



Approvato dal Consiglio di Amministrazione il resoconto intermedio di gestione al 30.09.2010

I RISULTATI DEL PERIODO CONFERMANO UNA SIGNIFICATIVA CRESCITA DEI PRINCIPALI INDICATORI DI REDDITIVITÀ

- **FATTURATO CONSOLIDATO A 1.130,2 MILIONI DI EURO:
+1,4% RISPETTO AI 1.114,3 MILIONI DI EURO DEL 30 SETTEMBRE 2009**
- **MARGINE OPERATIVO LORDO A 103,1 MILIONI DI EURO:
+51,2% RISPETTO AI 68,2 MILIONI DI EURO DEL 30 SETTEMBRE 2009**
- **RISULTATO OPERATIVO CONSOLIDATO A 85,6 MILIONI DI EURO:
+71,2% RISPETTO AI 50 MILIONI DI EURO DEL 30 SETTEMBRE 2009**
- **UTILE NETTO CONSOLIDATO A 30,7 MILIONI DI EURO:
+13,3% RISPETTO AI 27,1 MILIONI DI EURO AL 30 SETTEMBRE 2009**
- **UTILE NETTO RETTIFICATO, AL NETTO DI COMPONENTI STRAORDINARIE,
PIÙ CHE RADDOPPIATO RISPETTO AL 30 SETTEMBRE 2009**
- **ULTERIORE RIDUZIONE DELL'INDEBITAMENTO A 369 MILIONI DI EURO,
CON UN MIGLIORAMENTO DI 275,5 MILIONI DI EURO IN DUE ANNI**

§

EVOLUZIONE DELLA GESTIONE: RISULTATO OPERATIVO E UTILE NETTO DELL'INTERO ESERCIZIO IN SIGNIFICATIVA CRESCITA

§

ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI: DELIBERATA LA NOMINA DI TRE NUOVI CONSIGLIERI DI AMMINISTRAZIONE

Segrate, 11 novembre 2010 – Il Consiglio di Amministrazione di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., riunitosi oggi, ha esaminato e approvato il resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2010, presentato dal vice presidente e amministratore delegato Maurizio Costa.

| CONTO ECONOMICO | 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 | 85,6 | 71,2% |
| Oneri finanziari | -14,5 | -18,1 | |
| Plusvalenze finanziarie | 14,5 | 0 | |
| Utile ante imposte | 50 | 67,5 | 35,0% |
| Imposte e terzi | -22,9 | -28,1 | |
| Imposte esercizi precedenti | | -8,7 | |
| Utile netto | 27,1 | 30,7 | 13,3% |

LO SCENARIO DI MERCATO NEL TERZO TRIMESTRE

Nel terzo trimestre dell'esercizio i valori economici di mercato nei settori di riferimento di Mondadori non hanno presentato significative variazioni; in particolare, sia i dati diffusionali che di investimento pubblicitario

COMUNICATO STAMPA

sono rimasti a livelli inferiori rispetto all'anno precedente: nonostante questo contesto non favorevole la Società ha ottenuto nel terzo trimestre un margine operativo lordo superiore del 73,2% rispetto al medesimo periodo del 2009, portando l'incremento dei primi nove mesi del 2010 al 51,2%.

SINTESI DELL'ANDAMENTO DELLE ATTIVITÀ DEL GRUPPO

Gli elementi che hanno determinato un così deciso miglioramento di redditività, a fronte di un fatturato in lieve crescita (+1,4%), rappresentano una ulteriore conferma rispetto a quanto già indicato in sede di bilancio semestrale:

- la buona tenuta dei valori diffusionali dei periodici, con performance nettamente migliori rispetto ai dati di mercato sia in Italia che in Francia;
- l'ulteriore incremento della redditività nei libri, che hanno anche ottenuto nel terzo trimestre valori di fatturato superiori al 2009;
- il costante miglioramento dei risultati delle attività del network internazionale e la prosecuzione del successo di *Grazia* in Francia, sia a livello diffusionale che di raccolta pubblicitaria;
- il crescente contributo del piano di riduzione dei costi operativi - già giunto all'85% della sua realizzazione e il cui obiettivo di saving era di 170 milioni di euro nel triennio 2009/2011 - che proseguirà per tutto l'anno prossimo.

Sono proseguite con ancor maggior impulso le attività inerenti ai contenuti digitali, con la stipula di accordi con operatori della produzione, della telecomunicazione e del retail; da inizio settembre il settore digitale ha inoltre assunto un ruolo propulsivo sia per proprie nuove attività, sia per il supporto ad altri settori di business, primi tra tutti periodici e libri.

Grazie all'introduzione di un nuovo modello di business e alla ridefinizione della struttura organizzativa - che assumerà piena efficacia a partire dal prossimo anno - si favorirà il coinvolgimento e la cooperazione di tutte le aree nella risposta alle nuove opportunità di mercato.

L'ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 30 SETTEMBRE 2010

Il **fatturato consolidato** è stato di **1.130,2 milioni di euro**, in miglioramento dell'1,4% rispetto ai 1.114,3 milioni di euro dei primi nove mesi del 2009.

Il **margine operativo lordo** consolidato è risultato di **103,1 milioni di euro**, in aumento del 51,2% rispetto ai 68,2 milioni di euro dell'esercizio precedente, pur comprendendo maggiori costi per l'incremento delle spese postali per 5,5 milioni di euro.

L'incidenza sul fatturato è risultata del 9,1% rispetto al 6,1% dello stesso periodo 2009.

Il **risultato operativo consolidato** è stato di **85,6 milioni di euro**, in aumento del 71,2% rispetto ai 50 milioni di euro del 30 settembre 2009, con ammortamenti di attività materiali ed immateriali per 17,5 milioni di euro (18,2 milioni di euro nel 2009). L'incidenza sul fatturato è passata dal 4,5% del 2009 al 7,6%.

L'**utile prima delle imposte consolidate** è risultato di **67,5 milioni di euro**, in aumento del 35% rispetto ai 50 milioni di euro dei primi nove mesi del 2009, con maggiori oneri finanziari netti per 18,1 milioni di euro. Per il confronto con l'esercizio precedente si segnala che nel terzo trimestre 2009 aveva inciso positivamente la plusvalenza di 14,5 milioni di euro realizzata a seguito della chiusura del private placement e dei relativi derivati.

L'**utile netto consolidato** è risultato di **30,7 milioni di euro**, in aumento del 13,3% rispetto ai 27,1 milioni di euro del 30 settembre 2009: il risultato sconta il pagamento di 8,7 milioni di euro a titolo di adesione alla normativa sulla chiusura delle liti fiscali pendenti.

L'**utile netto consolidato, rettificato** per tener conto dell'impatto netto dei fattori straordinari sopra indicati (plusvalenza finanziaria nel 2009 e imposte relative ad esercizi precedenti al 2010), risulterebbe più che raddoppiato rispetto a pari periodo del 2009.

Il **cash flow lordo** dei primi nove mesi del 2010 è stato di **48,2 milioni di euro** rispetto ai 45,3 milioni di euro del 2009.

La **posizione finanziaria netta** è migliorata, passando dai -372,9 milioni di euro del 31 dicembre 2009 a -369 milioni di euro. Il miglioramento rispetto al 30 settembre 2009 è di 47,9 milioni di euro e rispetto al 30 settembre 2008 è di 275,5 milioni di euro.

Informazioni sul personale

Al 30 settembre 2010 il personale dipendente, a tempo indeterminato e determinato, in forza alle società del Gruppo, risulta composto da 3.717 unità.

A perimetro costante, ossia escludendo l'impatto sull'organico dovuto al recente consolidamento della società Mondolibri S.p.A., il dato evidenzia, rispetto al 31 dicembre 2009, una riduzione di 260 unità (-7%): ciò è attribuibile in larga parte al processo di ristrutturazione in atto nella Capogruppo ma anche alla costante ricerca di ulteriori spazi di efficienza in tutte le società del Gruppo.

La riduzione del personale è stata di 688 unità, pari all'89% del piano 2008/2011.

Gli interventi sino ad ora operati sono stati realizzati in totale coerenza con il Piano di riorganizzazione approvato e hanno permesso, in nove mesi e a perimetro costante, la riduzione dell'8% del personale italiano e quasi del 5% in Francia.

Conseguentemente il costo per il personale dipendente, esposto in bilancio per 198,2 milioni di euro (217,9 milioni al 30 settembre 2009) è diminuito del 9%.

Si ricorda, infine, che il CCNL dei dipendenti delle aziende Grafiche ed Editoriali, scaduto a marzo 2010, risulta ad oggi non ancora rinnovato.

RISULTATI DELLE AREE DI BUSINESS

• LIBRI

I dati di mercato dei primi nove mesi del 2010 (fonte Nielsen) confermano la leadership del Gruppo Mondadori nel comparto trade, con una quota complessiva del 26,7%, con Edizioni Mondadori ed Einaudi ai primi due posti della classifica.

Il fatturato dell'area Libri si è attestato al 30 settembre 2010 a **294,5 milioni di euro**, in calo del 3,8% rispetto ai 306 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

Le vendite dell'ultimo trimestre, in particolare a settembre, hanno mostrato segnali di recupero nella quota di mercato. Da segnalare nel periodo, dopo il Premio Strega 2010 vinto da Antonio Pennacchi con *Canale Mussolini* (Mondadori), il romanzo *Accabadora* di Michela Murgia (Einaudi), vincitore del Premio Campiello; il Nobel per la letteratura assegnato in ottobre a Mario Vargas Llosa, autore storico di Einaudi; il successo del nuovo romanzo di Ken Follett, oltre ad altre importanti novità che preannunciano una stagione natalizia molto positiva per le case editrici del Gruppo.

A settembre 2010 le **Edizioni Mondadori** hanno registrato ricavi per 85,9 milioni di euro, in diminuzione del 2,8% rispetto all'anno precedente.

L'autunno è stato caratterizzato dalla pubblicazione in contemporanea mondiale del nuovo libro di Ken Follett, *La caduta dei giganti*, subito in testa alle classifiche con una prima tiratura di 500 mila copie. Tra gli altri successi nella narrativa straniera Sophie Kinsella, *I love mini shopping*, con oltre 160.000 copie e l'esordiente Maria Dueñas con *La notte ha cambiato rumore* che, con una partenza di 40.000 copie, conferma il grande interesse dei lettori per la narrativa spagnola.

Nella narrativa italiana continua il buon andamento di *Canale Mussolini* di Antonio Pennacchi che ha venduto 200.000 copie (per un totale di 265.000) e del nuovo romanzo di Andrea Camilleri, *L'intermittenza* (già alla quarta edizione con oltre 150.000 copie).

Nella Saggistica si conferma il successo di *I segreti del Vaticano* di Corrado Augias (160.000 copie), mentre nell'editoria Varia spicca il fenomeno Fabio Volo (oltre 160.000 copie vendute con *Il tempo che vorrei* nel suo secondo anno di pubblicazione, per un totale di 750.000 copie). Ottimo l'andamento della campagna Oscar Mondadori che ha portato a un incremento delle vendite di circa l'8% rispetto all'anno precedente. Protagonista del periodo estivo è stata l'edizione tascabile negli Oscar Grandi Bestsellers de *La solitudine dei numeri primi* di Paolo Giordano, che ha raggiunto in soli tre mesi le 280.000 copie, tornando al primo posto in classifica in occasione dell'uscita del film tratto dall'omonimo romanzo.

Einaudi ha mostrato nel terzo trimestre 2010 un miglioramento rispetto alla situazione registrata al 30 giugno 2010, con ricavi netti totali a 33,8 milioni di euro (-2% rispetto ai primi nove mesi del 2009).

Tra i titoli che hanno registrato le migliori performance nel trimestre segnaliamo: *Accabadora* di Michela Murgia (120.000 copie nel 2010); *Tre secondi* di Roslund-Hellstrom (51.000); *Per l'alto mare aperto* di Eugenio Scalfari (51.000); *Il giovane Holden* di Salinger (77.000) e i recenti *Mia suocera beve* di Diego De Silva con oltre 40.000 copie, *La vendetta* di Anne Holt (35.000). Si confermano i successi di *La parola contro la camorra* di Roberto Saviano e *Prima di morire addio* di Fred Vargas. Si segnala inoltre che il piano editoriale di Einaudi prevede la pubblicazione di numerosi titoli nell'ultimo trimestre dell'anno.

Nei primi nove mesi del 2010, **Sperling & Kupfer** ha segnato un fatturato di 18,4 milioni di euro, in riduzione del 3,7% rispetto ai primi nove mesi del 2009, principalmente a causa del calo dei fatturati per la cessione dei

diritti relativi a operazioni di vendita congiunta. Da segnalare il grande successo di Sveva Casati Modignani - *Mister Gregory* - pubblicato alla fine del primo semestre, che ha venduto quasi 190.000 copie.

Il fatturato progressivo di **Piemme** al 30 settembre 2010 è stato di 34,9 milioni di euro, in crescita del 3,6% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Le linee Adulti evidenziano nel complesso un decremento di fatturato rispetto al 2009 del 5,1% dovuto soprattutto a una diversa programmazione editoriale dei nuovi titoli.

Il settore Junior conferma una dinamica positiva: nella linea Stilton le novità più rilevanti sono *Sesto viaggio nel Regno della Fantasia* (126.000 copie) e *Viaggio nel tempo 3* (79.000 copie). Si segnala inoltre nel periodo la pubblicazione del libro celebrativo dei dieci anni di Stilton, *Caccia al libro d'oro* (45.000 copie).

Il fatturato complessivo di **Mondadori Electa** è risultato in calo del 17,6% rispetto ai primi nove mesi del 2009, risentendo degli effetti del rallentamento congiunturale in tutti i segmenti di mercato in cui opera la società. Il calo dei ricavi del canale Libreria (-29,7%) e la sostanziale scomparsa delle vendite congiunte non sono stati compensati, come negli anni precedenti, dalle attività del settore dei Beni Culturali (-12% rispetto al 2009) principalmente per la perdita di alcune delle concessioni di bookshop museali (Brera e Cenacolo, Musei Civici di Venezia) e dalle vendite Sponsor (-16%). Risultano in ripresa invece le coedizioni (vendita diritti all'estero), penalizzate dalla forza della moneta unica europea nei confronti del dollaro e della sterlina.

Nei primi nove mesi del 2010 **Mondadori Education** ha realizzato ricavi netti per 66,8 milioni di euro, con una diminuzione dell'1,8% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, confermando sostanzialmente le sue quote nel mercato adozionale. La scuola primaria ha confermato i risultati dello scorso anno, in virtù della durata quinquennale delle adozioni. La secondaria di primo grado ha registrato complessivamente una flessione, pur in presenza di buoni risultati per quanto riguarda le novità e le nuove edizioni.

La secondaria di secondo grado, in leggera flessione, conferma ottimi risultati per le materie dove Mondadori Education è leader di mercato. Buoni i risultati nelle materie scientifiche toccate dalla riforma delle superiori. Da segnalare la tendenza alla diminuzione dei prezzi di copertina per entrambe le secondarie.

• **PERIODICI ITALIA**

Nel periodo estivo, tradizionalmente positivo per il mercato dei periodici, le vendite dei giornali hanno registrato un buon andamento, consentendo un recupero sul fronte delle diffusioni.

In questo scenario Mondadori ha ottenuto risultati migliori del mercato sia per la raccolta pubblicitaria sia per le vendite nei diversi canali.

Il fatturato realizzato dalla Periodici Italia nei primi nove mesi si è attestato a **362 milioni di euro**, in leggera flessione (-1,2%) rispetto ai 366,5 milioni di euro del corrispondente periodo del passato esercizio.

Ancora più significativo rispetto al contesto di riferimento è risultato l'incremento a livello reddituale, nonostante gli effetti derivanti dal venir meno delle agevolazioni postali.

Tale incoraggiante andamento trae origine dai seguenti fattori:

- diminuzione dei **ricavi diffusionali** del 2,9%, nettamente migliore rispetto alle performance dei competitor in un mercato che perde circa il 5% (circa il 9% a copie);
- sostanziale stabilità dei **ricavi da vendite congiunte** (+1,4%), fenomeno assolutamente in controtendenza rispetto a un mercato in calo del 22%;
- moderato assestamento dei **ricavi pubblicitari** (-2,4%), ancora più contenuto a perimetro omogeneo.

Tra i fattori più significativi del trimestre segnaliamo:

- il rilancio a fine luglio di **Tu Style**, supportato per tutto agosto da una forte comunicazione pubblicitaria e da iniziative promozionali: il settimanale ad oggi ha ottenuto risultati di assoluto rilievo (oltre 200.000 copie vendute);
- la forte azione di sostegno alle testate **settimanali**, che ha consentito nel periodo estivo uno sviluppo dei ricavi edicola vicini ai livelli del 2009;
- il varo di una intensa campagna di lanci di **prodotti collaterali**, alcuni dei quali stanno ottenendo performance decisamente superiori alle attese;
- la prosecuzione del programma di riorganizzazione in ambito redazionale e nelle strutture gestionali;
- l'ulteriore sviluppo dell'attività di **Press-Di**, società controllata al 100% da Mondadori attiva nella distribuzione e nella gestione del canale abbonamenti per le testate del Gruppo e per editori terzi. Alle numerose distribuzioni di periodici e di quotidiani acquisite negli ultimi anni si è aggiunta dal 1° di ottobre quella della Sergio Bonelli Editore, leader nella edizione di fumetti;
- la conclusione a fine luglio della negoziazione tra Fieg e Poste Italiane finalizzata all'accordo sulle nuove tariffe postali, dopo il venir meno dal 1° di aprile delle agevolazioni che per molti anni avevano

compensato le inefficienze del servizio postale italiano. L'intesa consente di ridurre di circa un 50%, a partire dal 1° settembre, gli oneri derivanti dall'applicazione delle nuove condizioni di consegna dei prodotti in abbonamento.

Diffusione

Come già detto, il mercato edicola ha evidenziato nel suo complesso un calo di circa il 9% a copie e di circa il 5% a valore, a fronte del già citato -2,9% di Mondadori.

Tra i settimanali del Gruppo si segnalano la performance in forte accelerazione di *Tu Style*; buona la tenuta delle guide televisive, *Chi*, *Grazia* e *Donna Moderna* nei settimanali. Per quanto riguarda i mensili sono in crescita i ricavi diffusionali delle testate dei segmenti arredamento e cucina.

Vendite congiunte

Il mercato dei prodotti collaterali, che ha marcato un significativo arretramento (-22%), è stato caratterizzato nel periodo da alcuni fenomeni particolari, tra cui l'aumento del numero delle iniziative, il mantenimento di prezzi relativamente elevati e il forte ridimensionamento dei venduti medi.

In tale ambito Mondadori ha confermato anche nel terzo trimestre una performance decisamente in controtendenza, che si prevede possa proseguire anche su base annua.

Le diverse iniziative lanciate nei segmenti dell'home video e del collezionabile puro sono in netta crescita rispetto al 2009; quelle dedicate alla musica e ai prodotti editoriali, pur meno brillanti, hanno realizzato risultati comunque soddisfacenti. Rimangono fondamentali, nel portafoglio di un'articolata attività, le operazioni legate alle maggiori testate, tra cui *TV Sorrisi e Canzoni* e *Panorama*.

Attività internazionali

Le attività internazionali dei periodici Mondadori hanno registrato al 30 settembre 2010 risultati eccellenti, con ricavi da licensing in crescita del 46%, in seguito al buon andamento di *Grazia UK*, *Grazia Olanda* e al contributo di *Grazia Germania* e *Grazia Francia* lanciate nel periodo.

Più che raddoppiati i ricavi derivanti dal servizio di raccolta pubblicitaria in Italia per il network internazionale, sia per la presenza di nuove edizioni sia per la crescita dei ricavi delle testate esistenti (*Grazia UK* +10%, *Grazia Russia* +67%).

L'andamento delle joint venture paritetiche in Russia e Cina è decisamente più soddisfacente dello scorso anno e molto al di là delle aspettative di budget, in particolare per la raccolta pubblicitaria.

La consociata Attica ha risentito della crisi finanziaria in Grecia e nei Balcani e ha visto una riduzione dei ricavi pubblicitari di circa il 22% (-20 % a testate omogenee). E' già in corso di attuazione un piano di fortissima attenzione sui costi, con l'intento di compensare almeno in parte il calo dei ricavi già entro la fine dell'anno.

Digital

Il mercato pubblicitario del mezzo Internet risulta in forte crescita e in particolare i ricavi da display sono in aumento del 17,7% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (fonte: Nielsen a valore, agosto 2010).

La raccolta pubblicitaria dei siti Mondadori, gestita da Mediamond, ha registrato nei primi nove mesi del 2010 un incremento del 36%, grazie anche al significativo impulso di *DonnaModerna.com*, i cui buoni risultati hanno confermato la validità della scelta del Gruppo di puntare sul mercato femminile.

• **PERIODICI FRANCIA**

Mondadori France ha chiuso i primi nove mesi dell'anno con un fatturato totale di **252,6 milioni di euro** (-0,9% rispetto ai 254,8 milioni di euro dello stesso periodo dello scorso anno). Tenuto conto delle operazioni che hanno inciso sul perimetro di consolidamento (cessione testate auto alla joint venture Editions Mondadori Axel Springer S.n.c., lancio di *Grazia* e ristrutturazione del portafoglio periodici), il fatturato sarebbe in crescita del 6,7% rispetto al 2009.

Diffusione

Il fatturato diffusionale si è attestato a 175,8 milioni di euro, in calo del 2,1% (+4,5% a perimetro costante, rispetto a pari periodo dello scorso anno, grazie principalmente al lancio di *Grazia* e a una forte crescita degli abbonamenti). Il canale abbonamenti, pari al 33% dei ricavi diffusionali, costituisce un importante asset per il Gruppo, essendo meno esposto ai cicli economici.

Questo andamento positivo conferma la correttezza della strategia di riposizionamento del portafoglio testate verso il mercato "grand public", perseguita dal Gruppo a partire dal 2007 e accompagnata da un miglioramento costante della qualità editoriale dei periodici. Questi risultati sono ancor più rimarcabili tenuto conto del contesto attuale del settore periodici e sono riconosciuti dal mercato che ha assegnato, negli ultimi due anni, dieci premi per l'eccellenza editoriale dei nostri prodotti.

A copie Mondadori France registra un incremento del 3% nelle diffusioni, mentre il mercato globale mostra una riduzione dell'1,8%. Oltre all'effetto di *Grazia*, sono da sottolineare le eccellenti performance delle altre

testate in portafoglio, in particolare *Modes et Travaux* (+6,2%), *Science et Vie Découverte* (+5,7%), *Biba* (+5,1%), *Science et Vie Junior* (+4,8%), *L'Ami des Jardins et de la Maison* (+2,5%), *Science et Vie* (2,4%) e *Closer* (1,7%).

Pubblicità

La raccolta pubblicitaria presenta un incremento del 5,5% rispetto allo scorso anno, miglioramento che assume un rilievo ancora maggiore a perimetro costante (+19,1%).

Questa eccellente performance si spiega soprattutto con la crescita dei ricavi pubblicitari dei periodici femminili "haut de gamme" (il settimanale *Grazia* e il mensile *Biba*) che rappresentano oggi il 26% del fatturato pubblicitario totale.

Il mercato pubblicitario periodici presenta a fine settembre una crescita dell'8,8% in numero di pagine (fonte: Kantar Media). Nello stesso periodo Mondadori France ha registrato una performance molto positiva con un incremento del 25,8% in numero di pagine e conquistando +1,2 punti percentuali in quota di mercato.

Attività

Le decisioni strategiche prese nel 2009, il lancio di *Grazia*, la concentrazione nella joint venture con Axel Springer dei periodici del settore auto e la chiusura delle testate marginali, hanno avuto un impatto positivo sui conti del 2010.

Nonostante la forte concorrenza determinata dall'arrivo di due nuove testate (*Be* e *Envy*, che ha però interrotto le pubblicazioni a fine settembre) sono state confermate le buone performance di *Grazia* con una foliazione pubblicitaria media di 30 pagine nel 2010 e una diffusione di più di 177.000 copie in edicola.

L'attività della joint venture Editions Mondadori Axel Springer, a seguito della concentrazione delle testate auto, continua ad evidenziare risultati positivi, incrementando le vendite in edicola; le strutture editoriali stanno valutando nuove formule per le testate *Sport Auto* e *Auto Plus* e lavorando sullo sviluppo delle attività digitali.

La politica di riduzione dei costi, iniziata negli scorsi anni, prosegue concentrandosi in particolare sui costi industriali e le spese generali.

• **PUBBLICITÀ**

L'andamento degli investimenti pubblicitari dei primi nove mesi del 2010 ha confermato complessivamente il trend positivo già delineatosi nel corso dell'anno (+4,8% ad agosto, fonte Nielsen) evidenziando, da un lato, il recupero progressivo dei mezzi più "in salute", tra cui internet, radio e la televisione, dall'altro, il perdurare delle difficoltà del settore stampa, all'interno del quale tengono i quotidiani e la pubblicità commerciale nazionale, eccetto la free press.

Per quanto riguarda il mercato dei periodici, che ha registrato una flessione dell'8,4%, le variazioni positive che si stanno registrando in alcuni settori, soprattutto negli ultimi mesi, quali Largo Consumo, Moda, Cosmesi e ultimamente anche Arredamento, hanno contribuito solo parzialmente ad attutire il ritardo accumulato dagli altri comparti merceologici; malgrado il mese di agosto abbia mostrato un segno positivo, permane infatti ancora per il mezzo una generale incertezza per la parte finale dell'anno, caratterizzata da differenti comportamenti dei clienti sulle testate, alcune delle quali hanno comunque mostrato variazioni positive rispetto alla generale tendenza del mercato.

Mondadori Pubblicità ha chiuso i primi nove mesi con una raccolta totale di **170,2 milioni di euro** sostanzialmente in linea, a mezzi omogenei, con i dati al 30 settembre 2009 (181,6 milioni di euro).

I forti elementi di discontinuità dei ricavi, quali l'interruzione dal novembre 2008 del contratto con la Società Europea di Edizioni S.p.A. e il passaggio della raccolta sul mezzo Internet, da gennaio, a Mediamond, hanno inciso negativamente nel 2010 per circa sette punti percentuali.

Dopo un terzo trimestre in lieve calo, le testate Mondadori si sono mantenute sostanzialmente in linea rispetto ai primi nove mesi del 2009 (-1,2%): a perimetro non omogeneo -2,4%.

I **settimanali** hanno confermato una buona tenuta (+1,2%), grazie soprattutto all'andamento dei femminili, tra cui spiccano *Donna Moderna*, *Chi* e *Tu Style*, sostenuto quest'ultimo da una mirata campagna di vendita che ha permesso di raggiungere una raccolta superiore al 35% in occasione del rilancio di luglio (+50% nel solo terzo trimestre). I mensili si mantengono al di sotto dell'andamento 2009.

Sono poi proseguiti, di concerto con l'Editore, gli sviluppi di progetti digitali, tra cui il lancio della versione iPad di *Panorama* e di *Grazia*, e la realizzazione di nuovi eventi con format promozionali innovativi. Tra questi "Fashion & Design 2.0", organizzato da *Grazia* e *Interni* durante la settimana della moda, e "Milano Design Weekend", manifestazione dedicata al settore arredamento che ha avuto luogo in ottobre.

Per quanto riguarda la **radio**, è proseguito il trend positivo di R101, in crescita del +6,2% nei primi nove mesi dell'anno, in progressivo recupero rispetto all'andamento del mercato degli ultimi mesi. Il dato è ancora più

significativo se si tiene conto di un confronto con un ottimo primo trimestre 2009, superiore all'andamento del mercato di 7 punti percentuali. Bene anche la raccolta per Radio KissKiss, partita a marzo dello scorso anno.

• **DIRECT E RETAIL**

L'area Direct e Retail ha realizzato nei primi nove mesi del 2010 ricavi per **181,2 milioni di euro**, in crescita del 29,2% rispetto ai 140,2 milioni dell'analogo periodo del 2009.

Si precisa che nei valori dell'anno scorso non era compresa Mondolibri S.p.A., consolidata a partire dal mese di aprile 2010; la crescita a perimetro costante sarebbe pari al 7% circa.

Direct

Cemit ha registrato ricavi in crescita del 25%, a fronte di un mercato aumentato del 2%.

A far data dal mese di maggio 2010 a Cemit si è affiancata Mondolibri, che attraverso sette book club tematici è attiva nella vendita per corrispondenza con circa 800 mila associati.

Il fatturato dei bookclub risulta in calo del 6% rispetto al 2009; tale effetto è stato compensato dalla crescita della vendite sul canale e-commerce tramite il sito Bol.it (+34%).

Retail

I ricavi relativi al settore retail che, dal mese di maggio, comprendono anche quelli realizzati dai negozi di Mondolibri, hanno registrato un incremento del 12,1% (5% a perimetro omogeneo) rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente.

Questo aumento di fatturato è sostanzialmente attribuibile allo sviluppo del network - che oggi conta complessivamente 570 librerie e multicenter, tra negozi di proprietà, rete in franchising e punti vendita *Edicolè*.

• **RADIO**

La raccolta pubblicitaria di R101 ha registrato complessivamente nel periodo ricavi netti per 10,2 milioni di euro (+5,2% rispetto ai 9,7 milioni di euro dei primi nove mesi del 2009). Si tratta essenzialmente di ricavi pubblicitari quota editore corrispondenti ad una raccolta pubblicitaria lorda di circa **14,7 milioni di euro**, in crescita del 6,2% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

In particolare nel mese di settembre R101 ha registrato una crescita della raccolta pari al 5,3% rispetto al 2009 a fronte di una flessione del mercato di riferimento (-0,5%; +11,2% cumulato a fine settembre: fonte FCP Assoradio).

Il dato, complessivamente inferiore alla media di mercato, è comunque positivo se si considera il fatto che nel periodo la pubblicità tabellare di R101 (che costituisce il 91% del fatturato pubblicitario della radio) è cresciuta di circa il 10% rispetto al 2009. La flessione è pertanto imputabile interamente alla minor presenza di iniziative speciali rispetto ai primi 9 mesi dello scorso anno.

R101 ha allo studio nuovi progetti da realizzarsi entro i primi mesi del nuovo anno volti a rafforzare sempre più il posizionamento della radio sul proprio *target*, a rinnovare la programmazione e a continuare nella costante crescita degli ascolti.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Nel terzo trimestre dell'esercizio hanno avuto conferma le indicazioni espresse in occasione del bilancio semestrale: sono state ottenute in tutti i business performance di fatturato migliori rispetto ai trend di mercato e contemporaneamente è proseguito lo sviluppo delle nuove attività.

Sono stati inoltre conseguiti gli obiettivi di riorganizzazione, sia in termini di semplificazione dei processi che di riduzione dei costi operativi.

Quanto sopra si è sostanziato in un forte recupero di redditività, che stimiamo possa proseguire negli ultimi mesi dell'anno, in assenza di particolari discontinuità nei trend di mercato, consentendo alla Società di incrementare significativamente il risultato operativo di esercizio 2010, nonostante i maggiori costi derivanti dall'incremento delle tariffe postali.

Anche per quanto riguarda la stima del risultato netto di esercizio, il miglioramento delle performance operative potrà compensare l'impatto di componenti straordinari (positivi nel 2009 e negativi nel 2010) consentendo di realizzare un significativo incremento rispetto al passato esercizio.

§

ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI: DELIBERATA LA NOMINA DI TRE NUOVI CONSIGLIERI DI AMMINISTRAZIONE

L'Assemblea degli Azionisti, tenutasi precedentemente alla riunione consiliare, ha deliberato l'ampliamento da 11 a 14 del numero di membri del Consiglio di Amministrazione, nominando amministratori Roberto Briglia, qualificabile come consigliere esecutivo in relazione al ruolo di Direttore Editoriale di Gruppo, Angelo

Renoldi, Professore ordinario di economia e gestione delle Imprese presso l'Università degli Studi di Bergamo, e Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio.

Il Consiglio di Amministrazione ha verificato la sussistenza in capo a Renoldi e Sangalli dei requisiti di indipendenza previsti dal Codice di Autodisciplina delle società quotate. Si ricorda che gli ulteriori componenti indipendenti in carica del Consiglio di Amministrazione sono Martina Mondadori, Marco Spadacini, Mario Resca e Umberto Veronesi.

Le nomine deliberate dall'Assemblea determinano quindi l'ulteriore ampliamento della componente di amministratori indipendenti nell'ambito del Consiglio di Amministrazione, coerentemente con il progressivo rafforzamento del ruolo degli stessi definito, in particolare, dalla regolamentazione Consob di prossima applicazione in materia di operazioni con parti correlate; le nomine consentono inoltre un ulteriore consolidamento e supporto rispetto alle funzioni e alle attività dei comitati interni al Consiglio di Amministrazione.

Il Consiglio di Amministrazione medesimo ha di conseguenza ridefinito la composizione del Comitato per il Controllo Interno e del Comitato per la Remunerazione. In particolare, il Comitato per il Controllo Interno risulta costituito esclusivamente dagli amministratori indipendenti Marco Spadacini, Angelo Renoldi e Mario Resca; il Comitato per la Remunerazione dagli indipendenti Marco Spadacini e Carlo Sangalli e dal non esecutivo Bruno Ermolli.

§

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.

§

Il resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2010 viene reso disponibile entro la data odierna presso la sede legale della Società, presso Borsa Italiana S.p.A. e sul sito www.mondadori.it.

In allegato:

- situazione patrimoniale-finanziaria consolidata (allegato 1)
- conto economico separato consolidato (allegato 2)
- conto economico separato consolidato del terzo trimestre 2010 (allegato 3)

Ufficio stampa Mondadori

Tel. +39 02 75423159 - Fax +39 02 75423637

Email: rapportistampa@mondadori.it

www.mondadori.it/Press

Investor Relations Mondadori

Tel. +39.0275423695 - Fax +39 02 75422584

Email: dario.fumagalli@mondadori.it

www.mondadori.it/Investor-relations

Allegato 1

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

| Attivo | Euro/milioni 30 settembre 2010 | Euro/milioni 31 dicembre 2009 |
|--|---|--|
| Attività immateriali | 906,0 | 904,3 |
| Investimenti immobiliari | 2,4 | 2,5 |
| Terreni e fabbricati | 10,9 | 11,4 |
| Impianti e macchinari | 6,0 | 7,2 |
| Altre immobilizzazioni materiali | 29,4 | 29,7 |
| Immobili, impianti e macchinari | 46,3 | 48,3 |
| Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto | 136,0 | 143,3 |
| Altre partecipazioni | 0,2 | 0,2 |
| Totale partecipazioni | 136,2 | 143,5 |
| Attività finanziarie non correnti | 0,5 | 0,5 |
| Attività per imposte anticipate | 45,5 | 46,2 |
| Altre attività non correnti | 5,0 | 2,9 |
| Totale attività non correnti | 1.141,9 | 1.148,2 |
| Crediti tributari | 27,9 | 23,6 |
| Altre attività correnti | 88,3 | 87,0 |
| Rimanenze | 125,3 | 124,0 |
| Crediti commerciali | 351,7 | 378,3 |
| Altre attività finanziarie correnti | 36,4 | 41,4 |
| Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti | 56,8 | 119,6 |
| Totale attività correnti | 686,4 | 773,9 |
| Attività destinate alla dismissione o cessate | - | - |
| Totale attivo | 1.828,3 | 1.922,1 |
| Passivo | Euro/milioni 30 settembre 2010 | Euro/milioni 31 dicembre 2009 |
| Capitale sociale | 67,5 | 67,5 |
| Riserva sovrapprezzo azioni | 286,9 | 286,9 |
| Altre riserve e risultati portati a nuovo | 176,6 | 155,8 |
| Utile (perdita) dell'esercizio | 30,7 | 34,3 |
| Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo | 561,7 | 544,5 |
| Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti | 1,7 | 1,8 |
| Totale patrimonio netto | 563,4 | 546,3 |
| Fondi | 48,0 | 58,4 |
| Indennità di fine rapporto | 54,2 | 59,0 |
| Passività finanziarie non correnti | 422,4 | 382,2 |
| Passività per imposte differite | 91,1 | 89,1 |
| Altre passività non correnti | - | 0,1 |
| Totale passività non correnti | 615,7 | 588,8 |
| Debiti per imposte sul reddito | 27,9 | 20,4 |
| Altre passività correnti | 246,6 | 256,7 |
| Debiti commerciali | 334,5 | 357,7 |
| Debiti verso banche ed altre passività finanziarie | 40,2 | 152,2 |
| Totale passività correnti | 649,2 | 787,0 |
| Passività destinate alla dismissione o cessate | - | - |
| Totale passivo | 1.828,3 | 1.922,1 |

Allegato 2

Conto economico consolidato (in milioni di euro)

| | Periodo al 30 settembre 2010 | Periodo al 30 settembre 2009 |
|---|---------------------------------|---------------------------------|
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni | 1.130,2 | 1.114,3 |
| Costo del personale | 198,2 | 217,9 |
| Costo del venduto e di gestione (*) | 832,2 | 822,9 |
| Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto | 3,3 | (5,3) |
| Margine operativo lordo | 103,1 | 68,2 |
| Ammortamenti e perdite di valore di immobili, impianti e macchinari | 9,1 | 9,0 |
| Ammortamenti e perdite di valore delle attività immateriali | 8,4 | 9,2 |
| Risultato operativo | 85,6 | 50,0 |
| Proventi (oneri) finanziari | (18,1) | - |
| Proventi (oneri) da altre partecipazioni | - | - |
| Risultato prima delle imposte | 67,5 | 50,0 |
| Imposte sul reddito | 36,3 | 22,4 |
| Risultato derivante dall'attività in funzionamento | 31,2 | 27,6 |
| Proventi (oneri) da attività/passività destinate alla dismissione o cessate | - | - |
| Risultato di pertinenza di terzi azionisti | (0,5) | (0,5) |
| Risultato netto | 30,7 | 27,1 |

(*) 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

Conto economico consolidato del terzo trimestre 2010 (in milioni di euro)

| | Terzo trimestre 2010 | Terzo trimestre 2009 |
|--|----------------------|----------------------|
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni | 403,4 | 383,5 |
| Costo del personale | 63,9 | 74,8 |
| Costo del venduto e di gestione (*) | 291,2 | 279,0 |
| Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto | 0,2 | (1,7) |
| Margine operativo lordo | 48,5 | 28,0 |
| Ammortamenti e perdite di valore di immobili, impianti e macchinari | 2,9 | 3,0 |
| Ammortamenti e perdite di valore delle attività immateriali | 2,8 | 2,9 |
| Risultato operativo | 42,8 | 22,1 |
| Proventi (oneri) finanziari | (6,1) | 10,3 |
| Proventi (oneri) da altre partecipazioni | - | - |
| Risultato prima delle imposte | 36,7 | 32,4 |
| Imposte sul reddito | 20,9 | 12,4 |
| Risultato derivante dall'attività in funzionamento | 15,8 | 20,0 |
| Proventi (oneri) da attività/passività destinate alla dismissione o cessate | - | - |
| Risultato di pertinenza di terzi azionisti | (0,2) | (0,2) |
| Risultato netto | 15,6 | 19,8 |

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