



# Risultati 9M11

**Presentazione comunità finanziaria**

Segrate, 10 Novembre 2011

# Highlights 9M11

## Scenario di mercato

▲ Contesto economico caratterizzato da contrazione di consumi e forte instabilità

▲ Mercati di riferimento di Mondadori in progressivo deterioramento nel trimestre

## Risultati

▲ Fatturato dei 9 mesi in leggera flessione rispetto all'anno precedente (-1,4%)

▲ EBITDA: +1,5% (core business +3,2%)

▲ Forti investimenti per lo sviluppo del Digital in parte compensati da elementi positivi straordinari

▲ Utile netto a + 43,6% (+11,9% senza effetto imposte straordinarie)

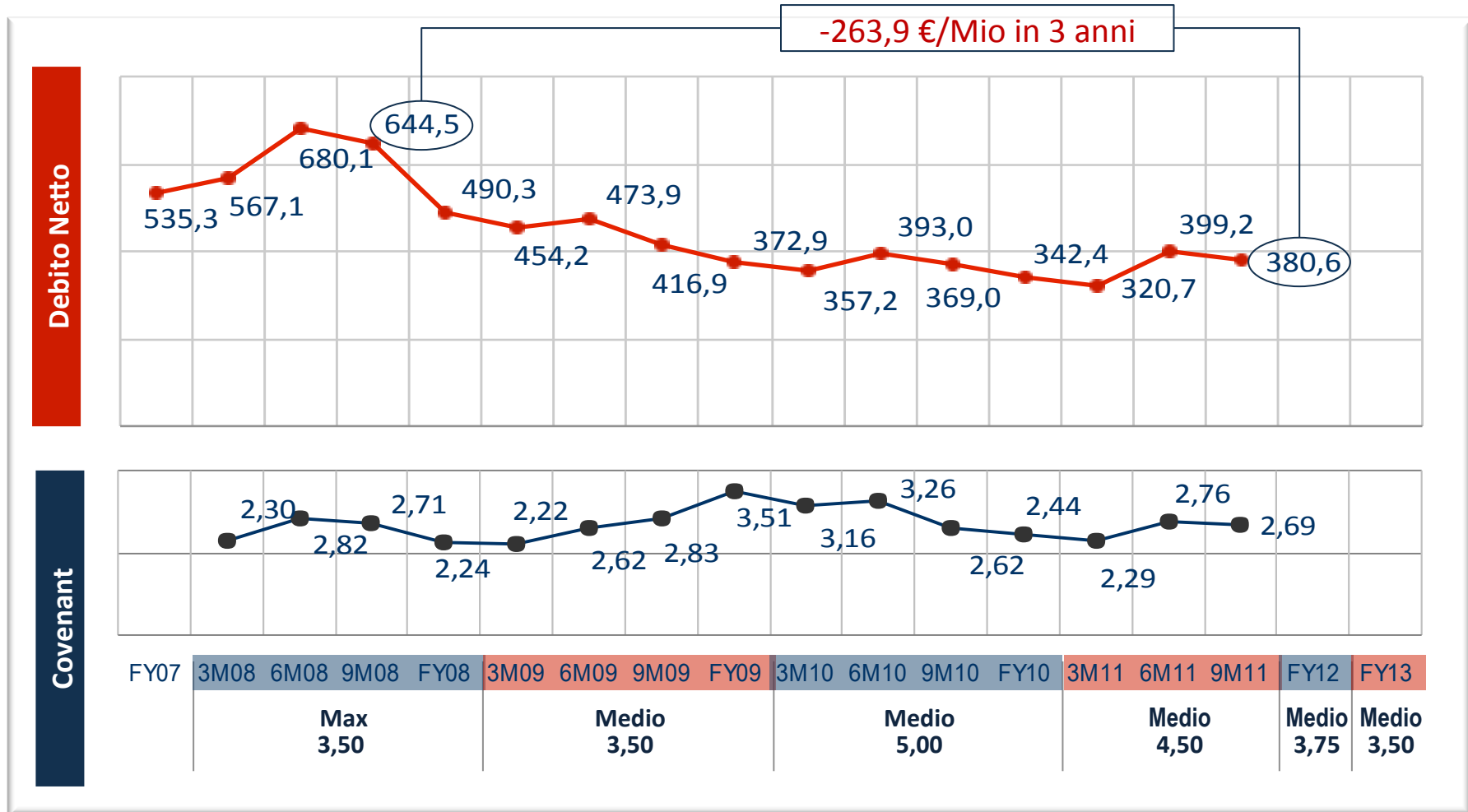
# Risultati economici 9M11

	€ mio	9M10	9M11	%
Ricavi netti		1.130,2	1.114,7	-1,4
Costo del personale		-198,2	-200,5	+1,2*
Costo del venduto & Altro		-828,9	-809,6	-2,3
<b>EBITDA</b>		<b>103,1</b>	<b>104,6</b>	<b>+1,5</b>
Ammortamenti		-17,5	-16,8	-4,0
<b>EBIT</b>		<b>85,6</b>	<b>87,8</b>	<b>+2,6</b>
Proventi e oneri finanziari netti		-18,1	-16,5	-8,8
<b>Utile ante imposte</b>		<b>67,5</b>	<b>71,3</b>	<b>+5,6</b>
Imposte		-36,3	-27,1	-25,3
Utile di Terzi		-0,5	-0,1	nm
<b>Utile netto</b>		<b>30,7</b>	<b>44,1</b>	<b>+43,6</b>

\* Totale dipendenti: 3.720 – A perimetro costante: 3.665 (-1,4% rispetto al 9M10)

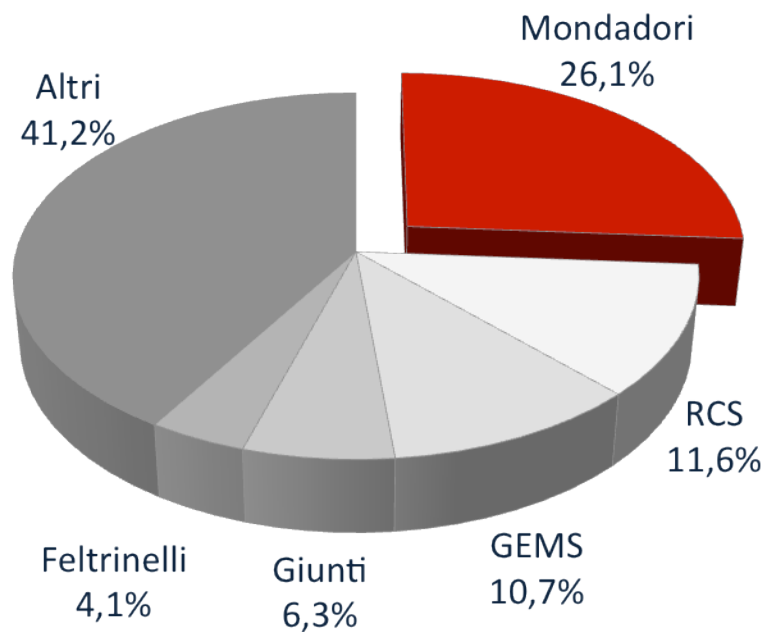
# Evoluzione PFN e covenant

- ▲ Il debito netto si attesta a € 380,6 mio. Il miglioramento nel triennio 2008-2011 è stato di circa € 264 mio
- ▲ Il ratio debito netto/EBITDA al 2,69 risulta ampiamente sotto il livello di covenant fissato per il 2011



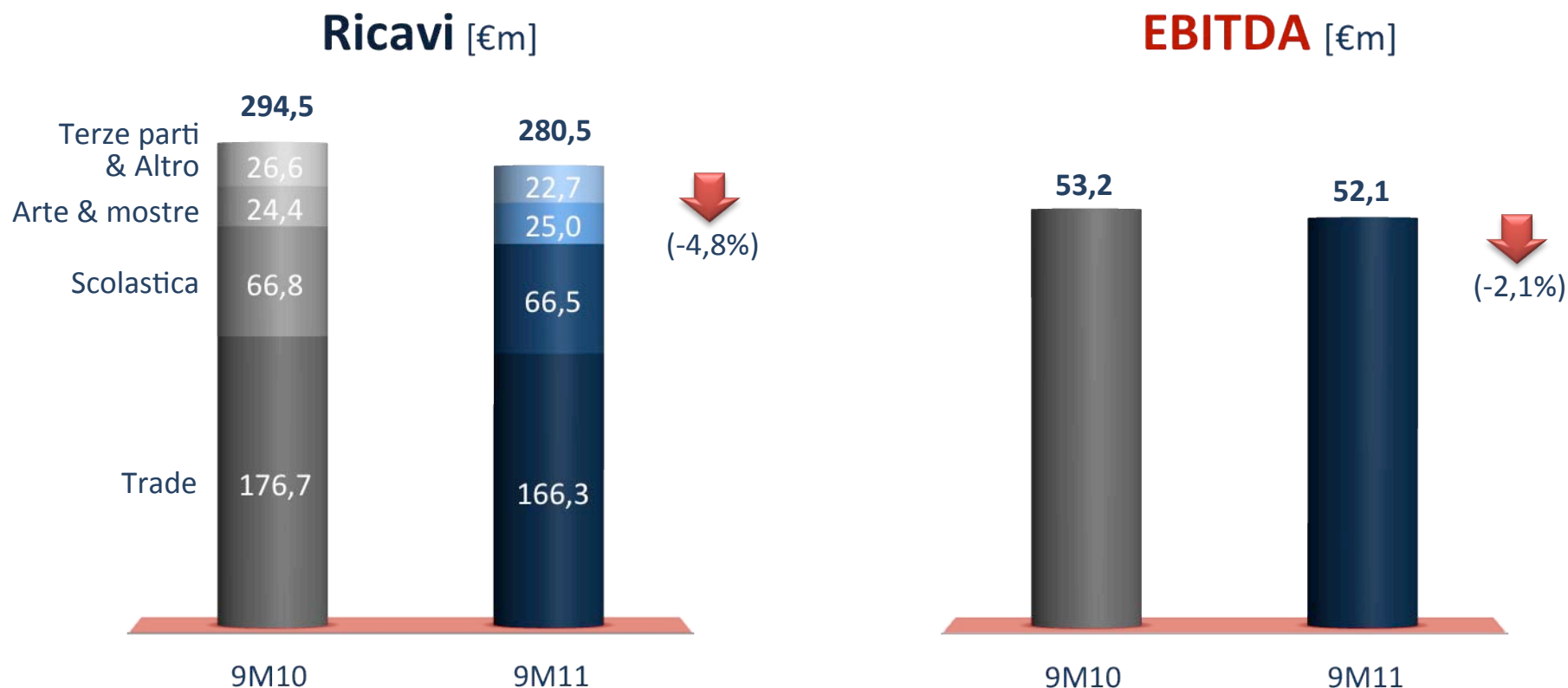
# Libri: highlights di mercato

- ▲ Mercato nei 9 mesi ancora in crescita (+0,4% YoY) ma in rallentamento nel periodo estivo, a causa di una marcata contrazione dei consumi
- ▲ Da Settembre in vigore nuova normativa sulla disciplina del prezzo del libro (DDL Levi)
- ▲ Mercato e-book ancora in fase embrionale ma atteso in forte sviluppo grazie all'apertura di «e-stores» dei principali players internazionali e alla diffusione di numerosi tablets



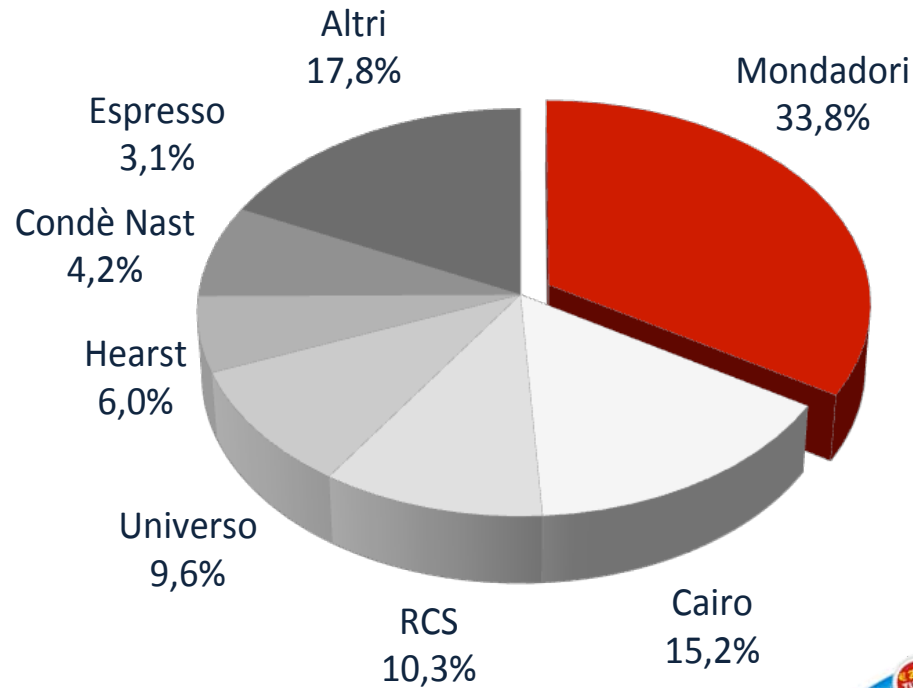
# Libri: highlights finanziari

- ▲ Contrazione del fatturato (-4,8%), ma importante programma editoriale per il 4Q con la pubblicazione di autori quali Volo, Faletti, Vespa, D'Avenia, Grisham e la biografia S. Jobs
- ▲ Confermato il successo della collana "Numeri Primi", ai vertici delle classifiche dei tascabili con oltre 1.6 milione di copie vendute (19% del totale paperback)
- ▲ Catalogo e-book Mondadori in continuo aumento: oltre 2.700 titoli (800 novità)
- ▲ EBITDA margin in crescita al 18,6% (18,1% in 9M10)



# Periodici Italia: highlights di mercato

## Quote di mercato a volume



Diffusione mercato (copie)\* -4,8%

Diffusione Testate Mondadori (valore) -4,8%

Pubblicità periodici (valore)\*\* -1,8%

Pubblicità Testate Mondadori -0,7%

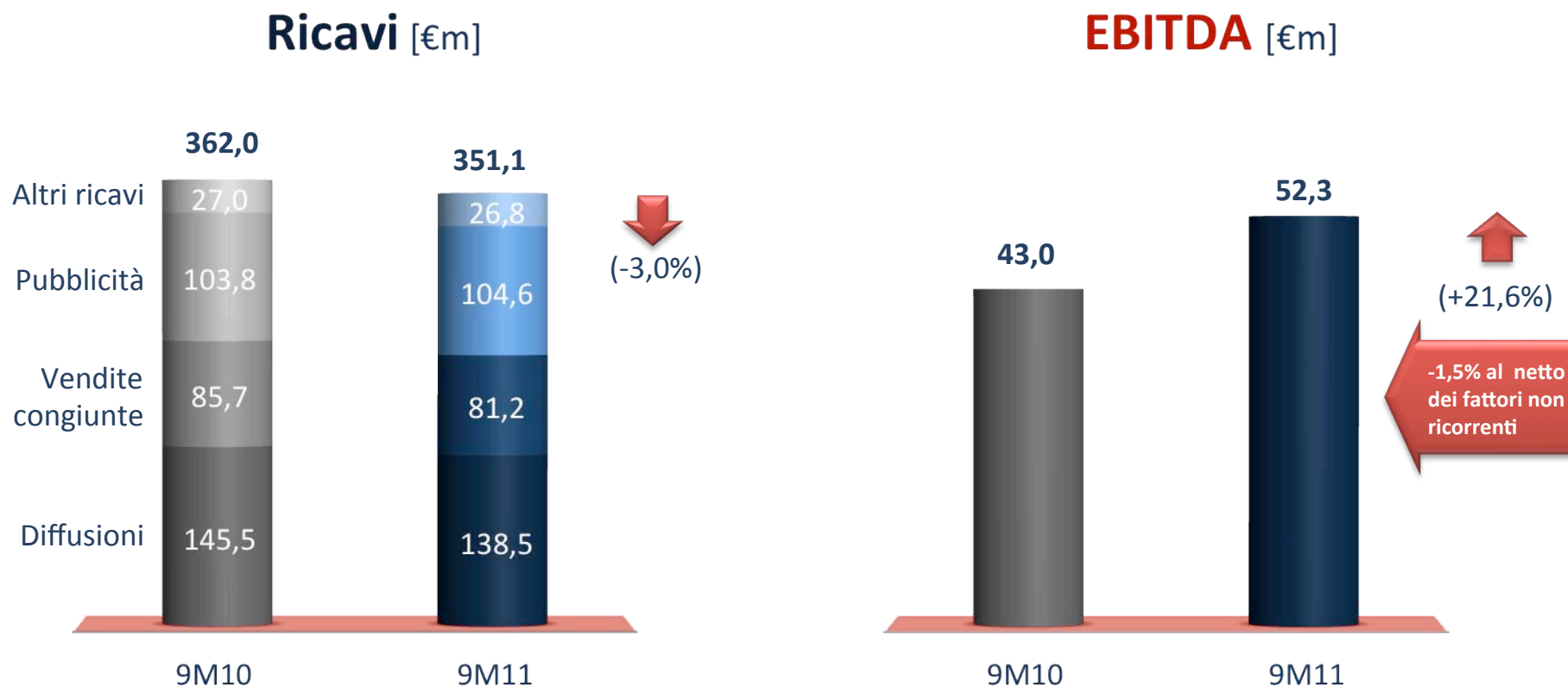


\* Il dato, secondo Fonte interna, al netto dei nuovi lanci è stimato a circa -7%.

\*\*Nielsen periodo Gen-Ago 2011

# Periodici Italia: highlights finanziari

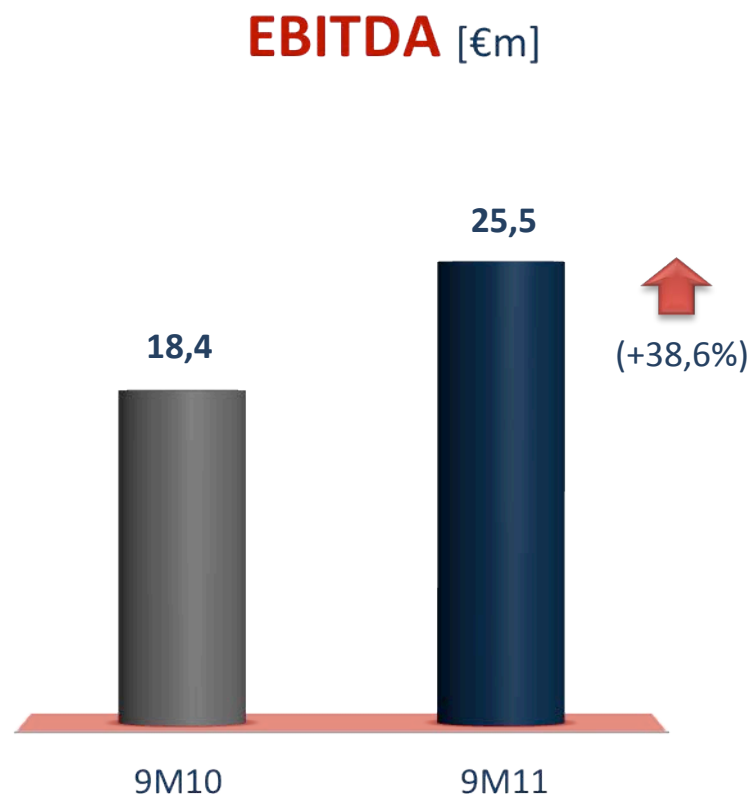
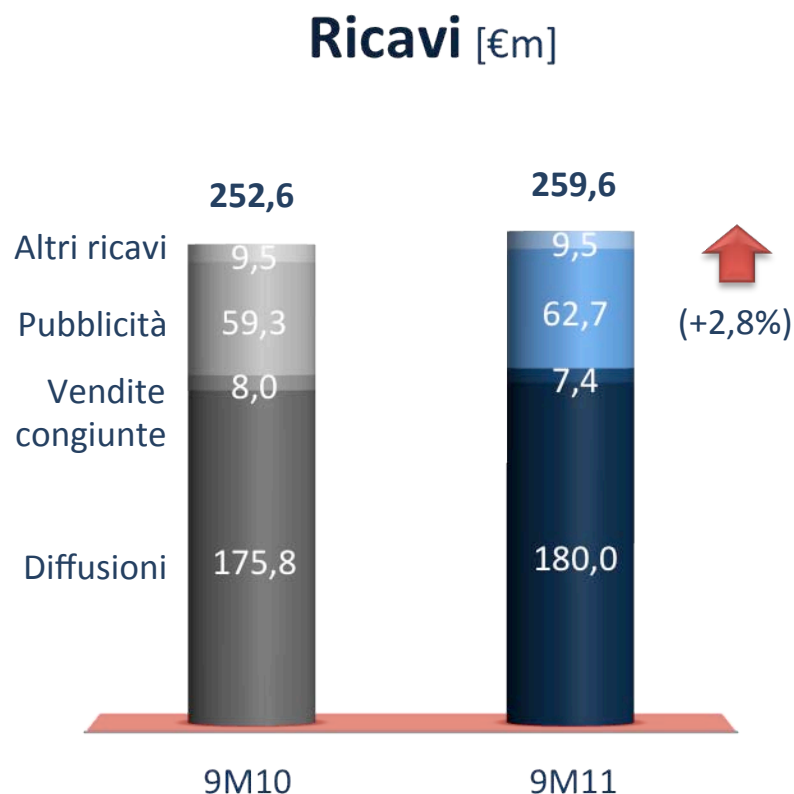
- ▲ Fatturato totale -3,0% con il seguente mix:
  - Ricavi Pubblicitari +0,8%: grazie al forte incremento della raccolta internet e delle attività internazionali che compensano la leggera flessione della raccolta sulle testate in Italia (-0,7%)
  - Ricavi Diffusionali in flessione del -4,8%
  - Ricavi vendite congiunte -5,2% ma con marginalità in aumento rispetto a 9M10
- ▲ Prosegue l'attività di rilancio e/o rinnovo testate: 9 testate nel periodo e ulteriormente sviluppato il network internazionale con 4 nuovi lanci
- ▲ EBITDA: in linea (-1,5%) con 9M10 al netto dei fattori non ricorrenti





# Periodici Francia

- ▲ Fatturato +2,8%; con un mix che vede:
  - Ricavi pubblicitari +5,7%: il risultato è migliore rispetto al mercato (+0,5%\*), grazie al forte incremento della raccolta sulle testate femminili alto di gamma (Grazia e Biba) che rappresentano 1/3 del totale
  - Ricavi Diffusionali +2,4%: le azioni di miglioramento di prodotto e di restyling (7 testate nel periodo) hanno contribuito ad una performance superiore al mercato, in flessione del -4,2%\*\*
- ▲ EBITDA: +38,6% rispetto al 9M10, grazie all'aumento del fatturato, al miglioramento della performance di Grazia ed ai minori costi di struttura (nuova sede)



\* Dati a Settembre a valore, fonte Kantar Media

\*\* Dati a Settembre a valore per edicola, fonte interna

# Publicità: market highlights

- ▲ Il mercato a valore, nei primi otto mesi del 2011, risulta in calo del 4,0% rispetto allo stesso periodo del 2010. Nei periodi estivi si è evidenziato un significativo rallentamento dell'attività. Tutti i maggiori mezzi tradizionali risultano in calo mentre il solo settore internet conferma il costante trend di crescita
- ▲ Nei 6 settori principali dei periodici (2/3 del volume) solo moda e cosmesi sono in crescita mentre tutti gli altri risultano in contrazione, in particolare il largo consumo

Mercato Pubblicitario		
Media	Var	% sul totale
Televisione	-4,7%	52,8%
Periodici	-1,8%	9,4%
Quotidiani*	-5,6%	15,1%
Radio	-5,5%	5,2%
Internet	+13,5%	6,7%
Altro	-11,5%	10,8%
<b>TOTALE</b>	<b>-4,0%</b>	<b>100%</b>

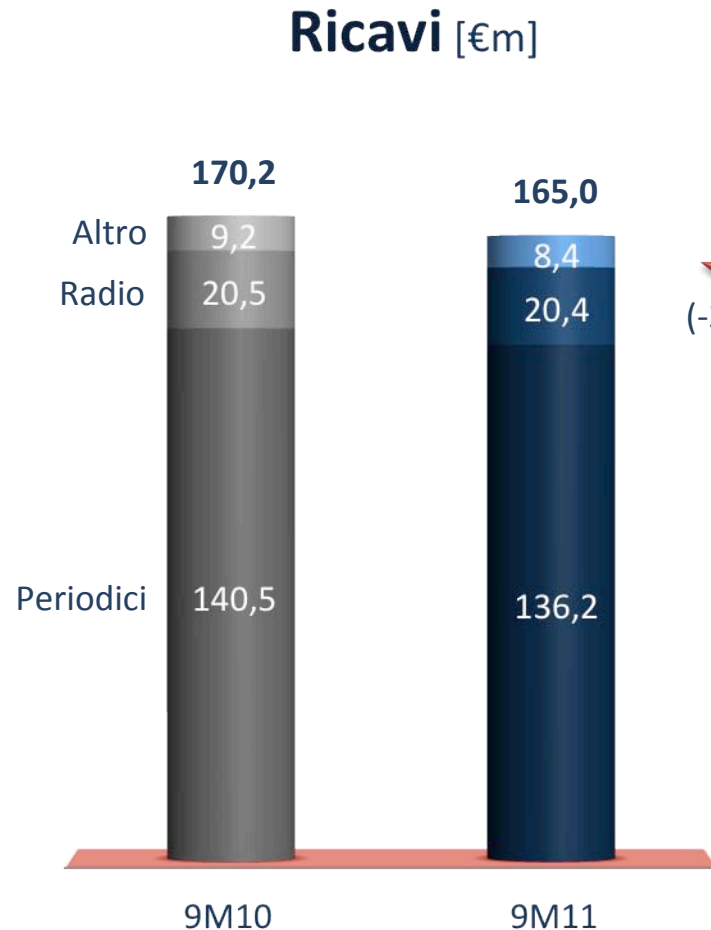
Evoluzione settori merceologici (periodici) **				
Settore	9M10	9M11	Var	% sul totale
Moda	28.553	29.367	+2,9%	24,8%
Cosmesi	13.561	14.239	+5,0%	15,1%
Arredamento	12.767	12.379	-3,0%	13,1%
Largo Consumo	12.101	9.679	-20,0%	10,3%
Turismo	5.616	4.899	-12,8%	5,2%
Auto	4.523	4.213	-6,9%	4,5%
Farmaceutico	3.207	3.781	+17,8%	4,0%
Media/Ed.	2.123	2.079	-2,1%	2,2%
Finanza	2.076	1.821	-12,3%	1,9%
Tlc	1.066	1.271	+19,2%	1,3%
Enti	1.385	1.091	-21,2%	1,2%
Informatica	1.209	1.023	-15,4%	1,0%
<b>Totale</b>	<b>95.034</b>	<b>93.944</b>	<b>-1.1%</b>	

Dati Nielsen periodo Gen-Ago 2011

\* Esclude Free Press 2011

\*\* Dati a spazio

# Mondadori Pubblicità: highlights finanziari

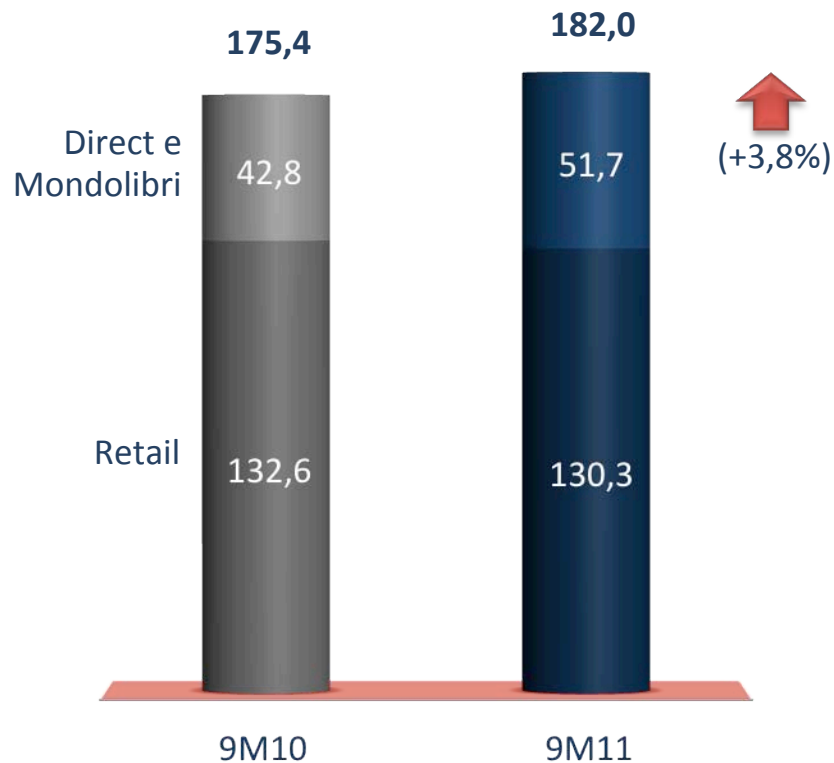


(-3,1%)

- ▲ Fatturato della concessionaria in calo del -3,1% rispetto a 9M10, prevalentemente per la riduzione dell'attività per terzi
- ▲ Relativamente alle attività del Gruppo in leggero decremento la raccolta delle testate Mondadori (-0,7%), con trend sempre positivi delle testate femminili (Grazia, Tu Style e Donna Moderna)
- ▲ Per R101 la raccolta è in crescita rispetto ai 9M10, in un mercato in marcata flessione (-5,5%) grazie alla performance della rete commerciale
- ▲ Internet: ottimi i dati della raccolta della JV Mediamond con una crescita del 65,9% verso i 9M10

# Direct & Retail

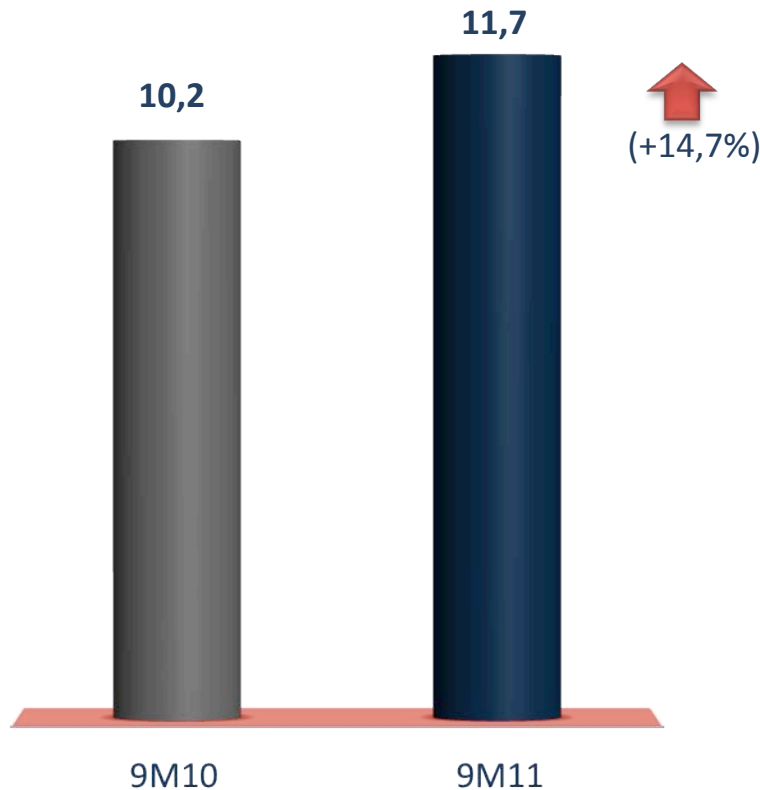
Ricavi [€m]



- ▲ In un contesto congiunturale particolarmente difficile il fatturato è in crescita del 3,8% ma escluso l'effetto di Mondolibri, consolidato da maggio 2010, il dato normalizzato è di -4,2%
- ▲ Continuano le azioni di miglioramento del layout dei negozi, l'inserimento di nuove linee di prodotto e corner di brand affermati (nei multicenter)
- ▲ Il network ha raggiunto i 608 punti (570 nei 9M10): fatturato Retail rimane sostanzialmente stabile grazie alla crescita dei punti vendita in franchising

# Radio

## Ricavi netti [€m]



▲ Il mercato radiofonico ha registrato una flessione del -5,5% (fonte Nielsen agosto 2011)

▲ Per R101: fatturato in crescita del 14,7% rispetto al 9M10 grazie all'ottima performance della nuova rete commerciale (successiva all'avvenuta riorganizzazione) e dall'incremento della quota editore

▲ R101 registra dati di ascolti medi giornalieri pari a oltre 3 milioni di ascoltatori, secondo fonti di ricerche di istituti indipendenti

# Digital

Il volume di attività totale del digital ha raggiunto nel 9M11 i €33,0m (€ 22,2 mio nei 9M10) pur scontando il ritardo nel lancio dell'attività di gaming

## 1) ATTIVITÀ DIRETTE:

- ▲ E-commerce: Bol.it ha raggiunto 1 mio di visitatori unici su base mensile, +30% gli ordini rispetto 9M10
- ▲ CRM: continua l'implementazione del sistema di raccolta dati e profilazione clienti. Piena funzionalità attesa nel 2Q12
- ▲ Gaming: ottenuta la licenza, previsto inizio dell'attività entro Novembre
- ▲ Applications: nei 9 mesi create quattro applicazioni ai vertici della classifiche di iTunes

Fatt.: €13,1mio  
EBITDA: €-11,7mio

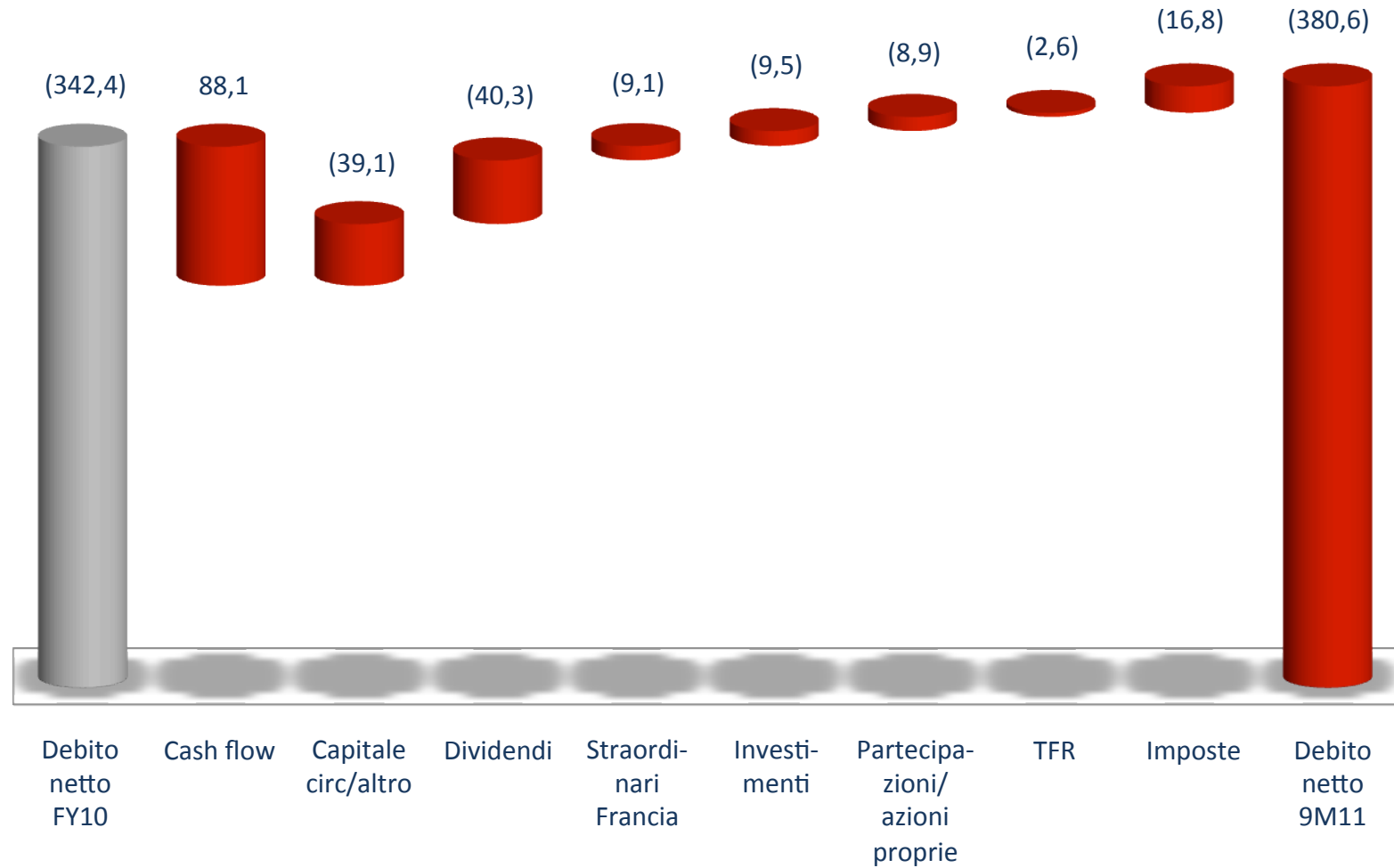
## 2) ATTIVITÀ A SUPPORTO DEL BUSINESS EDITORIALE: e-book, book club on line, properties, abbonamenti e pubblicità digitale

- ▲ +37% la pubblicità on line rispetto ai 9M10. Performance molto superiore al mercato (+13,5%)
- ▲ 4,2 milioni i visitatori unici di Donna Moderna Network (+29% rispetto 9M10); in crescita anche i dati di traffico dei siti di tutte le altre testate

Fatt.: €19,9 mio  
EBITDA: in altre aree di business

# Allegati

# Evoluzione del Debito Netto





# Risultati per divisione

Ricavi				
€m	9M10	9M11	Var	
Libri	294,5	280,5	-4,8%	
Periodici Italia	362,0	351,1	-3,0%	
Periodici Francia	252,6	259,6	+2,8%	
Mondadori Pubblicità	170,2	165,0	-3,1%	
Direct & Retail	175,4	182,0	+3,8%	
Radio	10,2	11,7	+14,7%	
Digitale	5,8	13,1	+125,9%	
Holding/ Altro	14,4	16,6	+15,3%	
<b>Ricavi Lordi</b>	<b>1.285,1</b>	<b>1.279,6</b>	<b>-0,4%</b>	
<b>Intercompany</b>	<b>-154,9</b>	<b>-164,9</b>	<b>+6,5%</b>	
<b>Ricavi Netti</b>	<b>1.130,2</b>	<b>1.114,7</b>	<b>-1,4%</b>	

EBITDA				
€m	9M10	9M11	Var	
Libri	53,2	52,1	-2,1%	
Periodici Italia	43,0	52,3	+21,6%	
Periodici Francia	18,4	25,5	+38,6%	
Mondadori Pubblicità	-4,0	-4,6	ns	
Direct & Retail	3,4	0,3	ns	
Radio	-1,2	-1,1	ns	
Digitale	-0,6	-11,7	ns	
Holding/ Altro	-9,1	-8,2	ns	
<b>EBITDA</b>	<b>103,1</b>	<b>104,6</b>	<b>+1,5</b>	