

COMUNICATO STAMPA

Informazione al pubblico ai sensi della delibera CONSOB n. 11971 del 14 maggio 1999 e successive modifiche

Approvato il progetto di bilancio e bilancio consolidato al 31 dicembre 2011

- **FATTURATO CONSOLIDATO A 1.509,8 MILIONI DI EURO:
-3,1% RISPETTO AI 1.558,3 MILIONI DI EURO DEL 2010**
- **MARGINE OPERATIVO LORDO CONSOLIDATO A 130,4 MILIONI DI EURO:
-7% RISPETTO AI 140,2 MILIONI DI EURO DEL 2010**
- **UTILE NETTO CONSOLIDATO A 49,6 MILIONI DI EURO:
+17,8% RISPETTO AI 42,1 MILIONI DI EURO DEL 2010**

§

PROPOSTA DI DESTINAZIONE DELL'UTILE NETTO DELLA CAPOGRUPPO A RISERVA STRAORDINARIA

Segrate, 19 marzo 2012 - Il Consiglio di Amministrazione di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., riunitosi oggi sotto la presidenza di Marina Berlusconi, ha esaminato e approvato il progetto di bilancio e il bilancio consolidato al 31 dicembre 2011 presentati dal vice presidente e amministratore delegato Maurizio Costa.

LO SCENARIO DI MERCATO

Nella seconda parte dell'esercizio 2011 la situazione economica a livello mondiale, ed in area euro, ha mostrato forti segnali di difficoltà. In Italia il quadro congiunturale dell'economia nel corso dell'autunno è fortemente peggiorato, segnando l'inizio di una fase recessiva. Si sono verificati quindi impatti negativi sul fronte della produzione industriale e degli investimenti con conseguente flessione dei consumi. Anche in Francia i principali indicatori macroeconomici nel 2011 hanno mostrato trend negativi rispetto all'anno precedente.

L'andamento macroeconomico dei principali mercati di riferimento del Gruppo Mondadori, in Italia e Francia, ha risentito di queste dinamiche negative, evidenziando nell'ultimo trimestre un significativo deterioramento.

L'ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 31 DICEMBRE 2011

Conto economico consolidato sintetico	FY10	FY11	%
Ricavi netti	1.558,3	1.509,8	-3,1
Costo del personale	-271,5	-270,7	-0,3
Costo del venduto e altro	-1.146,6	-1.108,7	-3,3
EBITDA	140,2	130,4	-7,0
Ammortamenti	-26,0	-26,6	2,3
EBIT	114,2	103,8	-9,1
Proventi e oneri finanziari netti	-23,9	-21,1	-11,7
UTILE ANTE IMPOSTE	90,3	82,7	-8,4
Imposte	-47,6	-33,2	-30,3
Utile di Terzi	-0,6	0,1	ns
UTILE NETTO	42,1	49,6	17,8

Nel contesto sopra descritto, l'esercizio 2011 per il Gruppo Mondadori si è chiuso con un **fatturato netto consolidato di 1.509,8 milioni di euro**, in riduzione del 3,1% rispetto ai 1.558,3 milioni di euro del 2010.

Il **marginale operativo lordo consolidato** è risultato di **130,4 milioni di euro**, in flessione del 7% rispetto ai 140,2 milioni di euro dell'esercizio precedente; l'incidenza sul fatturato è risultata dell'8,6% rispetto al 9% del 2010. **Escludendo gli elementi non ricorrenti positivi e gli investimenti di sviluppo dei business digitali**, la riduzione del margine operativo risulterebbe del 3,3%.

Il **risultato operativo consolidato** è stato di **103,8 milioni di euro**, in diminuzione del 9,1% rispetto ai 114,2 milioni di euro del 2010, con ammortamenti e svalutazioni di attività materiali ed immateriali per 26,6 milioni di euro (26 milioni di euro nel 2010).

L'**utile prima delle imposte consolidato** è risultato di **82,7 milioni di euro**, inferiore dell'8,4% rispetto ai 90,3 milioni di euro del 2010, con minori oneri finanziari per 3,4 milioni di euro e maggiori oneri da partecipazioni per 0,6 milioni di euro.

L'**utile netto consolidato** è stato di **49,6 milioni di euro**, superiore del 17,8% rispetto ai 42,1 milioni di euro dell'esercizio precedente, nel quale erano state però pagate imposte relative ad esercizi precedenti per 8,7 milioni di euro.

Il **cash flow lordo** dell'esercizio 2011 è risultato di 76,2 milioni di euro, rispetto ai 68,1 milioni di euro del 2010.

La **posizione finanziaria netta** di Gruppo è negativa per 335,4 milioni di euro, con un miglioramento di 7 milioni di euro rispetto a fine 2010, dopo aver distribuito dividendi per 40,3 milioni di euro nel corso dell'esercizio.

Informazioni sul personale

Al 31 dicembre 2011 il personale dipendente in forza alle società del Gruppo, a tempo indeterminato e determinato, risulta composto da 3.664 unità rispetto alle 3.649 di fine 2010.

Nel 2011 hanno avuto conclusione i piani di prepensionamento autorizzati dal Ministero, che hanno visto l'uscita, nel biennio, di 233 dipendenti, sia con contratto grafico-editoriale che giornalistico. Analoga situazione è stata realizzata in Francia dove l'attuazione del previsto "plan social" ha comportato, nel biennio, l'uscita di 74 dipendenti.

Complessivamente, si può quindi affermare che il Piano di Ristrutturazione annunciato nel 2009, del quale i sopra indicati programmi Ministeriali costituivano una parte importante ma non esclusiva, sia stato portato a termine con pieno successo.

RISULTATI DELLE AREE DI BUSINESS

• LIBRI

Nel 2011 il **mercato** dei libri trade in Italia si è mantenuto costante a livello di copie vendute, mentre ha evidenziato un calo dell'1,4% a valore di copertina (fonte Nielsen).

Per quanto riguarda i canali distributivi è risultata particolarmente critica la contrazione della grande distribuzione, che ha chiuso l'anno con -7,9% a valore, dopo aver toccato punte pari a -20,3% nel mese di dicembre. Il dato è ancora più eclatante se si analizza l'andamento dei dieci titoli più venduti: a valore il 2011 segna un calo del 48% nella top ten rispetto allo stesso dato rilevato nel 2007.

In questo contesto **Mondadori** ha confermato la propria leadership nel mercato librario trade con una quota pari al 26,5% a valore (fonte Nielsen).

In particolare, 43 titoli si sono posizionati tra i primi 100 bestseller dell'anno. Tra questi, *Le prime luci del mattino* di Fabio Volo, *Nessuno si salva da solo* di Margaret Mazzantini, la biografia *Steve Jobs* di Walter Isaacson, editi da Mondadori, e *Tre atti e due tempi* di Giorgio Faletti, edito da Einaudi, si posizionano rispettivamente primo, quarto, ottavo e decimo nella classifica generale dell'anno.

I ricavi dell'area Libri sono ammontati a **389,1 milioni di euro**, in calo del 6% rispetto ai 413,9 milioni di euro dell'esercizio precedente.

Il margine operativo lordo, nonostante la flessione dei ricavi già citata, si mantiene sostanzialmente allineato ai valori elevati del 2010, grazie anche ad un'attenta politica di contenimento dei costi e al contributo positivo apportato dalle società partecipate.

Nel settore paperback l'iniziativa più rilevante è stata il lancio del nuovo marchio NumeriPrimi°, che ha visto protagoniste tutte le case editrici del Gruppo - Edizioni Mondadori, Einaudi, Piemme, Sperling&Kupfer - con la pubblicazione dei titoli di maggior successo in edizione tascabile di grande qualità e formato.

Nei primi dieci mesi di vita, NumeriPrimi° ha raggiunto i due milioni di copie con particolare diffusione nel canale della grande distribuzione.

Il 2011 è stato per l'area Libri indubbiamente importante sul fronte dell'editoria digitale, con il funzionamento a regime della piattaforma digitale di distribuzione Mondadori e, nella seconda parte dell'anno, con l'ingresso sul mercato italiano dei principali retailer internazionali di libri digitali. Mondadori ha introdotto nel 2011 oltre 3.000 **e-book** registrando un quarto delle vendite a partire dalla piattaforma Mondadori.

Il periodo natalizio ha visto i venduti medi più alti dell'anno con punte di 4.000 download al giorno. Tra i libri di maggior successo, anche in formato digitale, le novità di Walter Isaacson, Fabio Volo, Giorgio Faletti e Margaret Mazzantini, e titoli di catalogo come *Miglio 81* di Stephen King.

L'obiettivo è digitalizzare l'intero catalogo del Gruppo, circa 15.000 titoli, entro il 2014.

Anche nel comparto della scolastica, il programma di digitalizzazione del catalogo è stato completato per il 90%, con circa 1.300 titoli già disponibili in formato e-book.

• **PERIODICI ITALIA**

L'attuale difficile contesto macro-economico ha continuato a influenzare fortemente il **mercato** della stampa periodica in Italia, condizionando negativamente l'andamento dei ricavi pubblicitari (stampa periodica -3,7%; fonte Nielsen), delle diffusioni (dato a copie: -5% e -7,2% a perimetro omogeneo; fonte interna) e dei prodotti collaterali (dato a valore: -0,5%; fonte interna). Alle conseguenze della situazione economica si sommano i cambiamenti strutturali, legati all'evoluzione digitale, che vanno a discapito del prodotto cartaceo, verso il quale mostrano minore interesse soprattutto i giovani lettori.

Mondadori si è attivata per fronteggiare le criticità, riuscendo a conseguire performance migliori della concorrenza e rafforzando la sua posizione di leader di mercato (33,3%), come testimoniato dalla continua crescita dei lettori di settimanali e mensili del Gruppo che raggiungono i 35 milioni, pari all'82% del totale (Audipress 2011/III). In particolare, l'ultimo ciclo Audipress testimonia una crescita dell'audience Mondadori dell'1,6% rispetto al periodo precedente.

In un contesto fortemente recessivo, la performance dell'area Periodici Italia ha registrato un calo dei ricavi complessivi del 2,7%, passando da 471,4 a **458,8 milioni di euro**.

In particolare le testate Mondadori hanno risentito maggiormente dell'andamento recessivo dei mercati di riferimento e chiuso l'anno con un calo dei ricavi di circa il 5%, derivante dalla riduzione di:

- ricavi diffusionali (-4,7%), penalizzati da un sensibile calo degli abbonamenti (-15%) e dalle minori copie vendute nelle attività on pack dei collaterali (-11%);
- ricavi delle vendite congiunte (-2,4%), principalmente a causa del calo dei prodotti musicali. E' stata comunque preservata la leadership del Gruppo nel segmento (35%), con una redditività elevata e in linea con l'anno precedente;
- ricavi pubblicitari: -3,8%, in particolare, con performance negative sui settimanali a target familiare e sui maschili di attualità, in parte compensate da un buon andamento delle testate femminili.

I risultati economici hanno mostrato invece un sensibile incremento ascrivibile anche alla plusvalenza realizzata dalla cessione della partecipazione in Hearst Mondadori Editoriale S.r.l.. Anche al netto dei citati fattori non ricorrenti il margine operativo lordo risulta in crescita.

Properties

Nel corso del 2011 Mondadori ha realizzato una serie di importanti interventi sulle web properties associate ai principali magazine, conseguendo risultati di estrema rilevanza, sia sotto il profilo pubblicitario, sia sotto il profilo del traffico.

Il bilancio del 2011 è da ritenersi particolarmente positivo, con un miglioramento di tutti gli indicatori a tassi superiori a quelli del mercato, ed in particolare la raccolta pubblicitaria (+47,7% rispetto al +12,3% del mercato; fonte Nielsen) e la crescita del numero di utenti unici, oltre 6,6 milioni (+23,5% rispetto all'anno precedente). Tale andamento ha beneficiato delle positive performance di: www.grazia.it (+73%), www.panorama.it (+63%), www.donnamoderna.com (+27%). Da segnalare il rapido ritmo di crescita di www.panoramauto.it, nato nel secondo semestre dell'anno.

• **PUBBLICITÀ**

L'andamento del **mercato** degli investimenti pubblicitari in Italia ha mostrato nel 2011 un calo complessivo del 3,8% (fonte Nielsen), confermando che la crisi finanziaria globale e la revisione al ribasso della crescita del PIL hanno particolarmente fatto sentire i loro effetti coinvolgendo praticamente tutti i mezzi di comunicazione con la sola eccezione del web. La televisione ha registrato una flessione del 3,1%. In significativo calo la radio (-7,8%) e i quotidiani (-7,7%), mentre i periodici hanno registrato una flessione più contenuta (-3,7%), con un ultimo trimestre particolarmente negativo (-8,2%).

La contrazione dell'advertising ha coinvolto tutti i settori trainanti del mercato pubblicitario dei magazine con l'eccezione di cosmetica e moda.

Mondadori Pubblicità nell'esercizio 2011 ha subito un calo complessivo della raccolta, che ha portato il valore dei fatturati a **219,9 milioni di euro**, rispetto ai 233,9 milioni di euro del 2010.

Sul fronte dei **periodici** la flessione è stata determinata dall'andamento particolarmente negativo di alcuni settori come largo consumo e arredamento. In particolare, i settimanali hanno evidenziato una sofferenza, nonostante le buone performance di *Grazia* (+3,2%) e *Tu Style* (+11,1%) e una sostanziale tenuta di *Donna Moderna*; gli altri settimanali del Gruppo hanno infatti registrato risultati negativi.

Per i mensili, invece, il calo risulta contenuto (-1,2%), grazie alla tenuta delle pubblicazioni di arredamento e di cucina e al successo di *Panorama Icon*, il cui lancio dell'aprile 2011 ha permesso al Gruppo di rafforzarsi nel segmento fashion maschile e alla concessionaria di offrire un prodotto in linea con le esigenze delle aziende attive nella fascia alta del mercato.

Da sottolineare che nel 2011 Mondadori Pubblicità ha mantenuto una continua attenzione sull'andamento dei prezzi medi con una tenuta rispetto al 2010 per *Donna Moderna*, *Grazia* e *Tu Style* nei settimanali e una crescita su arredamento e cucina per i mensili, talvolta anche a discapito dei volumi.

I ricavi pubblicitari sul mezzo **radio** (*R101* e *Radio Kiss Kiss*) sono cresciuti dello 0,7%, grazie soprattutto alla performance del nuovo modello organizzativo di Mondadori Pubblicità varato nel maggio 2011; particolarmente positivo il trend di *R101* in un mercato che ha visto decrescere gli investimenti del 7,8% (fonte Nielsen).

Sul fronte **internet**, ottimo il risultato realizzato da Mediamond con una crescita complessiva del 56% rispetto al 2010, grazie alle positive performance dei principali siti del Gruppo e al grande successo di TgCom (+59%) e Sport Mediaset (+30,2%) del Gruppo RTI. Complessivamente il perimetro dei siti raccolti da Mediamond si è arricchito nel 2011 di www.ilgiornale.it con una raccolta superiore alle previsioni.

Mediamond, a due anni dalla nascita, può contare sulla concessione di raccolta pubblicitaria di 30 siti verticali, 11,5 milioni di utenti unici mensili, oltre ad un considerevole numero di case history con aziende leader nei settori di riferimento.

• **PERIODICI FRANCIA**

Il **mercato** dei periodici in Francia sia dal punto di vista delle diffusioni sia della raccolta pubblicitaria ha subito nel corso dell'ultima parte dell'esercizio un deciso rallentamento, anche se meno significativo di quello riscontrato in Italia. Nel corso dell'anno la raccolta pubblicitaria ha registrato a valore un dato sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente mentre per quanto riguarda le diffusioni, la flessione registrata è stata del 4,2%.

Nel contesto di mercato descritto, **Mondadori France** ha registrato risultati in crescita grazie alle buone performance di tutte le pubblicazioni.

Il fatturato a livello consolidato è stato di **348,1 milioni di euro**, in crescita dell'1,1% rispetto ai 344,2 milioni di euro dell'anno precedente.

Il margine operativo lordo è aumentato del 16,8% rispetto al 2010, grazie alle buone performance editoriali ed, in particolare, al miglioramento di *Grazia*, oltre che a minori costi industriali e di struttura.

I ricavi pubblicitari sono risultati in crescita del 3,3% a 85,4 milioni di euro. Questa eccellente performance è dovuta soprattutto alla forte crescita della raccolta dei periodici del segmento dei femminili di alta gamma, in particolare del settimanale *Grazia* (+34%) e del mensile *Biba* (+10%), che rappresentano oggi il 33,6% del fatturato pubblicitario totale (27,2% nel 2010).

Si segnala che *Grazia* è il secondo giornale del mercato in termini di pagine pubblicitarie (2.495 pagine in crescita del 39%); anche a livello diffusionale, il settimanale ha confermato il proprio successo, crescendo del 3,1% con 184.000 copie.

Sul fronte delle diffusioni, che rappresentano il 69% del totale, i ricavi sono cresciuti dell'1,3%, a 239,5 milioni di euro; di particolare rilevanza il canale abbonamento, pari al 32,5% di fatturato totale.

Nel corso dell'anno sono state avviate numerose attività focalizzate sull'innovazione e sulla qualità, fattori chiave delle buone performance ottenute a livello di diffusione: in particolare si ricorda il lancio del nuovo formato di sette testate e la nascita del trimestrale *Guerres & Histoire*.

Tra i magazine di maggior successo si segnalano *Modes & Travaux*, diventata la testata principale nel suo segmento di riferimento; nell'ambito dei femminili, *Top Santé* e *Closer*, che hanno rafforzato la loro posizione; nel segmento scienza, *Science & Vie* e *Science & Vie Junior*, in continua crescita.

Mondadori France è leader nel segmento auto con il settimanale *Auto Plus* e il bimestrale *Auto-Journal*.

Biba ha registrato la più forte crescita tra tutti i suoi concorrenti, con 326.000 copie (+4,5% rispetto al 2010).

Attività internazionali

Nonostante qualche segnale di rallentamento dovuto alla persistente situazione economica globale, le **Attività Internazionali** confermano il trend positivo degli anni precedenti. Alle criticità presenti sul fronte dei consumi e degli investimenti pubblicitari il Gruppo risponde con un continuo ampliamento della diversificazione geografica e con il consolidamento della presenza su importanti mercati emergenti come Cina, Russia e paesi asiatici. Il giro di affari annuale delle Attività Internazionali è stato superiore ai 160 milioni di euro. Driver di questa crescita è *Grazia*, marchio che registra un fortissimo successo a livello internazionale, giunto a formare nel 2012 un network di venti edizioni con la presenza in quattro continenti.

Licensing: a fine 2011 le edizioni internazionali sono complessivamente 27: diciassette di *Grazia*, sette di *Casaviva*, una di *Flair*, una di *Interni*, una di *Sale&Pepe*. Le diverse edizioni di *Grazia* hanno generato un fatturato aggregato pari a 107 milioni di euro (+20% rispetto al 2010) con aspettative di ulteriore crescita per il 2012 anche grazie al lancio in nuovi paesi.

Advertising: grazie ad un team dedicato e focalizzato sui segmenti moda e arredamento, nel 2011 Mondadori ha registrato sul mercato italiano ricavi pubblicitari per 6,8 milioni di euro (+49% rispetto al 2010).

Per quanto riguarda le partecipazioni, Mondadori è presente in Cina con la joint-venture Mondadori Seec Advertising Co Ltd: *Grazia* Cina, lanciata nel febbraio 2009, si è già affermata come un caso di successo (ricavi pari a 7,1 milioni di euro, +87% rispetto al 2010). Vista l'impetuosa crescita e il potenziale del mercato cinese, Mondadori ha ora allo studio diversi nuovi progetti, i primi dei quali dovrebbero vedere la luce già nei prossimi mesi.

Grazia Russia, che festeggerà a marzo il suo quinto anniversario dalla pubblicazione, ha registrato nel 2011 un fatturato pari a 4,1 milioni di euro, in crescita del 20% rispetto ad un già positivo 2010.

Pur in un contesto economico di forte crisi, Attica Publications stima di poter trarre vantaggi competitivi rispetto ai concorrenti.

• **DIRECT**

L'Area Direct, in cui confluiscono i business del retail e del direct marketing, svolge la propria attività attraverso:

- un network sul territorio, composto a fine 2011 da 628 punti vendita (22 librerie in gestione diretta e 307 in franchising; 9 Multicenter; 213 Edicolò in franchising; 18 Librerie *club* in gestione diretta e 59 in franchising);
- Cemit, società leader di mercato nell'offerta di strategie diversificate per la progettazione e lo sviluppo di comunicazione one-to-one e di CRM.

I ricavi registrati nel 2011 sono stati di **265,5 milioni di euro**, in calo dell'1,4% rispetto ai 269,2 milioni di euro del 2010. I dati non sono comparabili per alcuni cambiamenti di perimetro, tra cui l'acquisizione della quota totalitaria di Mondolibri S.p.A.. A perimetro omogeneo la contrazione sarebbe di circa il 5% rispetto al precedente esercizio.

I multicenter e le librerie, *club* e in gestione diretta, risultano penalizzati da marcate flessioni che raggiungono anche il 12%; soltanto quelle in franchising e le Edicolò mantengono un trend positivo nella dinamica dei ricavi.

Anche Cemit, che ha risentito in modo significativo del calo generalizzato degli investimenti in comunicazione diretta, chiude l'esercizio con una riduzione dei ricavi pari al 24%.

A fronte di queste difficoltà si è ulteriormente elevata la soglia di attenzione nei confronti dei costi; in quest'ottica va interpretata l'operazione di incorporazione di Mondadori Franchising S.p.A. e Mondolibri S.p.A. in Mondadori Retail S.p.A., che ha assunto successivamente la denominazione di Mondadori Direct S.p.A., avvenuta a metà esercizio.

• **RADIO**

R101, l'emittente del Gruppo, ha realizzato ricavi netti per **16,3 milioni di euro**, in crescita del 12,4% rispetto ai 14,5 milioni di euro del 2010, grazie al traino dei segmenti auto, alimentari, media/editoria e telecomunicazioni, che rappresentano circa il 50% del fatturato complessivo.

Il dato di mercato dei ricavi pubblicitari del mezzo radio ha invece registrato complessivamente nel 2011 un calo pari al -7,8% rispetto al 2010 (fonte Nielsen).

L'incremento dei ricavi di *R101* è attribuibile, oltre che all'allineamento della quota editore rispetto agli altri business di Gruppo, anche alla performance della rete commerciale, passata da rete dedicata all'ambito più generale di tutta la forza vendita di Mondadori Pubblicità, che ha consentito l'ingresso di numerosi nuovi clienti.

• **DIGITAL**

Il fatturato dell'Area Digital è stato di **17,2 milioni di euro**, in aumento del 63,8% rispetto ai 10,5 milioni di euro del 2010. Il volume d'affari espresso dalle attività editoriali digitali, di e-commerce, diversificate e attinenti allo sviluppo di infrastrutture informatiche e database, è ammontato a 44,2 milioni di euro, in crescita del 23,5% rispetto all'esercizio 2010.

Nell'ambito delle attività editoriali digitali rientrano principalmente le attività afferenti gli e-book, il self publishing, il club on-line, le properties e l'advertising digitale.

Nel settore dell'e-commerce nel 2011 l'attività è stata realizzata attraverso, tra gli altri, i siti www.bol.it, dedicato al consumo culturale attraverso la vendita di Libri, CD, DVD ed e-book, che ha registrato un crescente andamento del numero di ordini (+23%) e del numero di utenti unici (+42%), e www.abbonamenti.it, legato allo sviluppo della diffusione della copia e dell'abbonamento digitale.

Le attività del CRM nel 2011 hanno visto la nascita del Data Base Clienti Mondadori, un'unica struttura in cui confluiscono i Clienti di tutte le business-unit e la messa a punto di processi informativi per la riconciliazione di Clienti appartenenti a società del Gruppo differenti fra loro.

RISULTATI DI ARNOLDO MONDADORI EDITORE S.P.A.

Il bilancio della Capogruppo Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. al 31 dicembre 2011 presenta un utile netto pari a 55,3 milioni di euro (51,7 milioni al 31 dicembre 2010), mentre il margine operativo lordo si attesta a 48,5 milioni di euro (70,8 milioni nel 2010).

Gli indicatori economici citati mostrano un andamento contrastante; il margine operativo lordo sconta la rilevante contrazione dei fatturati nell'area Libri e nell'area Periodici, dove sia i ricavi da vendita di copie sia quelli derivanti dalla raccolta pubblicitaria registrano un performance negativa rispetto all'esercizio 2010.

Significativo, in valore assoluto, anche l'ammontare di investimenti realizzati nelle attività digitali, ancora in fase di start-up.

L'utile netto, invece, beneficia dei maggiori proventi derivanti dalla gestione delle partecipazioni che, nel 2011, comprendono la plusvalenza di circa 10 milioni di euro realizzata dalla cessione della quota di Hearst Mondadori Editoriale S.r.l. e della riduzione delle imposte tra le quali, nel 2010, era iscritto l'ammontare non ricorrente pari a 8,7 milioni di euro, a fronte dell'adesione alla definizione delle liti fiscali pendenti, stabilita dalla legge 22 maggio 2010 n. 73, per il contenzioso in essere con l'Agenzia delle Entrate di Milano relativo all'esercizio 1991.

PROPOSTA DI DISTRIBUZIONE DELL'UTILE NETTO DELL'ESERCIZIO AL 31.12.2011

Il Consiglio di Amministrazione proporrà all'Assemblea, convocata per il 19 aprile 2012 in prima convocazione (20 aprile in eventuale seconda convocazione), di destinare integralmente a riserva straordinaria l'utile netto risultante dal bilancio di esercizio al 31 dicembre 2011 di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., pari a 55.342.667,63 euro.

In considerazione dell'attuale scenario di mercato e nonostante il risultato netto 2011 in aumento rispetto al 2010, la proposta del Consiglio di Amministrazione di non distribuire il dividendo per l'esercizio 2011 è finalizzata al rafforzamento della struttura patrimoniale e finanziaria.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Nei primi due mesi dell'esercizio in corso i trend relativi ai consumi in generale, ed in particolare sui mercati di riferimento di Mondadori, restano sensibilmente negativi, in linea con gli ultimi mesi del 2011.

Allo stato attuale non vi sono segnali di inversione di tendenza che possano far prevedere un miglioramento di contesto, almeno per il primo semestre; resta inoltre ridotta la visibilità, anche di breve termine, sul mercato degli investimenti pubblicitari.

Nel corso del 2012 saranno prioritarie le azioni di presidio della leadership del Gruppo nei periodici e nei libri in Italia, di consolidamento dei successi in Francia, di sviluppo delle attività digitali, sia nei libri (e-book) che nelle altre aree di attività, di espansione e diversificazione del business internazionale; proseguiranno le azioni volte alla riduzione dei costi operativi, al fine di contenere l'effetto negativo degli aumenti dei prezzi dei fattori produttivi.

In presenza di un contesto di mercato così problematico, pur con le azioni sopra descritte, è ad oggi difficilmente ipotizzabile per il Gruppo il raggiungimento dei livelli di redditività dell'esercizio 2011.

Oggi alle ore 15, presso la sede della società a Segrate, Maurizio Costa, Vice Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Mondadori, Carlo Maria Vismara, Chief Financial Officer, e Roberto Briglia, Chief Content Officer e Direttore Generale Attività Internazionali, illustreranno alla comunità finanziaria i risultati dell'esercizio 2011 approvati in data odierna dal Consiglio di Amministrazione di Mondadori. La relativa documentazione verrà resa disponibile sul sito www.mondadori.it e presso Borsa Italiana S.p.A.

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.

In allegato:

1. situazione patrimoniale-finanziaria consolidata
 2. conto economico consolidato
 3. rendiconto finanziario consolidato
 4. situazione patrimoniale-finanziaria di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.
 5. conto economico di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.
 6. rendiconto finanziario di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.
- (con riferimento agli schemi di bilancio si precisa che si tratta di dati per i quali non è stata completata l'attività di revisione).

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 31 dicembre 2011	euro/milioni 31 dicembre 2010
Attività immateriali	947,3	901,5
Investimenti immobiliari	2,8	2,4
Terreni e fabbricati	10,2	10,7
Impianti e macchinari	12,4	5,5
Altre immobilizzazioni materiali	30,7	39,8
Immobili, impianti e macchinari	53,3	56,0
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	126,1	131,5
Altre partecipazioni	1,0	0,2
Totale partecipazioni	127,1	131,7
Attività finanziarie non correnti	6,9	1,9
Attività per imposte anticipate	48,1	45,7
Altre attività non correnti	1,1	1,3
Totale attività non correnti	1.186,6	1.140,5
Crediti tributari	40,8	28,7
Altre attività correnti	80,2	81,7
Rimanenze	137,1	131,5
Crediti commerciali	360,4	385,2
Altre attività finanziarie correnti	24,6	31,9
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	82,9	84,9
Totale attività correnti	726,0	743,9
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	1.912,6	1.884,4
Passivo	euro/milioni 31 dicembre 2011	euro/milioni 31 dicembre 2010
Capitale sociale	64,1	67,5
Riserva sovrapprezzo azioni	210,2	286,9
Altre riserve e risultati portati a nuovo	249,9	182,7
Utile (perdita) dell'esercizio	49,6	42,1
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	573,8	579,2
Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti	35,1	1,8
Totale patrimonio netto	608,9	581,0
Fondi	47,4	43,4
Indennità di fine rapporto	53,5	53,2
Passività finanziarie non correnti	412,8	418,4
Passività per imposte differite	103,3	91,2
Altre passività non correnti	-	-
Totale passività non correnti	617,0	606,2
Debiti per imposte sul reddito	22,9	22,6
Altre passività correnti	259,9	251,0
Debiti commerciali	366,9	380,9
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	37,0	42,7
Totale passività correnti	686,7	697,2
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	1.912,6	1.884,4

Allegato 2

Conto economico consolidato

(Euro/milioni)	Esercizio 2011	Esercizio 2010	Delta %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.509,8	1.558,3	(3,1%)
Costi per il personale	270,7	271,5	(0,3%)
Costo del venduto e di gestione (*)	1.123,6	1.143,2	(1,7%)
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	14,9	(3,4)	n.s.
Margine operativo lordo	130,4	140,2	(7,0%)
<i>Incidenza MOL su ricavi</i>	<i>8,6%</i>	<i>9,0%</i>	
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	12,1	12,8	(5,5%)
Ammortamenti delle attività immateriali	14,5	13,2	9,8%
Risultato operativo	103,8	114,2	(9,1%)
<i>Incidenza risultato operativo su ricavi</i>	<i>6,9%</i>	<i>7,3%</i>	
Proventi (oneri) finanziari netti	(20,5)	(23,9)	(14,2%)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	(0,6)	-	n.s.
Risultato del periodo prima delle imposte	82,7	90,3	(8,4%)
Imposte sul reddito	33,2	47,6	(30,3%)
Risultato di pertinenza di terzi	0,1	(0,6)	n.s.
Risultato netto	49,6	42,1	17,8%

(*) 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

Rendiconto finanziario consolidato

Rendiconto finanziario	Note	euro/milioni 31 dicembre 2011	euro/milioni 31 dicembre 2010
Risultato netto del periodo		49,6	42,1
<i>Rettifiche</i>			
Ammortamenti e svalutazioni		26,6	26,0
Imposte dell'esercizio		33,2	47,6
Stock option		0,7	0,7
Accantonamenti (utilizzi) a fondi e indennità di fine rapporto		9,8	5,6
Minusvalenze (plusvalenze) da cessione di attività immateriali, immobili, impianti e macchinari, partecipazioni		(2,8)	(0,9)
Minusvalenze (plusvalenze) da valutazione attività finanziarie		0,6	0,5
(Proventi) oneri società contabilizzate con metodo del patrimonio netto		(14,9)	3,4
Oneri finanziari netti su finanziamenti e operazioni in derivati		15,8	18,3
Disponibilità generata dall'attività operativa		118,6	143,3
(Incremento) decremento crediti commerciali		33,2	(1,8)
(Incremento) decremento rimanenze		(4,8)	(1,2)
Incremento (decremento) debiti commerciali		(14,7)	0,1
Pagamento per imposte sul reddito		(33,1)	(47,8)
Pagamento per anticipi e liquidazioni di indennità di fine rapporto		(4,7)	(12,0)
Variazione netta altre attività/passività		(11,4)	(11,1)
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa		83,1	69,5
Corrispettivo incassato (pagato) al netto della cassa ceduta / acquisita	1	1,0	1,9
(Investimenti) disinvestimenti in attività immateriali		0,8	(2,5)
(Investimenti) disinvestimenti in immobili, impianti e macchinari		(16,8)	(12,9)
(Investimenti) disinvestimenti in partecipazioni		8,6	1,6
(Investimenti) disinvestimenti in attività finanziarie		(3,9)	5,4
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di investimento		(10,3)	(6,5)
Variazione netta in passività finanziarie		(15,6)	(69,7)
Pagamento oneri finanziari netti su finanziamenti e operazioni in derivati		(13,4)	(21,9)
(Acquisto) cessione di azioni proprie	14	(5,5)	(6,1)
Dividendi pagati	14	(40,3)	-
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di finanziamento		(74,8)	(97,7)
Aumento (diminuzione) di cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti		(2,0)	(34,7)
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti all'inizio del periodo	13	84,9	119,6
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti al termine del periodo	13	82,9	84,9
Composizione cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti			
Denaro assegni e valori in cassa		2,1	1,2
Depositi bancari e postali		80,8	83,7
	13	82,9	84,9

ATTIVO	EURO MILIONI 31 DICEMBRE 2011	EURO MILIONI 31 DICEMBRE 2010
ATTIVITÀ IMMATERIALI	90,6	91,1
INVESTIMENTI IMMOBILIARI	2,8	2,4
Terreni e fabbricati	8,0	8,3
Impianti e macchinari	4,5	4,8
Altre immobilizzazioni materiali	3,9	3,9
IMMOBILI IMPIANTI E MACCHINARI	16,4	17,0
PARTECIPAZIONI	638,9	642,4
ATTIVITÀ FINANZIARIE NON CORRENTI	50,0	50,6
ATTIVITÀ PER IMPOSTE ANTICIPATE	19,8	20,8
ALTRE ATTIVITÀ NON CORRENTI	0,4	0,5
<u>Totale attività non correnti</u>	818,9	824,8
CREDITI TRIBUTARI	25,2	14,9
ALTRE ATTIVITÀ CORRENTI	40,4	39,1
RIMANENZE	30,6	31,6
CREDITI COMMERCIALI	195,1	222,6
ALTRE ATTIVITÀ FINANZIARIE CORRENTI	100,2	93,7
CASSA ED ALTRE DISPONIBILITÀ LIQUIDE EQUIVALENTI	62,0	73,4
<u>Totale attività correnti</u>	453,5	475,3
ATTIVITÀ DESTINATE ALLA DISMISSIONE O CESSATE	-	-
<u>Totale attivo</u>	1.272,4	1300,1
PASSIVO	EURO MILIONI 31 DICEMBRE 2011	EURO MILIONI 31 DICEMBRE 2010
Capitale sociale	64,1	67,5
Riserva sovrapprezzo azioni	210,2	286,9
Azioni Proprie	(35,6)	(110,1)
Altre riserve e risultati portati a nuovo	230,4	222,1
Utile (perdita) dell'esercizio	55,3	51,7
<u>totale Patrimonio netto</u>	524,4	518,1
FONDI	29,3	27,5
INDENNITÀ DI FINE RAPPORTO	24,5	24,4
PASSIVITÀ FINANZIARIE NON CORRENTI	253,9	265,0
PASSIVITÀ PER IMPOSTE DIFFERITE	21,2	19,9
ALTRE PASSIVITÀ NON CORRENTI	-	-
<u>Totale passività non correnti</u>	328,9	336,8
DEBITI PER IMPOSTE SUL REDDITO	10,1	14,3
ALTRE PASSIVITÀ CORRENTI	71,3	69,5
DEBITI COMMERCIALI	182,2	174,0
DEBITI VERSO BANCHE	-	-
ED ALTRE PASSIVITÀ FINANZIARIE	155,5	187,4
<u>Totale passività correnti</u>	419,1	445,2
PASSIVITÀ DESTINATE ALLA DISMISSIONE O CESSATE	-	-
<u>Totale passivo</u>	1.272,4	1.300,1

Allegato 5

Conto economico separato di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.

	EURO MILIONI ESERCIZIO 2011	EURO MILIONI ESERCIZIO 2010
<i>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</i>	720,9	751,4
DECREMENTO (INCREMENTO) DELLE RIMANENZE	1,3	(0,4)
COSTI PER MATERIE PRIME, SUSSIDIARIE, DI CONSUMO E MERCI	161,2	181,1
COSTI PER SERVIZI	392,2	385,2
COSTO DEL PERSONALE	113,6	116,3
ONERI (PROVENTI) DIVERSI	4,1	(1,6)
<u>Margine operativo lordo</u>	48,5	70,8
AMMORTAMENTI DI IMMOBILI, IMPIANTI E MACCHINARI	3,5	3,6
AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI DELLE ATTIVITÀ IMMAT.LI	1,2	1,2
<u>Risultato operativo</u>	43,8	66,0
PROVENTI (ONERI) FINANZIARI	(7,5)	(6,7)
PROVENTI (ONERI) DA PARTECIPAZIONI	35,4	23,1
<u>Risultato prima delle imposte</u>	71,7	82,4
IMPOSTE SUL REDDITO	16,4	30,7
<u>Risultato netto</u>	55,3	51,7

Rendiconto finanziario	euro/milioni 31 dicembre 2011	euro/milioni 31 dicembre 2010
Risultato netto del periodo	55,3	51,7
<i>Rettifiche</i>		
Ammortamenti e svalutazioni	17,3	21,4
Imposte dell'esercizio	16,4	30,7
Stock option	0,6	0,6
Accantonamenti a fondi e indennità di fine rapporto	3,7	(7,5)
Minusv.(plusv.) da cessione di att.imm.li, immobili, imp. e macch.	(10,1)	(0,1)
Proventi da partecipazioni – dividendi	(37,9)	(39,7)
Oneri (proventi) finanziari su finanziamenti e operazioni in derivati	9,6	7,5
Disponibilità generata dall'attività operativa	54,9	64,6
(Incremento) decremento crediti commerciali	30,7	(18,2)
(Incremento) decremento rimanenze	1,1	(0,4)
Incremento (decremento) debiti commerciali	8,7	12,4
Pagamento per imposte sul reddito	(17,7)	(30,7)
Incremento (decremento) fondi e indennità fine rapporto	(5,8)	(5,8)
Variazione netta altre attività/passività	(8,9)	61,6
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	63,0	83,5
(Investimenti) disinvestimenti in attività immateriali	(1,0)	(0,4)
(Investimenti) disinvestimenti in immobili, impianti e macchinari	(4,2)	(1,5)
(Investimenti) disinvestimenti in partecipazioni	0,9	(16,3)
Proventi da partecipazioni – dividendi	37,9	39,7
(Investimenti) disinvestimenti in titoli e altre attività finanziarie	(6,5)	(77,2)
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di investimento	27,1	(55,7)
Incremento (decremento) debiti verso banche	(31,9)	(101,2)
(Acquisto) cessione di azioni proprie	(5,5)	(6,1)
Variazione netta altre attività/passività finanziarie	(15,9)	125,6
Incasso proventi (pagamento oneri) finanziari su finanziamenti e operazioni in derivati	(7,9)	(8,1)
Dividendi pagati	(40,3)	-
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di finanziamento	(101,5)	10,2
Aumento (diminuzione) di cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	(11,4)	38,0
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti all'inizio del periodo	73,4	35,4
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti al termine del periodo	62,0	73,4
Composizione cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti		
Denaro assegni e valori in cassa	-	-
Depositi bancari e postali	62,0	73,4
	62,0	73,4