



MONDADORI

Risultati 9M 10

Incontro con Analisti



Segrate, 11 novembre 2010

Evoluzione del mercato nei settori di riferimento



ITALIA

Dati ad agosto

	in termini di	FY09	I trim. '10	I sem. '10	9M10
Libri Trade	Valore	1,8	ND	1,8	1,7
Diffusione Periodici	Volume	-6,7	-10,6	-9,3	-9,1
Vendite Congiunte	Valore	-22,1	-32,5	-30,8	-22,0
Pubblicità Periodici	Valore	-28,7	-10,3	-9,3	-8,4
Pubblicità Radio	Valore	-7,7	12,6	14,6	12,8

FRANCIA

Dati a settembre

	in termini di	FY09	I trim. '10	I sem. '10	9M10
Diffusione Periodici	Volume	-3,5	ND	-3,0	-1,8
Pubblicità Periodici	Volume	-13,0	3,0	3,1	8,8



€m

	III trim. '09	III trim. '10	var %
Fatturato	383,5	403,4	5,2%
EBITDA	28,0	48,5	73,2%
EBIT	22,1	42,8	93,7%

Al di sotto dell' EBIT si sono manifestati due importantissimi elementi di discontinuità:

- Il venir meno della plusvalenza finanziaria di € 14,5 milioni realizzata nel 2009 a seguito della chiusura del Private Placement
- Il pagamento nel 2010 di € 8,7 milioni di imposte a titolo di adesione alla normativa sulla chiusura delle liti fiscali pendenti.



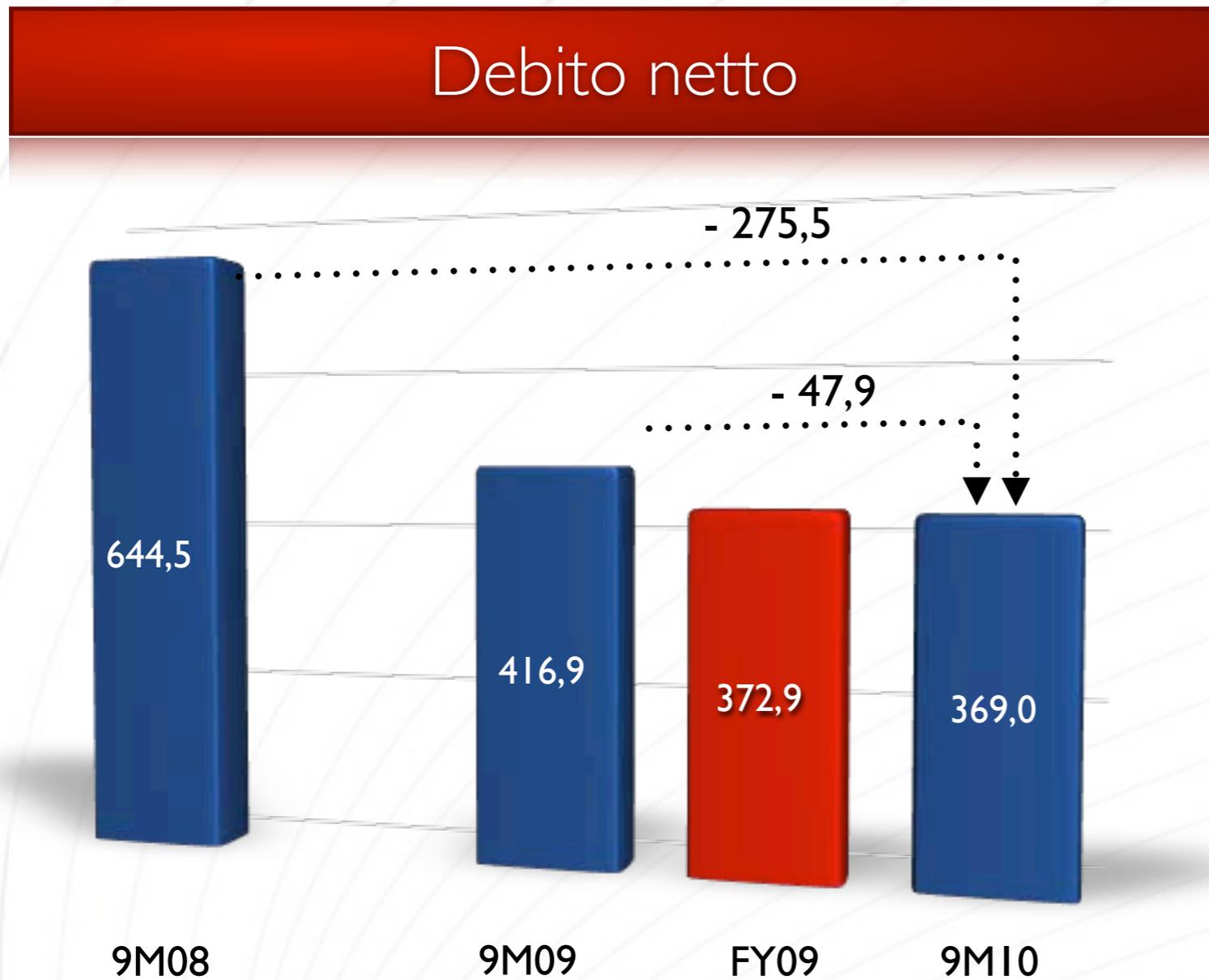
€m

	9M09	9M10	var %
Ricavi	1.114,3	1.130,2	1,4%
EBITDA	68,2	103,1	51,2%
Ammortamenti	-18,2	-17,5	
EBIT	50,0	85,6	71,2%
Oneri finanziari	-14,5	-18,1	
Plusvalenze finanziarie	14,5	0,0	
Utile ante imposte	50,0	67,5	35,0%
Imposte e terzi	-22,9	-28,1	
Imposte esercizi precedenti		-8,7	
Utile netto	27,1	30,7	13,3%
Utile netto adjusted	16,6	39,4	

Il bilancio dei primi 9 mesi 2010 presenta ottimi risultati ed assorbe anche il forte incremento delle spese postali, pari a circa € 6,0 milioni



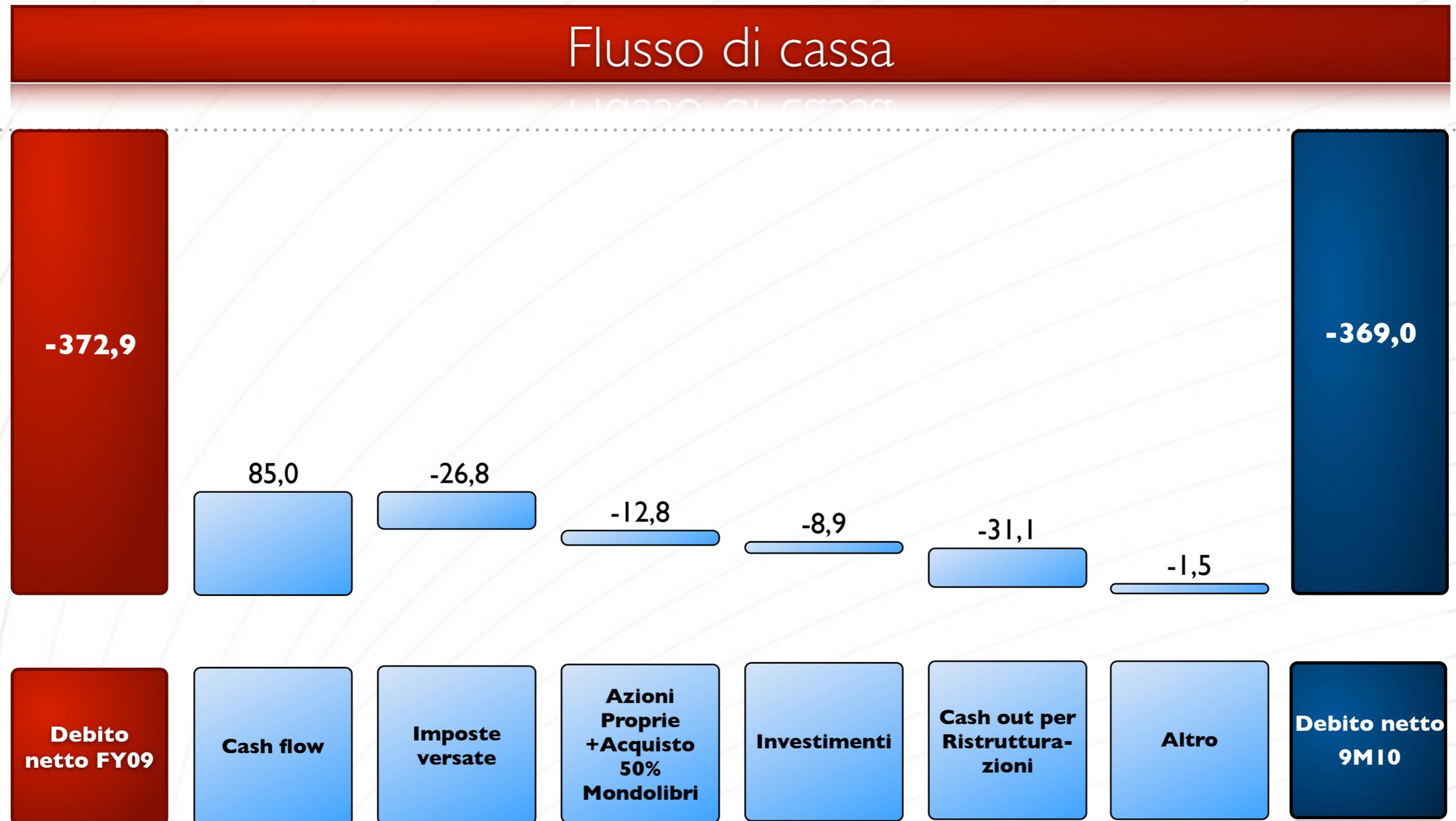
€m



Debito netto su EBITDA
rolling di 2,62 vs Covenant di
5,0 nel 2010 e 4,5 nel 2011



€m

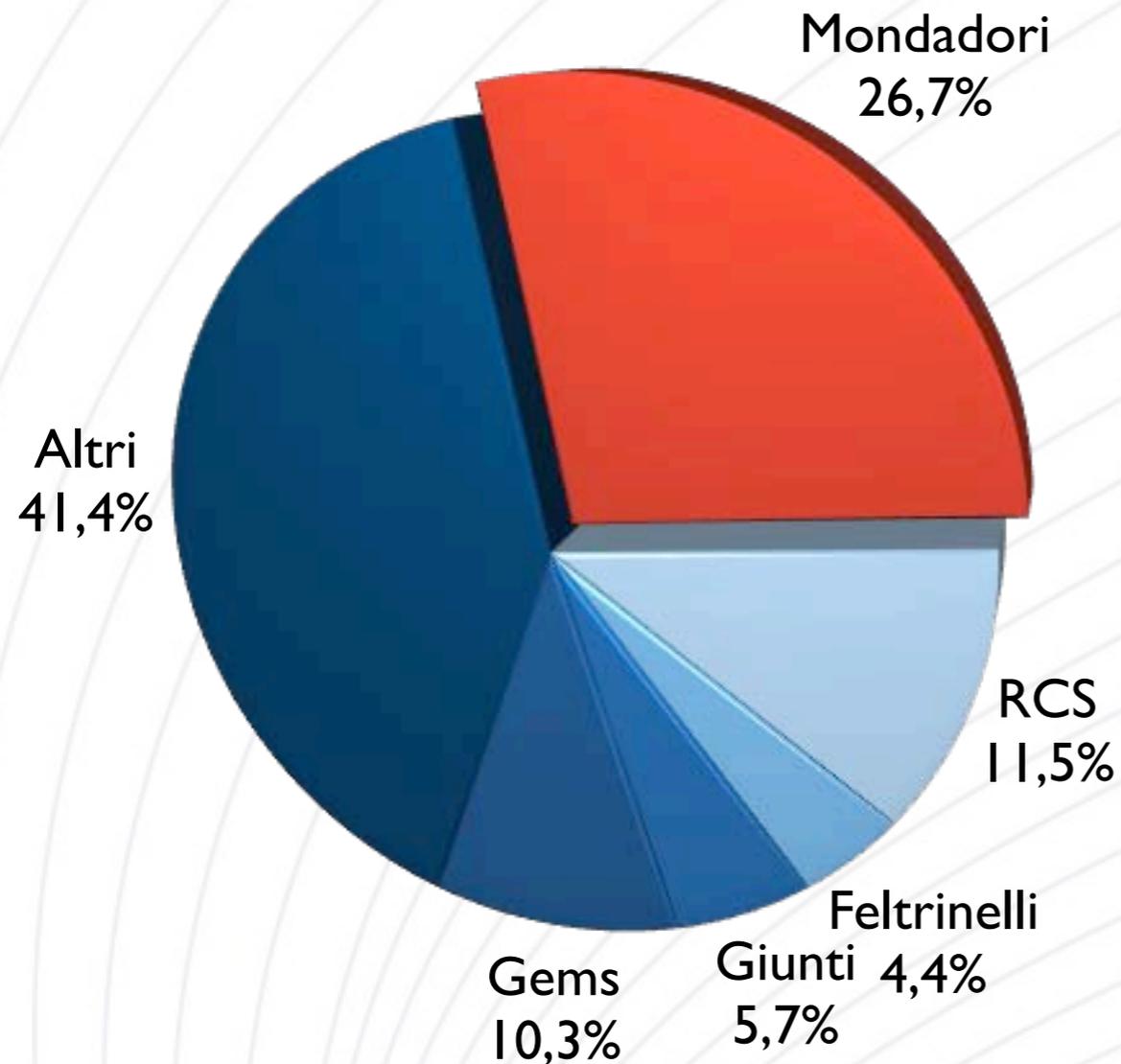




Libri



Mercato libri 9M10 esclusa GDO



Leadership di qualità:

Luglio:
Pennacchi vincitore del Premio Strega

Settembre:
Murgia vincitrice Premio Campiello

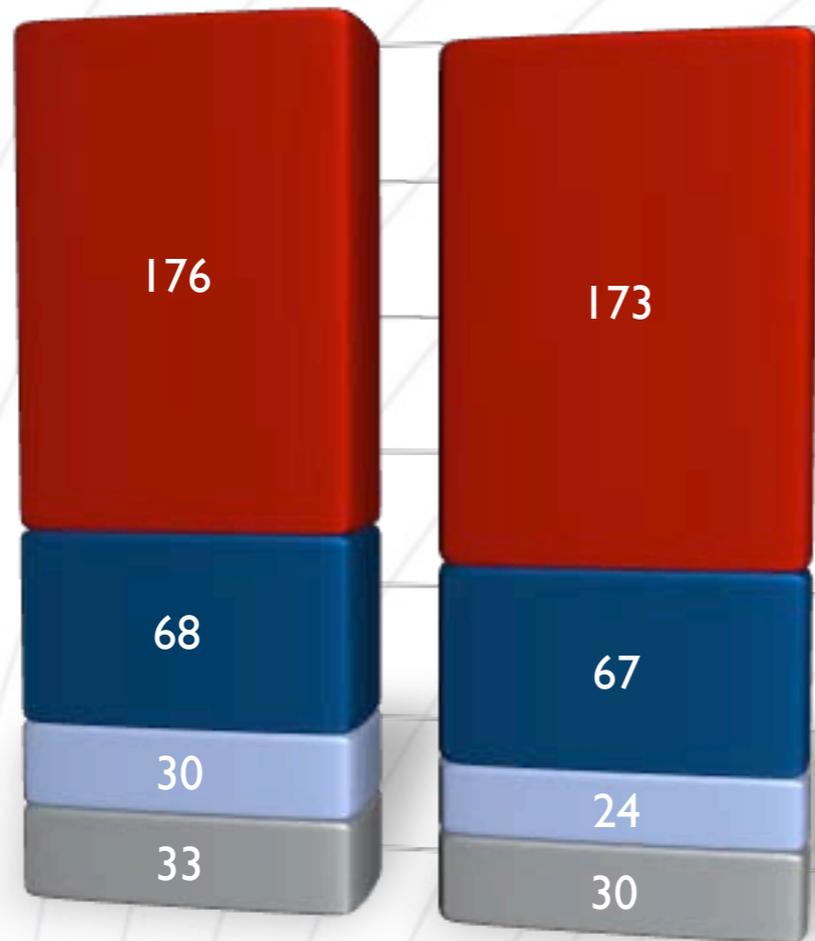
Ottobre:
Vargas Llosa vincitore Premio Nobel

Fonte: Nielsen Bookscan, a valore



€m

-3,8%▶ **2,6%**
Nel III trim.



9M09

9M10

EBITDA margin

17,3%

18,1%

	9M09	9M10	var %
Trade	175,7	173,0	-1,5%
Scolastica	68,0	66,8	-1,8%
Editoria d'arte e Mostre	29,6	24,4	-17,6%
Distribuzione e terzi	32,7	30,3	-7,3%

Totale

306,0

294,5

-3,8%



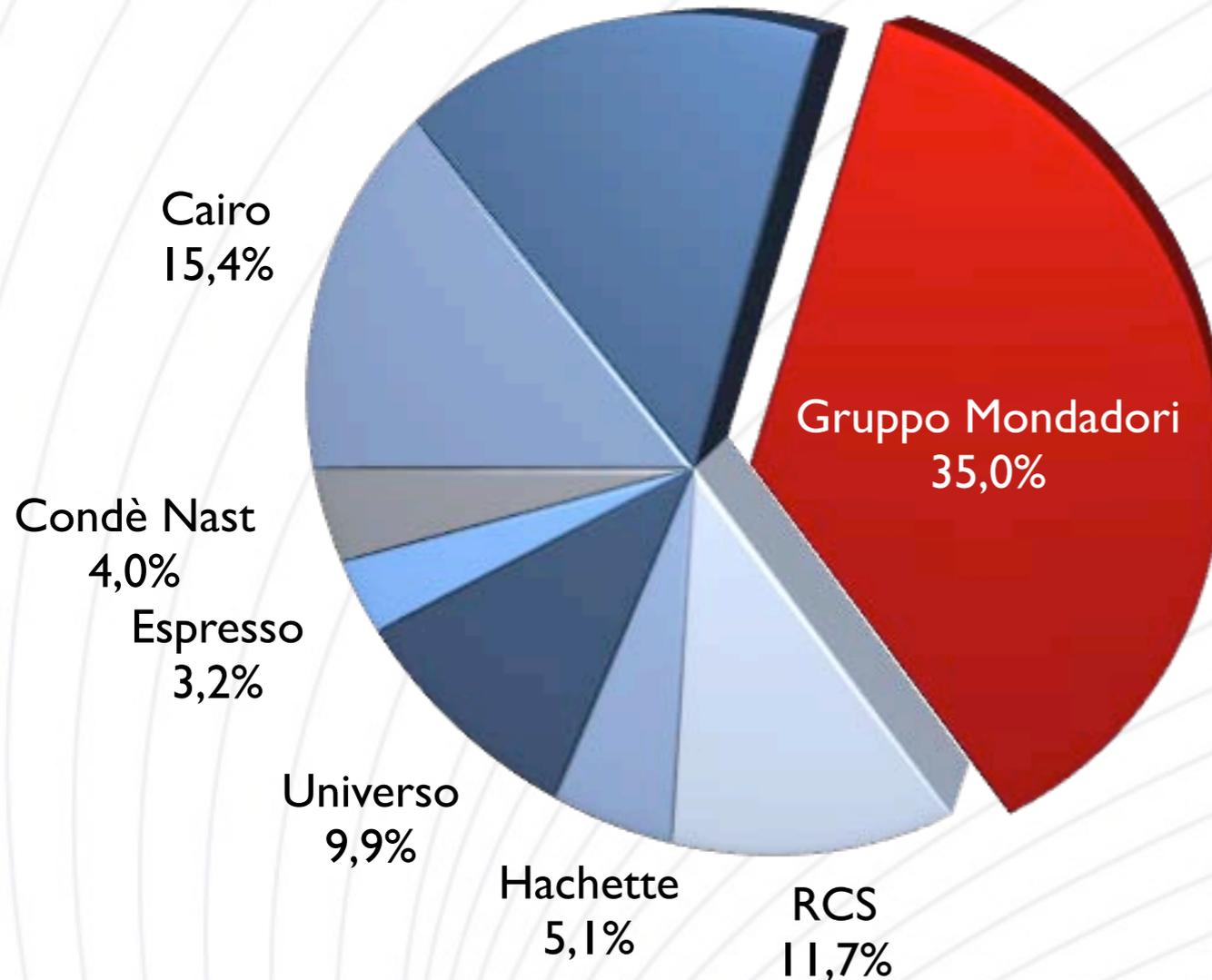
Periodici



Mercato Periodici (settembre 2010)
429 milioni di copie

429 milioni di copie

Altri
15,7%



Mercato Italiano
Diffusione a copie

-9,1%

Testate Mondadori
Diffusione a copie

-4,3%

Mercato Italiano
pubblicità Periodici (valore)

-8,4%

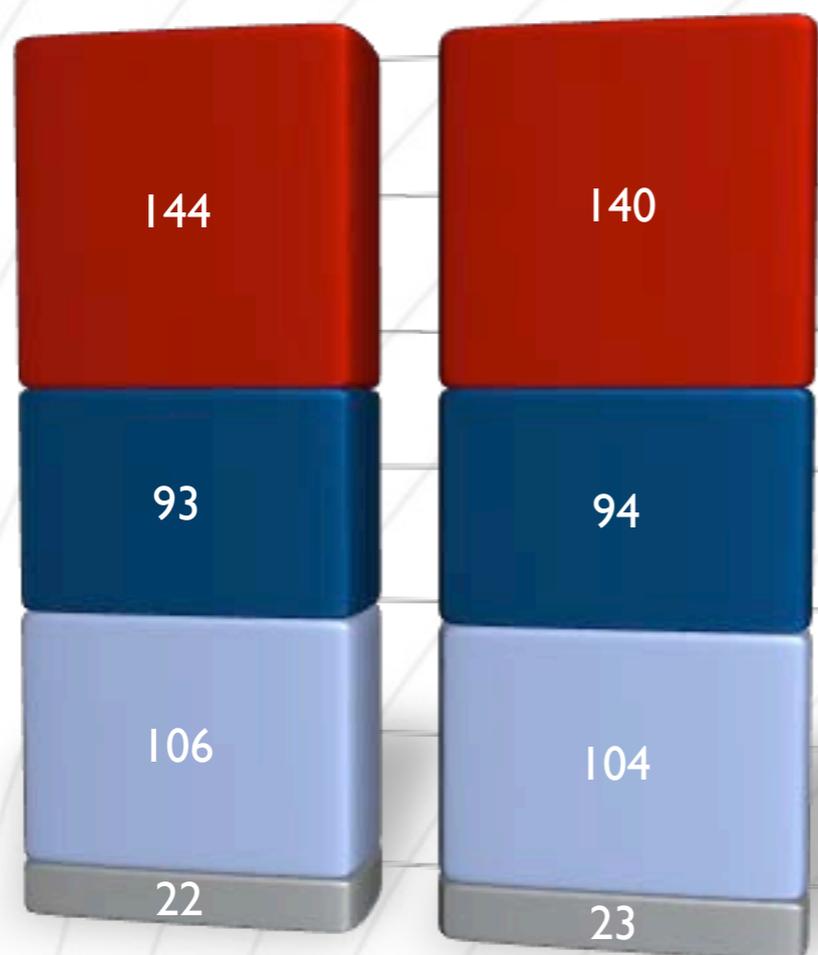
Pubblicità testate
Mondadori (omogeneo)

-1,2%

Fonte: Interna, (dati progressivi 2010)



€m



9M09

9M10

EBITDA margin

7,9%

11,9%



Nonostante l'aumento
delle tariffe postali

	9M09	9M10	var %
Diffusione	144,5	140,3	-2,9%
Vendite Congiunte	93,1	94,4	1,4%
Totale	237,6	234,7	-1,2%
Pubblicità	106,4	103,8	-2,4%*
Altri ricavi	22,5	23,5	4,4%

Totale

366,5

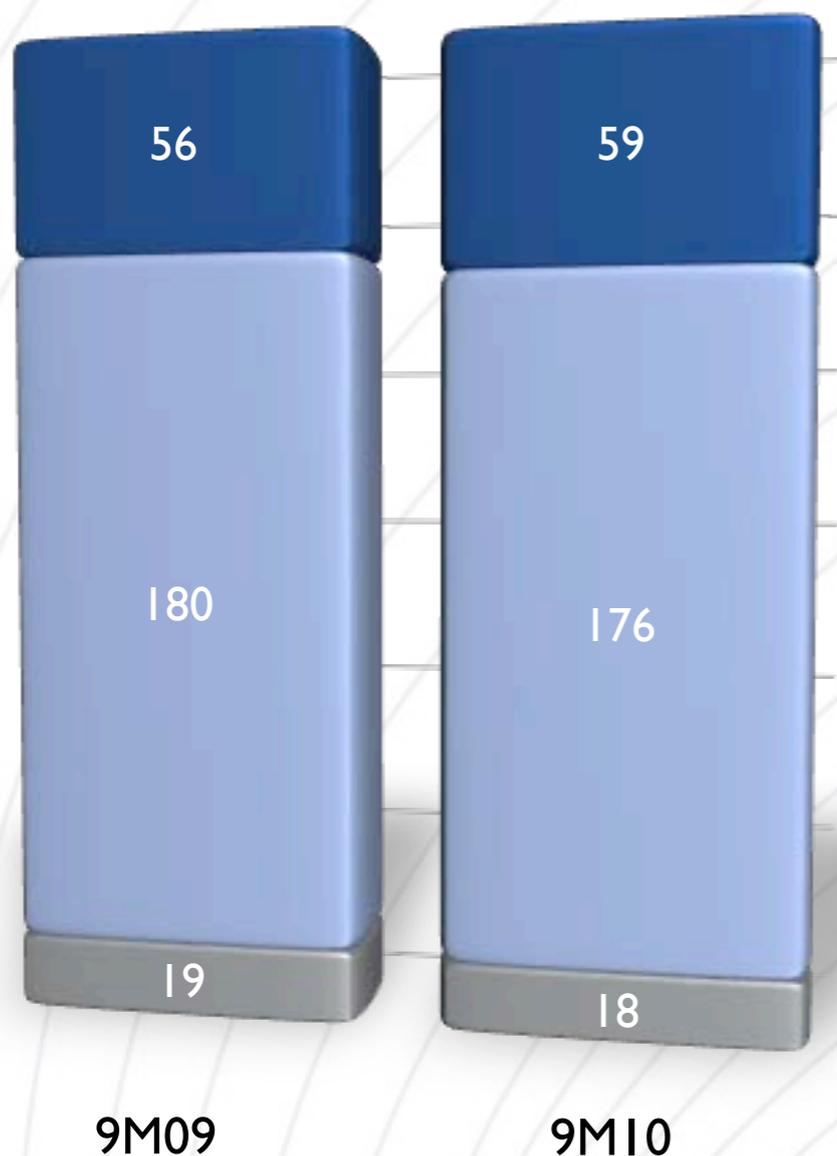
362,0

-1,2%

* -1,2% a perimetro omogeneo



€m



EBITDA margin

5,2%

7,3%

	9M09	9M10	var %	
Pubblicità	Testate esistenti	56,2	59,3	5,5%
	Testate cessate/a JV	-6,4		
	Totale riclassificato	49,8	59,3	19,1%
Diffusioni	Testate esistenti	179,6	175,8	-2,1%
	Testate cessate/a JV	-11,5	-0,1	
	Totale riclassificato	168,1	175,7	4,5%
Altro	19,0	17,5	-7,9%	
Totale	254,8	252,6	-0,9%	
Totale riclassificato			6,7%	

Mercato
Periodici
Francia

Diffusione (volume)

-1,8%

Pubblicità (volume)

+8,8%



Pubblicità





Pubblicità

	Valore (%)	Incidenza sul totale (%)
Televisione	+7,7	55,0%
Quotidiani	-1,0	17,3%
Periodici	-8,4	9,5%
Radio	+12,8	5,6%
Internet	+17,7	4,0%
Totale	+ 4,8%	

Mercato periodici a spazio

Settore	Peso	Performance (%)
MODA	30,3	+1,3
COSMESI	14,3	+2,8
ARREDAMENTO	13,2	-1,0
LARGO CONSUMO	12,8	+16,0
TURISMO	5,5	-4,9
AUTO	4,7	-4,9
FINANZA	2,2	-20,8

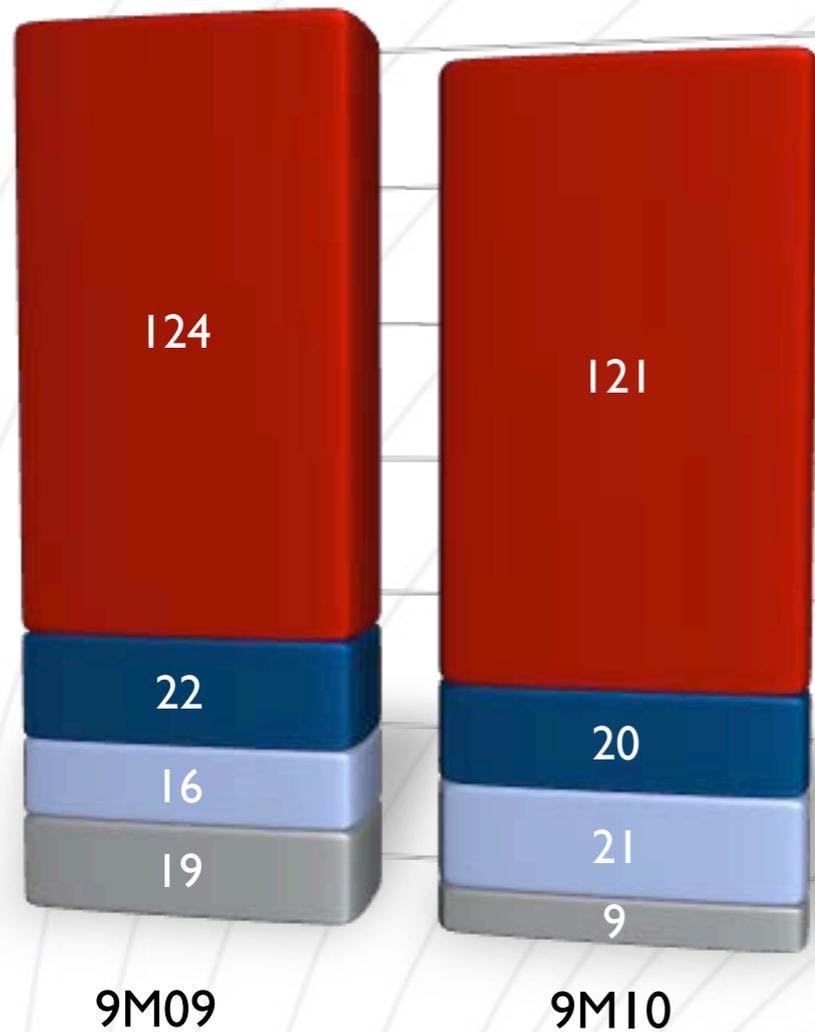
Fonte: Nielsen - Agosto 2010

Concessionaria di Pubblicità 9M10: ricavi



€m

-6,3%▶ A perimetro omogeneo dato in linea con il 2009



	9M09	9M10	var %
Periodici AME	123,9	120,9	-2,4%
Periodici Terzi	22,5	19,6	-12,9%
Totale Periodici	146,4	140,5	-4,0%
Radio (R101 + Kiss Kiss)	16,2	20,6	27,2%
Altro (non omogeneo)	19,0	9,1	-52,1%
Totale	181,6	170,2	-6,3%

Mercato Periodici Italia	Pubblicità (valore)	-8,4%
--------------------------	----------------------------	--------------

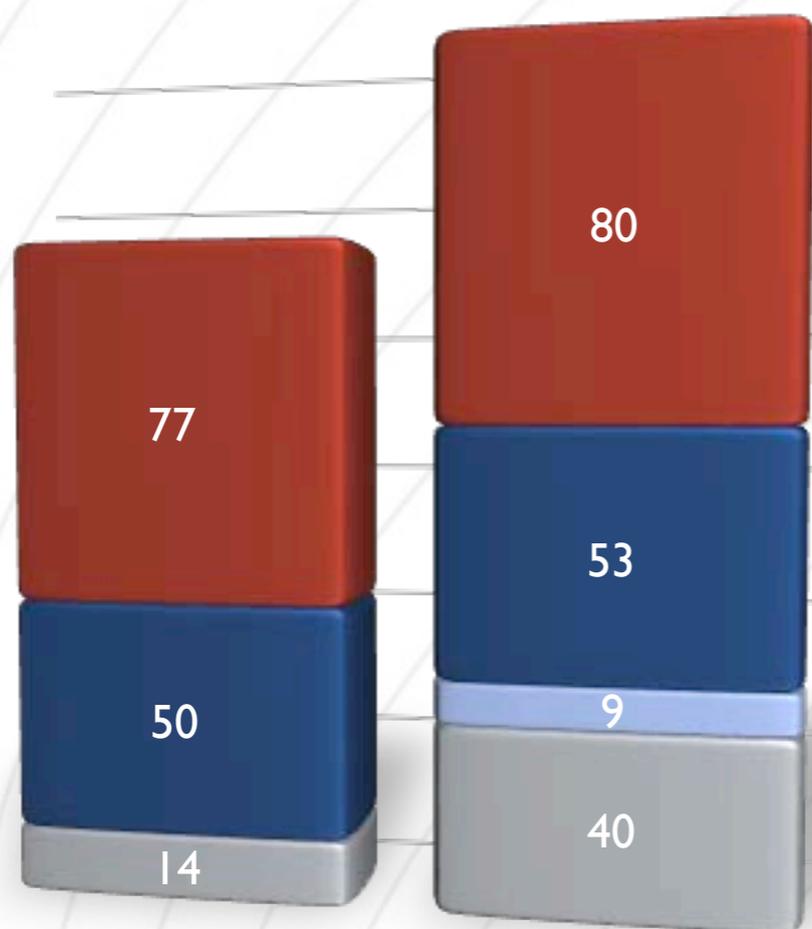
Fonte: Nielsen agosto



Direct & Retail



€m



9M09

9M10

EBITDA margin

-0,7%

1,4%

	9M09	9M10	var %
Negozi diretti	76,9	79,7	3,6%
Franchising	49,5	52,9	6,9%
Altro		9,1	
Totale Retail	126,4	141,7	12,1%
Direct (Cemit + Book Club + Bol.it)	13,8	39,5	186,2%*
Totale	140,2	181,2	29,2%

* In forte crescita il fatturato di Bol.it +34%

	9M09	9M10
Negozi diretti	30	31
Edicolé	191	205
Librerie in franchising	239	258
Mondolibri	67	76
Totale	527	570



Radio



PIÙ LA ASCOLTI, PIÙ LA SENTI.





€m

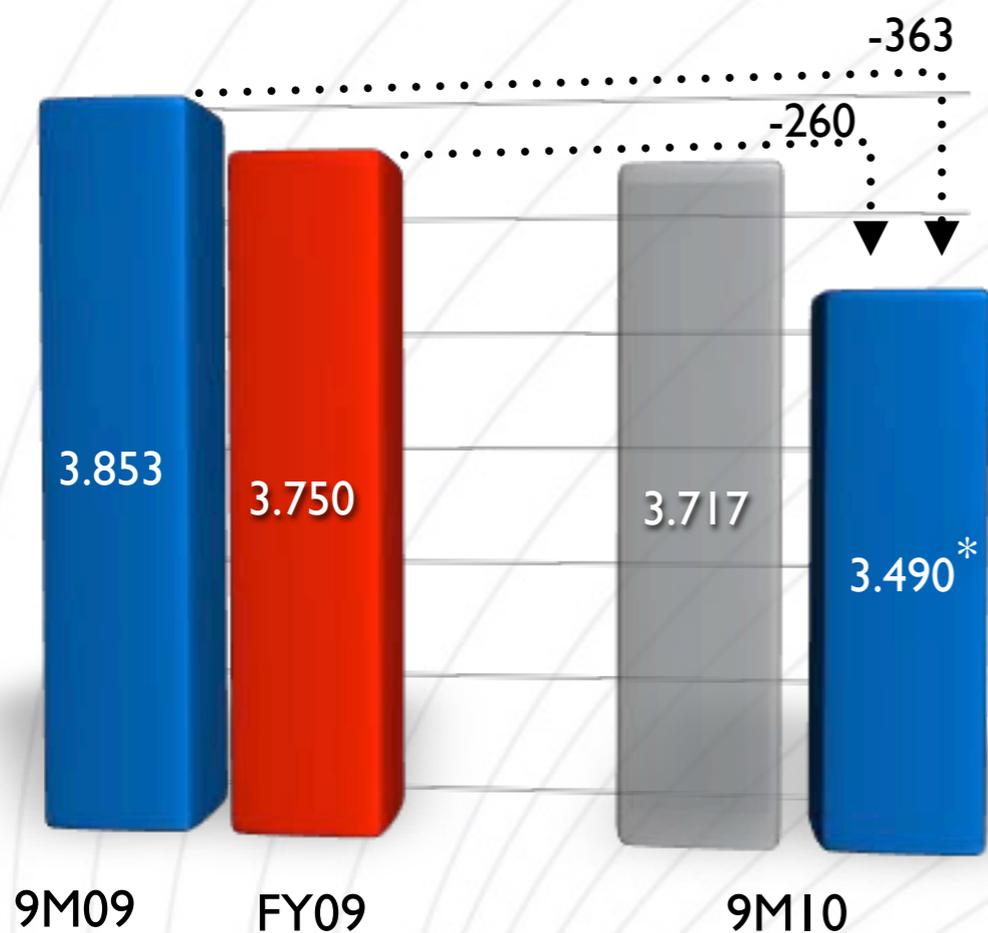


- Pubblicità tabellare +10% ma minori iniziative speciali
- Risultato gestionale in forte recupero da € -3,8 milioni a € -1,3 milioni



Personale

Evoluzione dei piani



Al 30 settembre 2010:

- Raggiunto l' 85% del piano di contenimento dei costi operativi che prevedeva un target di € 170 milioni nel triennio 2009 - 2011
- Conseguito un risultato di riduzione del personale di 688 unità pari all' 89% del piano per il periodo 2008 - 2011
- Costo del personale -9% rispetto al 30 settembre 2009

*Al netto di Mondolibri pari a 227



Nel terzo trimestre dell'anno in corso è stato confermato il:

- Miglioramento del fatturato rispetto ai trend di mercato in tutte le linee di business, e proseguimento dello sviluppo delle nuove attività,
- Raggiungimento degli obiettivi di riorganizzazione sia in termini di semplificazione dei processi che di riduzione dei costi operativi

Per l'intero esercizio, in assenza di particolari discontinuità, si stima:

Un risultato operativo in forte crescita nonostante i maggiori costi postali

Un risultato netto in significativo miglioramento nonostante l'impatto di componenti straordinari



MONDADORI

Allegati



Ricavi per divisione



€m

	9M09	9M10	var %
Libri	306,0	294,5	-3,8%
Periodici Italia	366,5	362,0	-1,2%
Periodici Francia	254,8	252,6	-0,9%
Pubblicità	181,6	170,2	-6,3%
Direct & Retail	140,2	181,2	29,2%
Radio	9,7	10,2	5,2%
Altro	13,3	14,4	8,3%
Ricavi Lordi	1.272,1	1.285,1	1,0%
Intercompany	-157,8	-154,9	-1,8%
Ricavi Netti	1.114,3	1.130,2	1,4%

EBITDA per divisione



€m

EBITDA pubblicato

	9M09	9M10	var %
Libri	52,8	53,2	0,8%
Periodici Italia	29,1	43,0	47,8%
Periodici Francia	13,2	18,4	39,4%
Pubblicità	-2,2	-4,0	ns
Direct & Retail	-0,9	2,5	ns
Radio	-2,6	-1,2	ns
Altro	-21,2	-8,8	ns
EBITDA	68,2	103,1	51,2%

EBITDA margin

	9M09	9M10
Libri	17,3%	18,1%
Periodici Italia	7,9%	11,9%
Periodici Francia	5,2%	7,3%
Direct & Retail	-0,7%	1,4%
EBITDA margin	6,1%	9,1%



€m

	FY09	9M09	9M10
Capitale Circolante Netto	-144,6	-143,0	-142,6
Incidenza % sui ricavi	9,4%	12,8%	12,6%
Capitale Investito Netto	919,2	950,1	932,4
Debito netto	-372,9	-416,9	-369,0
Patrimonio netto	546,3	533,2	563,4

Dettaglio costi operativi



€m

	30/09/2009	30/09/2010 ⁽¹⁾	Delta (valori)	var %
Costo del lavoro ⁽²⁾	209,9	189,5	-20,4	-9,7%
Carta stampata ed altre lavorazioni	292,2	285,8	-6,4	-2,2%
Diritti, royalties ed altre provvigioni	124,7	122,7	-2,0	-1,6%
Prestazioni pubblicitarie e gestione abbonamenti	89,3	87,6	-1,7	-1,9%
Consulenze, collaborazioni e prestazioni professionali	54,8	54,9	0,1	0,2%
Trasporto e spedizioni ⁽³⁾	34,2	34,4	0,2	0,6%
Affitti e canoni meccanografici	36,4	36,0	-0,4	-1,1%
Viaggi e spese, telefono, mensa, pulizia, cancelleria etc.	34,1	309,0	-3,2	-9,4%
Forza motrice e manutenzioni	11,3	10,5	-0,8	-7,1%
Totale⁽⁴⁾	886,9	852,3	-34,3	-3,9%
Totale ⁽⁴⁾ escluso Grazia	877,2	829,4	-47,8	-5,4%

(1) Dato omogeneo depurato da Mondolibri

(2) Escluso ristrutturazioni

(3) Dato al 30 settembre 2010 rettificato per neutralizzare effetto aumento tariffe postali

(4) Escluso merci destinate alla commercializzazione e servizi per terzi



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.