1	409,6	14,3%

Divisione Libri

A partire dal 2007, grazie all'iniziativa congiunta di Mondadori, RCS e G.e.m.s., le rilevazioni di mercato sono state affidate a Nielsen Bookscan, con l'utilizzo di un panel e metodologie differenti rispetto alle precedenti rilevazioni di Demoskopea; anche con la nuova modalità di rilevazione, Mondadori si conferma di gran lunga il primo Gruppo editoriale del mercato librario italiano, con una quota di mercato pari al 26,6%.

La tabella seguente illustra l'andamento della divisione libri del Gruppo Mondadori.

	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006
Fatturato libri	93,7	94,2
Altri ricavi	2,8	2,6
	96,5	96,8
Costi operativi	(80,5)	(80,2)
Margine operativo lordo	16,0	16,6
Ammortamenti e svalutazioni	(0,7)	(0,6)
Risultato operativo	15,3	16,0

Nella tabella seguente si declina il fatturato libri per ciascuna Casa Editrice del Gruppo.

Libri	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006	Delta %
Edizioni Mondadori	38,6	45,1	(14,4%)
Einaudi	13,3	12,0	10,8%
Mondadori Electa	11,2	9,3	20,4%
Gruppo Sperling & Kupfer	8,1	8,3	(2,4%)
Piemme	12,7	11,6	9,5%
Edumond Le Monnier	2,7	2,6	3,8%
Distribuzione e logistica	7,1	5,3	34,0%
Totale ricavi consolidati	93,7	94,2	(0,5%)

Edizioni Mondadori

Nel primo trimestre 2007 Edizioni Mondadori ha riportato ricavi pari a 38,6 milioni di Euro, con una flessione dovuta sostanzialmente all'andamento del mercato degli add-ons, che ha penalizzato l'attività di cessione di diritti, e alle code de *Il codice Da Vinci* di Dan Brown presenti nel primo trimestre dello scorso anno.

Tra i titoli in evidenza, ha riscosso un grande successo il nuovo libro di Andrea Camilleri, *Il colore del sole*, che ha raggiunto le 220.000 copie, così come alcuni titoli legati al mondo dello spettacolo, quali *A un passo dal sogno* della coppia Sfondrini-Zanforlin, con oltre 200.000 copie, *Dieci+* di Alessandro Del Piero, con 130.000 copie vendute, e *Centro d'igiene mentale*, del vincitore di Sanremo Simone Cristicchi.

Confermano il grande successo registrato nel 2006 il libro *Gomorra*, di Roberto Saviano, e *Inchiesta su Gesù*, di Augias-Pesce, mantenendo entrambi le proprie posizioni in testa alle classifiche, con ottimi risultati di vendita.

Per quanto riguarda gli Oscar, il rinnovamento della grande campagna paperback di inizio primavera ha migliorato il risultato dello scorso anno, con un incremento superiore al 5%, mentre l'edizione tascabile de *L'Ombra del vento* di Zafon ha raggiunto le 330.000 copie vendute.

La linea editoriale Mondadori Ragazzi, infine, ha visto il successo di due novità molto importanti: *Un ponte per Terabithia*, legato all'uscita del film omonimo, e *Le due guerriere*, il nuovo volume di Licia Troisi, riconosciuta come una delle massime autrici di fantasy in Italia e nel mondo.

Giulio Einaudi Editore

Nel primo trimestre 2007, con ricavi pari a 13,3 milioni di Euro, Einaudi ha evidenziato un incremento pari al 10,8%, dovuto ad un elevato aumento dei diritti ed al buon andamento del canale rateale.

Tra i titoli che hanno registrato le migliori performance nel trimestre segnaliamo: *Nei boschi eterni* di Fred Vargas, *Everyman* di Roth, *Piazza fontana* + Dvd di Lucarelli, *Manituana* di Wu Ming, *Il mio nome è rosso* e *Neve* di Pamuk, *Stagioni* di Rigoni Stern, *1977* di Lucia Annunziata, *Terramatta* di Vincenzo Rabito; tali titoli sono tutte novità del 2007, fatta eccezione per *Il mio nome è rosso* di Pamuk e *Stagioni* di Rigoni Stern.

Mondadori Electa

Nel primo trimestre 2007 Mondadori Electa, con un fatturato pari a 11,2 milioni di Euro, ha registrato un incrementato pari al 20,4%, grazie al positivo andamento delle iniziative dei beni culturali nella gestione di servizi in concessione e organizzazione di mostre.

A questo risultato hanno contribuito sia il positivo andamento delle mostre attuali, aperte nel primo trimestre 2007 o prolungate da fine 2006, sia la differente stagionalità rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente, che aveva risentito dello slittamento della mostra *Roma Barocca*.

All'interno del settore libri le vendite sono state invece influenzate dal forte rallentamento delle iniziative congiunte dei terzi, che comprendevano nel primo trimestre dello scorso anno iniziative importanti, quali ad esempio *La Storia dell'Arte* per Repubblica.

Gruppo Sperling & Kupfer

Il Gruppo Sperling & Kupfer ha chiuso il primo trimestre 2007 con un fatturato pari a 8,1 milioni di Euro, in calo del 2,4% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Tra le dinamiche significative evidenziate nel corso del primo trimestre, segnaliamo la riduzione del fatturato delle novità e il positivo andamento del fatturato delle vendite congiunte, raddoppiato rispetto al medesimo periodo del 2006.

Tra i principali titoli della produzione editoriale dei primi tre mesi del 2007 si segnalano: *Le Notti di Salem* di Stephen King, *Appuntamento al buio* di Danielle Steel, *Due bambine in blu* di Mary Higgins Clark, *La morte negli occhi* di Terri Persons e, per quanto riguarda la controllata Frassinelli, il libro *Invidiosa luna* di Greene Thomas.

Edumond Le Monnier

Edumond Le Monnier ha realizzato nel primo trimestre 2007 ricavi pari a 2,7 milioni di Euro, in linea con i 2,6 milioni di Euro del medesimo periodo dello scorso anno.

Si segnala la scarsa rilevanza dei ricavi in questo primo periodo dell'anno per il profilo di forte stagionalità dell'attività dell'editoria scolastica.

Nel 2007 è proseguita l'attività di razionalizzazione delle novità editoriali, con attenzione al miglioramento della qualità complessiva del prodotto attraverso investimenti mirati.

L'attività di adozione è iniziata in modo soddisfacente, soprattutto per i titoli della scuola secondaria di primo grado e i prodotti dell'area scientifica.

Piemme

I ricavi raggiunti da Piemme nel primo trimestre 2007 sono stati pari a 12,7 milioni di Euro, in crescita del 9,5% rispetto agli 11,6 milioni di Euro dello scorso trimestre; tale incremento è stato possibile grazie all'ottimo andamento del settore Adulti, sia per quanto riguarda il comparto novità, con il successo dell'ultimo libro di Michael Connelly, *La ragazza di polvere*, de *Il Vangelo di Maria Maddalena* di Kathleen Gowen e di *Il bambino con i petali in tasca* di Anosh Irani, sia per l'eccellente performance di titoli già in libreria da alcuni mesi, quali *Il Cacciatore di Aquiloni*, *Il mio cielo* e *La danzatrice bambina*.

La linea Religione ha mantenuto uno stabile andamento, mentre i Pocket hanno beneficiato delle vendite de *Il diavolo veste Prada* e della campagna promozionale di febbraio.

In crescita rispetto al primo trimestre dello scorso anno anche il settore Junior, grazie alle performance positive delle novità della linea Geronimo Stilton, con il lancio del primo titolo della collana di graphic novel, *Alla scoperta dell'America*, e del nuovo character *Oscar Tortuga* (che ha beneficiato dell'iniziativa di lancio a febbraio).

Il Battello a Vapore, infine, ha pubblicato la nuova serie dei *Criptoanimali* con buoni risultati, mentre è proseguito l'ottimo andamento dei *Barbapapà*, che già nello scorso anno avevano registrato un notevole successo.

Distribuzione e logistica

Nel primo trimestre l'attività di distribuzione ha raggiunto un fatturato pari a 7,1 milioni di Euro, con una crescita pari al 34,0%, grazie all'avvio della distribuzione di Piemme, avvenuta a partire dal 1° Agosto 2006, e all'incremento del fatturato degli altri editori distribuiti.

Il nuovo portafoglio di attività gestite e il processo di riorganizzazione e miglioramento dell'efficienza hanno quindi reso possibile il raggiungimento di ottimi risultati nella distribuzione editoriale.

Divisione Periodici

La Divisione Periodici ha realizzato nel primo trimestre 2007 ricavi consolidati pari a 266,4 milioni di Euro, con un incremento del 33,33% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Per un corretto confronto con lo stesso periodo dell'esercizio precedente è necessario considerare:

- il cambiamento di perimetro a seguito dell'acquisizione del Gruppo Emap France che, come già evidenziato incide per Euro 96,2 milioni;
- il conferimento dell'attività di distribuzione periodici a Press-Di Distribuzione Stampa Multimedia Srl (controllata 100% da Arnoldo Mondadori Editore SpA), a seguito del quale dal 1° gennaio 2007 i ricavi per la distribuzione dei prodotti di editori terzi sono contabilizzati sulla base dell'aggio conseguito dalla società e non del corrispettivo della cessione ai distributori locali. A valori omogenei i ricavi del primo trimestre 2006 risultano pari a 182,1 milioni di Euro.

	Euro/milioni 31 marzo 2007 Italia	Euro/milioni 31 marzo 2007 Francia	Euro/milioni 31 marzo 2007 Totale	Euro/milioni 31 marzo 2006 Totale
Fatturato periodici	165,6	93,0	258,6	197,1
Altri ricavi	4,6	3,2	7,8	2,7
	170,2	96,2	266,4	199,8
Costi operativi	(142,6)	(84,5)	(227,1)	(172,1)
Margine operativo lordo	27,6	11,7	39,3	27,7
Ammortamenti e svalutazioni	(0,1)	(1,3)	(1,4)	(0,3)
Risultato operativo	27,5	10,4	37,9	27,4

Periodici Italia

Il fatturato della divisione periodici realizzato in Italia nel primo trimestre 2007 è stato pari a 170,2 milioni di Euro, con una contrazione del 14,8% (-6,5% a perimetro omogeneo) rispetto allo stesso periodo dello scorso esercizio.

La riduzione del fatturato trae origine dai seguenti fenomeni:

- sostanziale tenuta dei ricavi diffusionali, che flettono a volume ma recuperano grazie agli incrementi di prezzo di copertina effettuati nel 2006;
- significativa flessione dei ricavi da vendite congiunte (-15%) in un mercato in forte rallentamento (-20%);
- diminuzione dei ricavi pubblicitari (-6,6%), penalizzati da un bimestre gennaio/febbraio in forte contrazione rispetto all'anno passato a volume (-11%), parzialmente compensato dal recupero sui prezzi di vendita degli spazi (+5%).

Tra i fatti più significativi del trimestre dobbiamo ancora segnalare:

- il rilancio di *Panorama*, effettuato nella prima quindicina di marzo dopo un'intensa fase di preparazione;
- lo sviluppo editoriale e di brand di *Panorama*, con la messa a punto del nuovo mensile *First*, allegato gratuitamente al settimanale, il cui lancio è stato effettuato a fine marzo con notevole successo dal punto di vista della raccolta pubblicitaria;
- lo sviluppo delle attività Internet in particolare per quanto concerne il sito di *Panorama* riprogettato in occasione del rilancio del settimanale. In questo contesto il fatturato pubblicitario dell'*on line* registra nel suo complesso un incremento di circa il 57%;

- l'accelerazione nella messa a punto del progetto del nuovo mensile *Grazia Casa* in edicola da metà aprile.

Diffusione

In un mercato che a valore ha mostrato un calo tra il 7 e l'8%, le aree di business in cui opera la Divisione hanno evidenziato andamenti eterogenei, con una quota di mercato in aumento rispetto allo scorso anno.

I femminili hanno realizzato ricavi da vendite edicole e abbonamenti in lieve contrazione (-2%) rispetto al 2006, con una buona crescita di *Donna Moderna* (+7%), che ha beneficiato dell'incremento di prezzo di copertina effettuato nel giugno dello scorso anno.

Il calo dei ricavi nel segmento dei maschili è stato pari al 10% circa, determinato dalla riduzione di prezzo a 1 Euro che ha accompagnato la fase iniziale del rilancio di *Panorama*, i cui esiti saranno meglio valutabili nei prossimi mesi.

La crescita del giro d'affari nei familiari e televisivi, nell'ordine del 4%, è stata possibile grazie alla performance di *Chi* (+20%), che ha beneficiato dall'aumento del prezzo di copertina nella scorsa estate; i ricavi di *TV Sorrisi e Canzoni* sono risultati in linea con quelli dell'anno passato, mentre più deboli sono apparse le prestazioni delle Guide TV.

L'area di business Up-Market ha, infine, incrementato i ricavi del 7%, grazie alla buona tenuta dell'area Moda, in particolare *Grazia*, alla discreta crescita del settore Design e Architettura e ai positivi risultati dell'area Cucina; in rallentamento l'Arredamento, soprattutto per quanto concerne *Casa Facile*.

Per quanto riguarda l'attività di internazionalizzazione, è proseguito con successo lo sviluppo del brand *Grazia*; gli accordi con Independent Media Sanoma Magazines, uno dei maggiori operatori in Russia, hanno portato al lancio dell'edizione locale del settimanale, con risultati molto positivi nei primi numeri sia a livello diffusionale che, soprattutto, nella raccolta pubblicitaria. Altri accordi sono in via di rapida definizione in altri importanti Paesi.

Vendite congiunte

Le vendite dei prodotti collaterali hanno registrato a livello di mercato un notevole rallentamento nel primo trimestre (-20%); scendono i ricavi derivanti dalla vendita di oggettistica, tengono quelli di DVD e CD musicali.

In questo contesto hanno raggiunto risultati positivi l'iniziativa "*La Storia*", le serie cinematografiche di *Panorama* e quelle musicali e home video di *TV Sorrisi e Canzoni*.

I risultati del trimestre sono stati influenzati da una differente programmazione del lancio di alcune opere rispetto al passato, tra le quali "*L'Enciclopedia della cucina italiana*", i cui benefici si avranno nel periodo aprile-luglio, e dal venir meno, rispetto al 2006, di alcune iniziative "multitestata" previste per i mesi di maggio e luglio 2007.

Periodici Francia

L'attività della divisione periodici Francia nel primo trimestre 2007 ha generato ricavi consolidati pari a 96,2 milioni di Euro: a fronte di positivi risultati in termini di diffusione, ha sofferto la vendita di spazi pubblicitari.

Non si propone alcun confronto con i dati del corrispondente periodo dello scorso esercizio, in quanto l'acquisizione della divisione da parte del Gruppo Mondadori è avvenuta nel corso del terzo trimestre 2006.

Diffusione

Sotto il profilo diffusionale, le testate del Gruppo hanno ottenuto complessivamente buone performance. In particolare, i periodici dell'area Loisirs segnalano risultati diffusionali in crescita; molto positivo l'andamento delle vendite in edicola di *Closer*, che si pone ai vertici del proprio mercato di riferimento.

Nel complesso, le vendite in abbonamento si confermano sui livelli dei mesi precedenti per tutte le aree di business.

Pubblicità

La vendita di spazi pubblicitari è stata impattata negativamente dalla presenza dei seguenti fattori:

- le elezioni presidenziali, che hanno fortemente rallentato i progetti di comunicazione pubblicitaria delle società commerciali operanti nel mercato francese;
- la possibilità per le società operanti nel settore della Grande Distribuzione, a cominciare da gennaio 2007, di pubblicizzare i propri prodotti e servizi anche tramite il canale televisivo, con conseguente contrazione dei budget pubblicitari destinati alla stampa e alle affissioni.

Tra le aree di business, si segnala una buona tenuta delle testate *Télé Star* e *Closer*, mentre le testate dei settori Homme, Loisirs e Femme accusano un rallentamento, seppur in linea con un mercato che permane in difficoltà (-2,8% in volume rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente – fonte SECODIP).

Servizi pubblicitari

	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006
Fatturato pubblicità	73,9	73,7
Altri ricavi	0,2	0,2
	74,1	73,9
Costi operativi	(74,6)	(75,1)
Margine operativo lordo	(0,5)	(1,2)
Ammortamenti e svalutazioni	(0,1)	(0,1)
Risultato operativo	(0,6)	(1,3)

Il mercato

Gli investimenti pubblicitari dei primi mesi evidenziano, rispetto al primo trimestre dello scorso anno, una partenza complessivamente lenta; l'unico mezzo che segna un forte sviluppo è Internet, con valori ormai superiori alle affissioni e al cinema, a testimonianza del crescente interesse degli investitori pubblicitari verso una comunicazione sempre più multimediale.

Nel comparto stampa sono i periodici ad accusare, dopo un 2006 brillante, un avvio al rallentatore, soprattutto a causa di un rilevante calo degli spazi, non compensato dall'incremento delle tariffe; i settori maggiormente negativi nel periodo sono stati cosmesi, arredamento, finanza e telecomunicazione, stazionario il largo consumo, mentre positivi sono risultati moda e turismo.

La Società

Mondadori Pubblicità, a livello di raccolta complessiva, chiude il primo trimestre in linea con lo stesso periodo 2006, con un portafoglio modificato dall'ingresso di *Famiglia Cristiana* e dall'uscita di *Walt Disney*.

Mondadori ha beneficiato, a partire da marzo, del buon avvio di *Panorama*, oggetto di un importante restyling avvenuto all'inizio del mese e arricchito ulteriormente dal lancio di "First". Da sottolineare l'importante contributo della Radio, con una raccolta in crescita del 25% rispetto al 2006, sostenuta da ascolti in continuo miglioramento, e lo sviluppo del canale Internet che, con tassi di crescita superiori al mercato, valorizza sempre più efficacemente l'offerta multimediale della concessionaria.

Divisione Grafica

	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006
Fatturato	113,2	122,9
Altri ricavi	-	-
	113,2	122,9
Costi operativi	(103,9)	(112,9)
Margine operativo lordo	9,3	10,0
Ammortamenti e svalutazioni	(6,0)	(5,2)
Risultato operativo	3,3	4,8

Il primo trimestre della Divisione Grafica ha evidenziato un fatturato complessivo pari a 113,2 milioni di Euro, in flessione del 7,9% rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente.

La flessione del fatturato è riconducibile alle seguenti dinamiche, che hanno riguardato sia la produzione rivolta alle società del Gruppo sia ai clienti terzi:

- riduzione dell'area delle vendite congiunte veicolati con quotidiani e periodici;
- foliazioni e tirature dei periodici in lieve contrazione.

Il livello di attività degli stabilimenti risulta meglio rappresentato dal fatturato al netto dei costi della carta e dei trasporti, come riportato di seguito.

Fatturato stampa netto costi carta	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006	Delta %
Riviste e allegati	31,6	34,8	(9,2%)
Libri	23,1	24,5	(5,7%)
Cataloghi e materiale promozionale	7,6	7,1	7,0%
Directories	0,7	0,6	16,7%
Totale fatturato stampa netto costi carta	63,0	67,0	(6,0%)

La riduzione del fatturato stampa risulta complessivamente del 6,0% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Il livello di utilizzo e saturazione degli impianti è comunque soddisfacente, avendo già previsto una riduzione delle attività affidate a fornitori terzi; l'andamento dei prezzi delle materie prime e dell'energia è in linea con le previsioni, mentre sono proseguite le azioni per la riduzione dei costi di produzione e di struttura.

Direct marketing

	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006
Fatturato	6,0	5,6
Altri ricavi	-	-
	6,0	5,6
Costi operativi	(5,7)	(5,3)
Margine operativo lordo	0,3	0,3
Ammortamenti e svalutazioni	(0,1)	(0,1)
Risultato operativo	0,2	0,2

Il Gruppo Mondadori mantiene in quest'area un discreto tasso di crescita, con i ricavi che aumentano nel trimestre del 7,1%.

Nel primo trimestre del 2007 in **Cemit** si è manifestata la ripresa del fatturato, dopo la contrazione generata, nell'anno precedente, dai problemi legati alla nuova legge sulla privacy che tra l'altro inibisce la possibilità di utilizzo del nuovo data base unico telefonico. In questo senso Cemit, dopo aver rivisto la propria struttura organizzativa per adeguarsi al mutato scenario di mercato, sta affrontando la sfida dello sviluppo ed integrazione dei vari archivi dati (che costituiscono il suo patrimonio aziendale) adeguandosi alle continue evoluzioni tecnologiche.

Retail

	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006
Fatturato	38,3	36,2
Altri ricavi	-	-
	38,3	36,2
Costi operativi	(38,5)	(35,9)
Margine operativo lordo	(0,2)	0,3
Ammortamenti e svalutazioni	(1,6)	(0,5)
Risultato operativo	(1,8)	(0,2)

Mondadori Franchising rispetto al primo trimestre 2006 continua a registrare una importante crescita (+17,8%), grazie soprattutto alle nuove affiliazioni intervenute nei dodici mesi di riferimento: le librerie sono passate da 172 a 187 unità, e ad esse si affiancano i punti vendita Edicolò (oggi 86 rispetto ai 40 del marzo 2006).

Mondadori Retail registra un sostanziale mantenimento del fatturato negozi rispetto all'anno precedente, se lo si considera al netto delle vendite ai grandi clienti, sospese già alla fine del primo semestre 2006.

Anche in questo trimestre Mondadori Retail ha posto le basi per un importante sviluppo dei propri punti vendita, con l'apertura a fine marzo del negozio nel centro commerciale di Roma Lunghezze, mentre in aprile è stato aperto il nuovo multicenter in Piazza Duomo a Milano.

Messaggerie Musicali, acquisita a fine 2006, ha conseguito un fatturato di 8,2 milioni di Euro: nel trimestre è iniziata l'attività di restyling dei punti vendita per avvicinarli al format Mondadori Multicenter del quale prenderanno il marchio; in particolare con l'ampliamento del reparto libri che sviluppa fatturati in forte crescita in grado di fronteggiare il naturale calo del mercato della musica.

Divisione Radio

	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 marzo 2006
Fatturato	2,0	1,6
Altri ricavi	-	-
	2,0	1,6
Costi operativi	(6,1)	(6,1)
Margine operativo lordo	(4,1)	(4,5)
Ammortamenti e svalutazioni	(0,3)	(0,2)
Risultato operativo	(4,4)	(4,7)

Le attività sviluppate da radio R101 nel corso del primo trimestre del 2007 si sono indirizzate, da un lato, in alcuni interventi sul palinsesto (in particolare del week-end), e, dall'altro, in una massiccia campagna di comunicazione su brand e prodotto editoriale.

L'attività di marketing si è concentrata intensamente sul morning show "La carica di 101" articolandosi in campagna televisiva, stampa e affissioni in alcuni dei principali capoluoghi di provincia italiani come pure è stato dato notevole risalto anche al nuovo gioco a premi "Regalo di Compleanno" condotto da Gerry Scotti.

Parallelamente, è proseguita l'attività di acquisizione di frequenze e dei relativi impianti in particolare nelle regioni Veneto ed Emilia Romagna, divenuta la terza regione in termini di ascolti giornalieri; la copertura della popolazione ha ormai raggiunto l'89% con una forte capillarità sul territorio nazionale.

L'azione correlata di tutte le attività di comunicazione e di acquisizione di nuovi impianti hanno infatti consentito un sensibile incremento dei dati di ascolto rilevati da Audiradio nel 1° bimestre del 2007, che hanno premiato radio R101 con circa 1,8 milioni di ascoltatori nel giorno medio (+20% vs. 4° ciclo 2006) e circa 7,5 milioni di ascoltatori nei sette giorni facendo così crescere l'indice di fedeltà (rapporto ascoltatori giorno medio/sette giorni) al 24%. In due anni R101 è passata da un indice di fedeltà del 13% all'attuale 24% (con una media di mercato del 35%).

Nei confronti delle emittenti radiofoniche più dirette concorrenti, R101 ha quasi annullato il gap in termini di dati medi di ascolto e presenta dati di ascolto sui 7 giorni in misura largamente superiore.

Il fatturato netto della società nel primo trimestre 2007 è stato di 2,0 milioni di Euro (1,6 milioni di Euro nel primo trimestre 2006). Si tratta unicamente di ricavi pubblicitari quota editore corrispondenti ad una raccolta pubblicitaria lorda di 3,3 milioni di Euro (+26,9% rispetto all'anno precedente).

Corporate e altri business

Nel settore Corporate sono comprese 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, amministrazione, controllo di gestione e pianificazione, tesoreria e finanza, gestione personale, legale e societario, comunicazione esterna.

I ricavi del primo trimestre 2007 si riferiscono essenzialmente agli addebiti effettuati a controllate, collegate e altri soggetti per i servizi sopra menzionati.

Situazione finanziaria

La situazione finanziaria del Gruppo Mondadori, al 31 marzo 2007, presenta un saldo negativo pari a 517,4 milioni di Euro, come si evince dal seguente prospetto:

Posizione finanziaria netta	Euro/milioni 31 marzo 2007	Euro/milioni 31 dicembre 2006	Euro/milioni 31 marzo 2006
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	108,3	105,5	106,6
Attività finanziarie al <i>fair value</i>	160,6	152,5	432,6
Attività (passività) in strumenti derivati	(33,8)	(35,5)	(13,0)
Altre attività (passività) finanziarie	(7,9)	(11,0)	(17,4)
Finanziamenti (breve e medio/lungo termine)	(377,5)	(401,3)	(57,5)
Obbligazioni	(260,1)	(259,0)	(283,0)
Obbligazioni convertibili	(107,0)	(105,9)	(104,7)
Posizione finanziaria netta	(517,4)	(554,7)	63,6

Prosegue anche nel primo trimestre del 2007 la fase di espansione economica e dei mercati già registrata negli anni precedenti, con la conferma, in particolare, della capacità da parte dell'Europa di sviluppare e sostenere un ciclo favorevole indipendentemente dall'andamento congiunturale internazionale.

I dati a disposizione, infatti, indicano un aumento del prodotto interno lordo più consistente in Europa (+2,0%) che negli Stati Uniti (+1,3%), con previsioni analoghe ovvero migliorative per l'intero 2007: +2,5% in Europa, +2,0% negli Stati Uniti.

Sviluppo della domanda interna, inflazione sostanzialmente stabile e politica monetaria per il momento accondiscendente, favoriscono questa fase dell'economia Europea nonostante il progressivo rafforzamento dell'Euro nei confronti delle altre valute ed in particolare del Dollaro.

Per quanto riguarda i tassi di interesse di mercato, l'Euribor 3 mesi (Act/360) è cresciuto dal 3,725% di fine dicembre 2006 al 3,924% di fine marzo 2007. Nello stesso periodo il costo medio del denaro del Gruppo Mondadori è stato pari al 3,76%.

Le linee di credito complessivamente a disposizione del Gruppo al 31 marzo 2007 ammontano a oltre 1,5 miliardi di Euro.

Gli affidamenti a breve termine del Gruppo, pari ad oltre 500 milioni di Euro, sono utilizzati al 31 marzo 2007 per circa 56 milioni di Euro e sono costituiti da linee finanziarie autoliquidanti (sconto ricevute bancarie) e finanziamenti stand-by di durata inferiore a 18 mesi meno un giorno.

Le linee a medio-lungo termine di circa un miliardo di Euro sono costituite:

- per 296,4 milioni di Euro da un Private Placement in dollari negli USA, in tre tranches con scadenza 2013/2015/2018 e riservato esclusivamente ad investitori istituzionali. Sul finanziamento è in essere un'operazione di Cross Currency Swap per fronteggiare i rischi di tasso di interesse e di cambio;
- per 109,9 milioni di Euro da un prestito obbligazionario convertibile in azioni ordinarie Mondadori con scadenza ottobre 2008 ed anch'esso riservato ad investitori istituzionali;
- per 51,4 milioni di Euro da finanziamenti agevolati all'editoria, prevalentemente ottenuti attraverso la legge 62/01;
- per 500 milioni di Euro da un finanziamento bancario in pool a cinque anni con scadenza luglio 2011 e concesso da un pool di primarie banche internazionali a fronte dell'acquisizione del Gruppo editoriale francese Emap France avvenuta la scorsa estate.

Il finanziamento, multiborrower (Mondadori International e Arnoldo Mondadori Editore), si compone di una tranche Term Loan da 300 milioni di Euro e di una Revolving da 200 milioni di Euro; quest'ultima non risulta utilizzata al 31 marzo 2007. Sul 50% della parte Term Loan del finanziamento bancario è stato effettuato uno swap di tasso di interesse da variabile a fisso.

Mondadori International

L'attivo finanziario di Mondadori International, holding di gestione delle partecipazioni estere del Gruppo, nonché gestore dell'attivo finanziario del Gruppo, al 31 marzo 2007, ammonta a 172,3 milioni di Euro (168,9 a fine 2006).

La composizione è la seguente:

- prodotti monetari, obbligazionari e altri fondi a bassa volatilità: 143,4 milioni di Euro;
- fondi di fondi hedge: 28,9 milioni di Euro (estremamente diversificati per gestore e per strategia).

Il rendimento del portafoglio finanziario nel corso del primo trimestre 2007 è stato del 5,19%.

L'intero portafoglio è liquidabile in tempi molto brevi e comunque non superiori al trimestre per la parte investita in Hedge Funds.

Personale in forza

Il personale dipendente delle società del Gruppo, al 31 marzo 2007, risulta composto da 5.571 unità (5.668 al 31 dicembre 2006); il personale medio impiegato nel periodo è stato pari a 5.584 unità (4.407 nei primi tre mesi del 2006). A perimetro omogeneo l'organico medio del primo trimestre dell'esercizio in corso sarebbe pari 4.335 unità.

Nel prospetto seguente si fornisce il dato puntuale relativo agli organici del Gruppo alla data del 31 marzo 2007:

Personale in forza	31-03-2007	31-12-2006	31-03-2006
Arnoldo Mondadori Editore SpA:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.364	1.477	1.486
- Operai	108	101	105
	1.472	1.578	1.591
Società Controllate Italiane:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.786	1.706	1.551
- Operai	1.054	1.098	1.121
	2.840	2.804	2.672
Società Controllate Estere:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.154	1.181	41
- Operai	105	105	102
	1.259	1.286	143
Totale	5.571	5.668	4.406

Per una corretta interpretazione dei dati sopra indicati si segnala che la flessione degli organici della Arnoldo Mondadori Editore SpA sono in gran parte riconducibili all'operazione di conferimento dell'attività di distribuzione dei periodici alla controllata Press-Di Distribuzione Stampa e Multimedia Srl.

Il costo del personale passa da 66,4 a 92,2 milioni di Euro, con un incremento pari al 38,9% dovuto al diverso perimetro di consolidamento che comprende il Gruppo Mondadori France e Messaggerie Musicali SpA.

A meno di queste acquisizioni l'incremento sarebbe stato pari a circa l'1%.

Risultano scadute alla data del 31 marzo 2007:

- la parte economica e normativa del Contratto Nazionale dei Dirigenti del Commercio;
- la parte economica e normativa del Contratto Nazionale di Lavoro del Commercio;
- la parte economica e normativa del Contratto Nazionale di Lavoro dei Giornalisti.

Investimenti tecnici

Gli investimenti in immobili, impianti e macchinari realizzati nel corso del primo trimestre, pari a 6,3 milioni di Euro, hanno interessato prevalentemente l'area grafica (2,2 milioni di Euro) e l'area retail in riferimento all'apertura di nuove librerie.

Nel trimestre le dimissioni sono state pari ad un valore residuo di 0,1 milioni di Euro.

Altre informazioni

La relazione trimestrale consolidata è stata predisposta in conformità ai principi contabili IAS/IFRS ed i criteri di valutazione adottati sono in linea con quelli utilizzati al 31 dicembre 2006.

La relazione trimestrale al 31 marzo 2007 è stata redatta secondo il disposto dell'art. 82 del Regolamento Consob n. 11971/1999, e successive modifiche, e dell'Allegato 3D del regolamento medesimo.

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

Evoluzione prevedibile della gestione

In un mercato che nei libri conferma i buoni livelli degli anni scorsi, mentre nei periodici manifesta tenui segnali di ripresa della pubblicità ma resta debole sui ricavi diffusionali, in particolare per le vendite collaterali, la Società stima di poter incrementare il fatturato ed il risultato operativo rispetto all'esercizio precedente grazie anche all'ampliamento del perimetro di attività.

Per il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente
Marina Berlusconi



Stato patrimoniale e conto economico consolidati

Stato Patrimoniale Consolidato

Attivo	Periodo al 31 marzo 2007	Esercizio al 31 dicembre 2006
Attività immateriali	935.648	918.075
Investimenti immobiliari	4.689	4.744
Terreni e fabbricati	86.160	86.878
Impianti e macchinari	93.050	98.010
Altre immobilizzazioni materiali	40.158	36.979
Immobili, impianti e macchinari	219.368	221.867
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	119.629	120.230
Altre partecipazioni	2.174	2.174
Totale partecipazioni	121.803	122.404
Attività finanziarie non correnti	2.061	1.533
Attività per imposte anticipate	47.578	46.100
Altre attività non correnti	3.397	3.525
Totale attività non correnti	1.334.544	1.318.248
Crediti tributari	33.195	29.854
Altre attività correnti	72.491	72.204
Rimanenze	142.921	141.126
Crediti commerciali	446.785	479.018
Titoli ed altre attività finanziarie correnti	207.872	206.713
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	108.259	105.507
Totale attività correnti	1.011.523	1.034.422
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	2.346.067	2.352.670

Stato Patrimoniale Consolidato

Passivo	Periodo al 31 marzo 2007	Esercizio al 31 dicembre 2006
Capitale sociale	67.452	67.452
Riserva sovrapprezzo azioni	286.742	285.467
Azioni proprie	(120.503)	(127.998)
Altre riserve e risultati portati a nuovo	258.821	148.532
Utile (perdita) dell'esercizio	23.583	108.960
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	516.095	482.413
Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti	2.532	4.020
Totale patrimonio netto	518.627	486.433
Fondi	29.692	35.187
Indennità di fine rapporto	103.376	104.182
Passività finanziarie non correnti	746.993	744.706
Passività per imposte differite	106.558	102.240
Altre passività non correnti	-	-
Totale passività non correnti	986.619	986.315
Debiti per imposte sul reddito	63.517	49.682
Altre passività correnti	278.913	272.168
Debiti commerciali	409.810	434.316
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	88.581	123.756
Totale passività correnti	840.821	879.922
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	2.346.067	2.352.670

Conto Economico Consolidato

	Periodo al 31 marzo 2007	Periodo al 31 marzo 2006
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	468.122	409.592
Decremento (incremento) delle rimanenze	(1.794)	2.943
Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	111.698	127.275
Costi per servizi	210.451	167.719
Costo del personale	92.224	66.409
Oneri (proventi) diversi	1.164	1.595
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	83	309
Margine operativo lordo	54.462	43.960
Ammortamenti e perdite di valore di immobili, impianti e macchinari	8.926	7.251
Ammortamenti e perdite di valore delle attività immateriali	1.765	327
Risultato operativo	43.771	36.382
Proventi (oneri) finanziari	(6.174)	2.274
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-
Risultato prima delle imposte	37.597	38.656
Imposte sul reddito	13.833	13.284
Risultato derivante dall'attività in funzionamento	23.764	25.372
Proventi (oneri) da attività/passività destinate alla dismissione o cessate		-
Risultato di pertinenza di terzi azionisti	(181)	(307)
Risultato netto	23.583	25.065
Risultato netto per azione (espresso in unità di Euro)	0,098	0,105
Risultato netto diluito per azione (espresso in unità di Euro)	0,111	0,104

Per il Consiglio di Amministrazione
 Il Presidente
 Marina Berlusconi

