

ARNOLDO MONDADORI EDITORE S.p.A.

Capitale Euro 64.079.168,40

Sede Legale in Milano

Sede Amministrativa in Segrate (MI)

**Resoconto intermedio di gestione
sul primo trimestre dell'esercizio 2012**

Cariche sociali e organismi di controllo

Consiglio di Amministrazione

Presidente

Marina Berlusconi

Vice Presidente e Amministratore Delegato

Maurizio Costa

Consiglieri

Pier Silvio Berlusconi

Roberto Briglia

Pasquale Cannatelli

Bruno Ermolli

Martina Forneron Mondadori

Roberto Poli

Angelo Renoldi

Mario Resca

Cristina Rossello

Carlo Sangalli

Marco Spadacini

Carlo Maria Vismara (*)

(*) Segretario

Collegio Sindacale

Presidente

Ferdinando Superti Furga

Sindaci Effettivi

Francesco Antonio Giampaolo

Franco Carlo Papa

Sindaci Supplenti

Francesco Vittadini

Ezio Simonelli

Sommario

Relazione sulla gestione

- Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre 2012	9
- Indicatori finanziari e non finanziari	10
- Libri	11
- Periodici Italia	19
- Periodici Francia	24
- Servizi pubblicitari	25
- Digital	27
- Direct	28
- Radio	29
- Corporate e altri business	30
- Situazione finanziaria	31
- Informazioni sul personale	33
- Investimenti tecnici	34
- Altre informazioni	34
- Evoluzione prevedibile della gestione	34

Situazione patrimoniale-finanziaria e conto economico consolidati

- Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata	38
- Conto economico consolidati	40
- Conto economico complessivo consolidati	41

Relazione sulla gestione

Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre 2012

Nel primo trimestre del 2012 hanno avuto piena conferma gli elementi di crisi strutturale della situazione economica, soprattutto in Europa: i valori negativi di PIL, i tassi di disoccupazione, la contrazione dei consumi hanno purtroppo presentato evidenze ancor più negative rispetto all'ultimo periodo del 2011.

Per quanto riguarda i mercati di riferimento del Gruppo Mondadori, in Italia per i periodici si è accentuata la contrazione sia in termini diffusionali che per la raccolta pubblicitaria; anche il mercato dei libri si è ulteriormente ridotto sia in volumi che in valore.

Anche in Francia, seppur sempre in misura meno accentuata rispetto all'Italia, i dati diffusionali e di raccolta pubblicitaria continuano nella serie negativa iniziata a metà 2011.

Nel contesto di mercato sopra descritto, il Gruppo Mondadori presenta nei primi tre mesi del 2012 un valore di fatturato consolidato, rispetto a pari periodo dell'esercizio scorso, in riduzione del 7,4% in linea con quanto avvenuto anche nell'ultimo trimestre 2011.

A livello reddituale, nonostante la sensibile riduzione del margine operativo consolidato dovuta al calo di fatturato, il primo trimestre chiude con un risultato netto positivo, grazie alla bassa incidenza di oneri finanziari ed imposte dell'esercizio.

Nei prossimi mesi proseguirà in termini di *business* lo sviluppo delle attività digitali più legate alla realtà ed identità editoriale del Gruppo (prodotti, *brand*, *communities*) ed avrà ulteriore estensione il processo di ristrutturazione attuato negli ultimi anni, per far fronte ad una realtà di mercato che ad oggi non evidenzia segnali di recupero.

Di seguito i principali risultati economici al 31 marzo 2012.

Il **fatturato consolidato** è stato di 328,1 milioni di Euro, in riduzione del 7,4% rispetto ai 354,3 milioni di Euro del 2011. Al netto del consolidamento di Emas in Mondadori France, la riduzione del fatturato risulterebbe del 10,1%.

Il **marginale operativo lordo consolidato** è risultato di 15,0 milioni di Euro, in riduzione del 31,2% rispetto ai 21,8 milioni di Euro dell'esercizio precedente.

Il **risultato operativo consolidato** è stato pari a 8,9 milioni di Euro, rispetto ai 16,3 milioni di Euro del 2011, con ammortamenti di attività materiali ed immateriali per 6,1 milioni di Euro (5,5 milioni di Euro nel 2011).

L'**utile prima delle imposte consolidato** è risultato di 4,5 milioni di Euro, rispetto ai 10,9 milioni di Euro dell'esercizio precedente; nel trimestre gli oneri finanziari sono ammontati a 4,4 milioni di Euro, con un miglioramento di 1 milione di Euro rispetto al 2011.

L'**utile netto consolidato** è risultato di 2,4 milioni di Euro, rispetto ai 5,0 milioni di Euro di pari periodo dell'esercizio precedente.

Il **cash flow lordo** del primo trimestre 2012 è stato di 8,5 milioni di Euro rispetto ai 10,5 milioni di Euro del 2011.

La **posizione finanziaria netta** è passata da -335,4 milioni di Euro di fine 2011 a -301,8 milioni di Euro al 31 marzo 2012.

Di seguito sono illustrati i principali elementi relativi all'andamento dei singoli settori in cui opera Mondadori.

Indicatori finanziari e non finanziari

Conto economico consolidato (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011	Delta %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni (*)	328,1	354,3	(7,4%)
Costi per il personale (*)	73,2	68,5	6,9%
Costo del venduto e di gestione (**)	244,9	264,0	(7,2%)
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	5,0	-	n.s.
Margine operativo lordo	15,0	21,8	(31,2%)
<i>Incidenza MOL su ricavi</i>	<i>4,6%</i>	<i>6,2%</i>	
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	2,8	2,7	3,7%
Ammortamenti delle attività immateriali	3,3	2,8	17,9%
Risultato operativo	8,9	16,3	(45,4%)
<i>Incidenza risultato operativo su ricavi</i>	<i>2,7%</i>	<i>4,6%</i>	
Proventi (oneri) finanziari netti	(4,4)	(5,4)	(18,5%)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-	
Risultato del periodo prima delle imposte	4,5	10,9	(58,7%)
Imposte sul reddito	1,8	5,7	(68,4%)
Risultato di pertinenza di terzi	(0,3)	(0,2)	50,0%
Risultato netto	2,4	5,0	(52,0%)

(*) A perimetro omogeneo i ricavi delle vendite e delle prestazioni farebbero registrare una flessione del 10,1%, i costi per il personale un incremento dell'1,1%.

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

I ricavi consolidati, pari a 328,1 milioni di Euro con un decremento del 7,4%, sono declinati per area di *business* come segue.

Volume d'affari per settore di attività (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011	Delta %
Libri	64,2	78,0	(17,7%)
Periodici Italia	104,3	121,9	(14,4%)
Periodici Francia	94,3	82,6	14,2%
Servizi pubblicitari	42,4	49,5	(14,3%)
Direct	58,4	64,1	(8,9%)
Radio	3,2	3,3	(3,0%)
Corporate e altri business	5,7	5,8	(1,7%)
Totale ricavi aggregati	372,5	405,2	(8,1%)
Ricavi infragruppo	(44,4)	(50,9)	(12,8%)
Totale ricavi consolidati	328,1	354,3	(7,4%)

Nel prospetto seguente viene fornito il dettaglio dei ricavi consolidati per area geografica.

Volume d'affari per area geografica (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011	Delta %
Mercato nazionale	229,2	263,5	(13,0%)
Francia	88,5	78,6	12,6%
Altri Paesi UE	7,5	8,1	(7,4%)
Mercato USA	0,1	0,1	-
Altri Paesi	2,8	4,0	(30,0%)
Totale ricavi consolidati	328,1	354,3	(7,4%)

Libri

Nel primo trimestre 2012 il mercato dei libri *Trade* risulta per la prima volta in consistente calo sia a copie che a valore rispetto allo stesso periodo del 2011, con -10,8% a copie e -11,8% a valore (fonte Nielsen), diminuzione che riguarda tutti i canali: libreria, Grande Distribuzione e *on line*.

Analizzando i *bestseller*, inoltre, questo andamento appare più netto: il primo trimestre 2012 segna nella *top ten* dei libri più venduti in libreria un calo del 7,8% a copie e di oltre il doppio (-16%) a valore, dato che conferma, tra le altre cose, la diminuzione del prezzo medio dei libri più venduti.

Molte le ragioni di questa situazione, già citate in sede di bilancio annuale, tra cui la recessione economica e la Legge Levi sul prezzo dei libri, entrata in vigore in Italia nel mese di settembre 2011, che pone vincoli agli sconti applicabili agli acquirenti, al numero e alla tempistica delle campagne promozionali.

Nel corso del primo trimestre 2012 il Gruppo Mondadori ha comunque confermato la propria *leadership* nel mercato librario *trade* con una quota pari al 25,7% a valore (fonte Nielsen), nonostante le difficili condizioni di mercato e la marcata flessione di fatturato, passato da 78 milioni di Euro a 64,2 milioni.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011
Fatturato libri	63,0	76,5
Altri ricavi	1,2	1,5
	64,2	78,0
Costi operativi	(58,5)	(65,4)
Margine operativo lordo	5,7	12,6
Ammortamenti e svalutazioni	(0,3)	(0,3)
Risultato operativo	5,4	12,3

Di seguito si riporta il dettaglio dei ricavi per editore:

Libri (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011	Delta %
Edizioni Mondadori	22,3	27,7	(19,5%)
Einaudi	11,6	14,2	(18,3%)
Sperling & Kupfer	6,8	7,4	(8,1%)
Edizioni Piemme	9,0	11,9	(24,4%)
Mondadori Electa	5,3	6,4	(17,2%)
Mondadori Education	2,5	2,5	-
Distribuzione Libri	5,2	7,0	(25,7%)
Altri ricavi	1,5	0,9	66,7%
Totale ricavi consolidati	64,2	78,0	(17,7%)

Edizioni Mondadori

Nel primo trimestre 2012, Edizioni Mondadori mantiene la propria *leadership* sul mercato *trade* con la quota del 13,0%, e un fatturato che si attesta a 22,3 milioni di Euro (27,7 milioni nel 2011).

L'iniziativa editoriale più rilevante del primo trimestre di Edizioni Mondadori è il lancio della nuova collana Libellule, avente ad oggetto testi di narrativa brevi di alto valore letterario firmati da autori di successo, venduti a un prezzo di 10 Euro.

Lo *slogan* che accompagna l'iniziativa è infatti "Grandi nel breve". La collana si apre con la pubblicazione di autori di massimo livello, tra i quali si segnalano Andrea Camilleri, con *Il diavolo, certamente*, lancio di oltre 150.000 copie, Francesco Guccini, con *Dizionario delle cose perdute*, che ha raggiunto 100.000 copie in un solo mese di vendita, entrambi subito

nella *top ten* dei più venduti, Chiara Gamberale, con *L'amore quando c'era*, Raffaele La Capria, con *Esercizi superficiali. Nuotando in superficie*, e Alberto Cavanna, con *L'uomo che non contava i giorni*.

Sempre nell'ambito della narrativa letteraria, dopo tredici anni, Mondadori rinnova la sua collana più importante, Scrittori Italiani e Stranieri, con una nuova grafica, un formato più grande e due confezioni. La nuova veste viene inaugurata con la pubblicazione di due esordienti, Maria Paola Colombo, con *Il negativo dell'amore* e Ayad Akhtar, con *La donna che mi insegnò il respiro*.

A seguire il lancio del nuovo attesissimo romanzo della serie "Il Cimitero dei Libri Dimenticati" di Carlos Ruiz Zafón, *Il prigioniero del cielo*, con oltre 200.000 copie e il nuovo grande romanzo di Alessandro Piperno, *Inseparabili*, candidato al Premio Strega 2012. In quest'ambito, è anche da segnalare la buona tenuta delle strenne natalizie 2011, in particolare di *Cose che nessuno sa* di Alessandro D'Avenia (160.000 copie) e *Come sasso nella corrente* di Mauro Corona (80.000 copie).

Nella narrativa straniera di genere si conferma il successo di due autrici consolidate: Patricia Cornwell, con il thriller *Nebbia rossa*, 110.000 copie di lancio e Madeleine Wickham, nota anche come Sophie Kinsella, con il femminile *Una ragazza da sposare*, 70.000 copie. Ottimo l'esito per due titoli riproposti in occasione delle uscite nelle sale cinematografiche dei rispettivi film: *The Help* di Kathryn Stockett (40.000 copie) e *La chiave di Sara* di Tatiana De Rosnay (30.000 copie).

Sul versante della Non Fiction spicca un'altra iniziativa editoriale: l'estensione della collana di *current affair* Frecce con l'edizione di volumi in piccolo formato brossura a 12 Euro; l'iniziativa parte con due autori di successo: Giuseppe Ayala, con *Troppe coincidenze* e Raffaele Cantone, con *Operazione Penelope*.

Tra le altre novità di saggistica del primo trimestre torna a metà marzo Mario Giordano con *Spudorati* (65.000 copie) seguito del successo dello scorso anno *Sanguisughe* (150.000 copie vendute).

Due importanti novità in ambito religioso, il libro di Papa Benedetto XVI, *Testimoni del messaggio cristiano* (45.000 copie), e di Angelo Scola e Aldo Cazzullo *La Vita buona. Un dialogo sulla Chiesa, la fede, l'amore, la vita e il suo senso* (25.000 copie).

A fine marzo un nuovo libro di cucina *Vino & Cucina* che vede protagonisti due autori d'eccezione, Antonella Clerici e Bruno Vespa, con un lancio di oltre 70.000 copie.

Con il marchio Strade Blu, da segnalare l'ottimo riscontro dell'esordiente Massimiliano Verga, *Ziguli. La mia vita dolcissima con un figlio disabile*, che raggiunge 25.000 copie in soli tre mesi dopo il lancio di 7.000 copie.

Anche in quest'ambito si segnala la buona tenuta delle strenne 2011, in particolare di *Volevo essere una farfalla. Come l'anoressia mi ha insegnato a vivere* di Michela Marzano, che ha realizzato nel trimestre oltre 13.000 copie per un venduto totale di oltre 35.000 copie.

Nella Non Fiction Varia, dopo il grande successo delle lezioni d'inglese di John Peter Sloan, l'autore pubblica *Lost in Italy*, con un lancio, il 30 marzo, di 50.000 copie oltre ai 24 capitoli del libro in versione digitale.

Salgono nella classifica dei libri più venduti le autobiografie di Veronica Pivetti, *Ho smesso di piangere. La mia odissea per uscire dalla depressione*, e di Flavio Insinna, *Neanche con un morso all'orecchio*, che raggiungono ciascuno 50.000 copie vendute.

Continua intanto il successo del libro di Sonia Peronaci, *Le mie migliori ricette. GialloZafferano*, novità del novembre 2011, che ha venduto oltre 20.000 copie nel primo trimestre 2012 raggiungendo così 50.000 copie.

Nel settore libri per Ragazzi si affermano i nuovi progetti editoriali presentati alla Fiera di Bologna di quest'anno. Tra questi la collana celebrativa di Bianca Pitzorno e *Le prime letture* di Richard Scarry.

Si confermano, inoltre, sul target 10-14 anni, i successi della saga di Rick Riordan, *Percy Jackson e gli Dei dell'Olimpo*, che nella primavera si conclude con il quinto episodio, *Lo scontro finale*.

Da segnalare anche l'avvio della nuova collana Chrysalide, per la narrativa di target *Young Adult*, nell'ambito della quale viene riproposto *Hunger Games* di Suzanne Collins, uscito nel mese di marzo anche in versione cinematografica, già fenomeno editoriale negli Stati Uniti e nel mondo con oltre 36 milioni di copie vendute.

Sul fronte Paperback di particolare rilievo la rinnovata Campagna Oscar 2012 che può contare su una veste creativa del tutto inedita, rappresentata dal nuovo *character mascotte*, il cagnolino *Oscar*.

A chiusura del trimestre i dati di vendita Nielsen confermano la *leadership* di Mondadori sul mercato dei libri Paperback con una quota di mercato che in libreria è passata dal 29,4% a valore del primo trimestre 2011 al 29,9% di quest'anno.

Nella collana NumeriPrimi° spiccano Margaret Mazzantini, con *Nessuno si salva da solo*, Alberto Angela, con *Impero*, e Alessandro D'Avenia, con *Bianca come il latte, rossa come il sangue*.

Giulio Einaudi Editore

Einaudi chiude il primo trimestre 2012 con una quota di mercato del 4,8%, in calo di circa un punto rispetto al primo trimestre 2011, periodo che si avvantaggiava di novità importanti come *Libertà* di Jonathan Franzen, e di una più lunga campagna promozionale *paperback*; il fatturato a 11,6 milioni di Euro diminuisce del 18,3% rispetto ai 14,2 dell'anno precedente.

Nell'ambito della Fiction straniera la novità più venduta del trimestre è *Goodbye, Columbus* di Philip Roth, con oltre 17.000 copie. Da segnalare comunque l'ancor ottimo *trend* di *1Q84. Libro 1 e 2. Aprile-Settembre* di Haruki Murakami che raggiunge complessivamente oltre 96.000 copie.

Buono l'andamento della Fiction italiana, tra i titoli più venduti si segnala *Limbo* di Melania Mazzucco (oltre 35.000 copie), tra i nuovi autori acquisiti nel 2012 da Einaudi. Da segnalare anche *Nel tempo di mezzo* di Marcello Fois, libro candidato al premio Strega 2012.

Stile Libero è l'unico marchio in crescita di fatturato rispetto all'anno precedente grazie al buon proseguimento delle vendite delle strenne natalizie 2011, al successo di *Respiro corto* di Massimo Carlotto, autore di nuova acquisizione per Einaudi, che si attesta sulle 51.000 copie, al nuovo romanzo di Anne Holt, *Nella tana dei lupi* (26.000 copie), e alla pubblicazione di libri di autori ancora poco conosciuti al pubblico italiano come *La legge dell'odio* di Alberto Garlini (13.000 copie), *Il guaritore* di Antti Tuomainen (16.000 copie), *A volte ritorno* di John Niven (11.000 copie).

Per la Non-Fiction esce a fine marzo *Credere e Conoscere* nella collana Vele (11.000 copie) a firma di Carlo Maria Martini e Ignazio Marino.

Sperling & Kupfer

Nel primo trimestre 2012, nonostante il contesto difficile di mercato, Sperling & Kupfer registra dei buoni esiti in libreria aumentando la propria quota di mercato dal 2,3% a valore del 2011 al 2,9% di quest'anno, con i marchi Sperling & Kupfer, Frassinelli e Mondadori Informatica.

Il fatturato della casa editrice nel primo trimestre 2012 si attesta sui 6,8 milioni di Euro in riduzione rispetto ai 7,4 milioni di Euro del 2011.

Nella Fiction primeggia Nicholas Sparks con *Il meglio di me*, in *top ten* Nielsen nelle prime tre settimane dell'anno, con *Vicino a te non ho paura*, pubblicato nella collana multi marchio NumeriPrimi° e con la riedizione del romanzo *Ho cercato il tuo nome*, in abbinamento al film di prossima uscita.

Molto buoni i risultati del lancio di *Il richiamo dell'angelo* di Guillaume Musso, pubblicato a fine marzo, e di *Una ragazza grande* di Danielle Steel, autrice consolidata nel portafoglio della casa editrice.

Nella Non Fiction, brillante è l'esito dei libri di Pierre Dukan per un totale di 240.000 copie vendute nel trimestre e una presenza costante dall'inizio dell'anno con almeno una posizione nella *top ten* Nielsen dei libri più venduti in libreria. In questi primi mesi, infatti, ai libri *La dieta Dukan* e *Le ricette della dieta Dukan* si è aggiunto anche il volume *La dieta Dukan Illustrata*, pubblicato a fine gennaio, e sempre nei primi posti nella classifica dei titoli di varia.

Edizioni Piemme

Piemme conferma nel primo trimestre 2012 una quota di mercato totale di 3,9%, in crescita di 0,3 punti percentuali rispetto al 2011. Nel settore dei libri per Ragazzi, nonostante il decremento dell'8,5% a valore in libreria rispetto al primo trimestre 2011, Piemme, da sempre *leader*, raggiunge la quota del 16,8% (16,3% nel primo trimestre 2011).

Il fatturato si attesta a complessivi 9,0 milioni di Euro, in calo del 24,4% rispetto allo stesso periodo 2011 (11,9 milioni di Euro).

Nella narrativa di genere si registrano i successi dell'esordiente S. J. Watson con *Non ti addormentare* (37.000 copie vendute) e di Alyson Richman con *Un giorno solo, tutta la vita* (14.000 copie).

Per la Non Fiction Varia primeggiano l'autrice Sherry Argov con *La magnifica stronza. Perché gli uomini lasciano le brave ragazze*, che ha venduto oltre 43.000 copie e David King con *Il Lupo* che ha venduto 28.000 copie nella nuova collana True che pubblica titoli al prezzo di 9,90 Euro.

Nella Non Fiction Saggistica il titolo più venduto è di argomento religioso, uno dei segmenti di eccellenza della Casa Editrice: si tratta della biografia di Al Bano Carrisi *Io ci credo*, con oltre 37.000 copie. Buona anche la partenza del titolo di Georg Ratzinger e Michael Hesemann *Mio fratello il Papa* (22.000 copie).

Il Paperback vede i NumeriPrimi° *Profumo di lavanda. Medjugorje, la storia continua* di Paolo Brosio (28.000 copie) e *L'uomo di neve* di Jo Nesbo (23.000 copie) tra i più venduti.

Nel settore dei libri per Ragazzi in evidenza la linea Stilton, con *Le avventure di Marco Polo* (oltre 52.000 copie vendute) e il fantasy *Strega delle maree* (oltre 26.000 copie). Per Il Battello a Vapore si conferma il successo della serie GOL! di Luigi Garlando con tre novità tutte oltre le 15.000 copie di venduto.

La collana Freeway dedicata ai giovani adulti fa registrare il successo del titolo *Firelight. La ribelle* di Sophie Jordan con 27.000 copie.

Editoria d'arte e organizzazione mostre

I ricavi di Mondadori Electa si sono attestati in questo primo trimestre a 5,3 milioni di Euro, in calo del 17,2% rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente. Le ragioni di questo calo sono ascrivibili al generale *trend* negativo nella maggior parte dei segmenti di mercato in cui Mondadori Electa opera, in particolare nell'area dei beni culturali.

La contrazione delle attività è riconducibile alla fase di transizione che sta attraversando l'intero settore in attesa delle nuove gare per le concessioni museali, in regime di proroga da molto tempo. Va anche segnalato l'impatto negativo derivante dalle cattive condizioni atmosferiche che hanno fortemente limitato nel mese di febbraio l'accesso a musei e siti archeologici, primo fra tutti il Colosseo che ha registrato un -30% come numero di visitatori nel mese.

Il calo delle vendite realizzate nei *bookshop* museali è dovuto alla sofferenza dei consumi registrata anche nel canale delle librerie tradizionali, ad una diversa programmazione di mostre in alcuni dei principali musei e a un confronto non omogeneo per il Museo del Novecento a Milano, che nel 2011 beneficiava del periodo di gratuità post inaugurazione.

Mondadori Education

Mondadori Education al 31 marzo 2012 registra ricavi netti di vendita pari a 2,5 milioni di Euro, stabili rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, in una stagione, come di consueto, dagli impatti minimi sul fatturato.

E' in corso di completamento il programma editoriale, quest'anno particolarmente impegnativo e dominato dall'avvio della riforma della scuola secondaria di secondo grado nel triennio finale. La produzione, a fronte dei 196 titoli pubblicati nel primo trimestre 2011, si è focalizzata nelle discipline della storia, della letteratura italiana, della fisica, della matematica, dell'informatica, del diritto e dell'economia aziendale, con 245 novità nel 2012.

Nei primi tre mesi dell'anno la casa editrice si è concentrata anche sulla crescente integrazione fisico-digitale, affiancando all'opera cartacea, supporti multimediali *off-line* e nuovi *asset* erogabili *on-line*. Per ciò che concerne questo ultimo aspetto, l'inizio dell'anno ha visto l'esordio dei portali disciplinari Campus, attraverso i quali ai docenti sarà consentito, previa registrazione al sito e digitazione di un codice di accesso, l'utilizzo di tutti gli *asset* digitali delle opere appartenenti alla medesima disciplina (per ora, Letteratura italiana, Storia, Informatica, Latino e Greco).

Nella scuola secondaria di primo grado, il fatto più rilevante è il varo delle linea editoriale Digit, ovvero di una produzione che abbinati al manuale cartaceo la versione digitale, interattiva e personalizzabile dell'opera. Tale operazione ha consentito di riproporre sul mercato, accanto alle novità vere e proprie, anche titoli pubblicati negli anni passati. Tutte le materie principali sono state coinvolte.

Per ciò che concerne la scuola primaria, e in attesa che si riapra il prossimo ciclo adozionale nel 2014, è proseguita la pubblicazione di strumenti non adozionali: compiti per le vacanze e eserciziari di matematica e italiano. Da rimarcare la pubblicazione del primo dizionario di italiano Devoto Junior, a cui è affiancato un CD-ROM interattivo con più di 25.000 lemmi speakerati.

Le prime indicazioni sull'attività di propaganda rivelano una situazione di grandi cambi nel triennio della secondaria di secondo grado, interessato dall'avvio della riforma.

E-Book

Sul versante *e-book*, il primo trimestre è stato molto positivo per le case editrici *trade* Mondadori: il *download* del primo trimestre 2012 è stato superiore a quello fatto registrare nell'intero anno 2011, grazie ad un'offerta più ampia che prevede prodotti nuovi rispetto alla semplice edizione digitale del cartaceo.

Tra i più venduti del trimestre per Edizioni Mondadori i titoli di Douglas Adams e della serie Diabolik, per Einaudi i titoli di Haruki Murakami e, per Sperling i titoli di Pierre Dukan, sempre in *top ten* su iBookstore. Si segnalano le iniziative promozionali avviate in collaborazione con gli *store*, come i Daily Deal di Amazon, che hanno portato alla ribalta tra gli altri la novità di Alessandro Piperno, *Inseparabili*.

Distribuzione e logistica

Nel primo trimestre sono state spedite 4,3 milioni di copie in lancio novità e 7,1 milioni di copie rifornimento. E' stata avviata una fase di revisione delle procedure operative della logistica di magazzino con l'obiettivo di massimizzare l'efficienza operativa.

Periodici Italia

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011
Fatturato periodici	95,9	113,1
Altri ricavi	8,4	8,8
	104,3	121,9
Costi operativi	(96,8)	(107,7)
Margine operativo lordo	7,5	14,2
Ammortamenti e svalutazioni	(0,2)	(0,1)
Risultato operativo	7,3	14,1

Il difficile contesto macro-economico continua a influenzare fortemente il mercato della stampa periodica in Italia, condizionando negativamente l'andamento dei ricavi pubblicitari (Stampa periodica -11%; fonte Nielsen a febbraio), delle diffusioni (copie diffuse -9,1% e -12,5% a perimetro omogeneo; fonte interna) e dei prodotti collaterali (-24,8%; fonte interna a valore).

Mondadori ha registrato un calo complessivo dei ricavi dell'area del 14,4%, passando da 121,9 a 104,3 milioni di Euro.

In particolare :

- i ricavi diffusionali, -9,1%, penalizzati da un sensibile calo delle copie vendute nelle attività *on pack* dei collaterali (-30%) e degli abbonamenti e da un allentamento degli investimenti di sostegno ad alcune testate, che pesano particolarmente sugli andamenti complessivi dei primi tre mesi;
- i ricavi delle vendite di collaterali, -25,8%, principalmente a causa di diverse calendarizzazioni per le iniziative dei collezionabili e dei libri e a un calo dei volumi venduti dell'*home video*;
- i ricavi pubblicitari, -11,2%, derivante, in particolare, da *performance* negative sui settimanali a target familiare (*TV Sorrisi e Canzoni*) e ai maschili di attualità (*Panorama*), mentre la raccolta pubblicitaria del settore internazionale e dei siti è superiore al 50%.

Testate Mondadori

Le copie diffuse da Mondadori sono in calo del 12,5%, calo allineato alla dinamica del mercato omogeneo, con l'esclusione cioè delle testate non presenti nel primo trimestre 2011.

L'andamento particolarmente negativo delle diffusioni nel primo trimestre è giustificato da alcuni elementi congiunturali:

- crisi economica: è in atto, a partire dall'agosto del 2011, una forte contrazione dei consumi (-3% circa stimato da Prometeia per il 2012) che sta impattando in modo drammatico sugli acquisti dei giornali e dei prodotti collaterali;
- nuova ADS: cambieranno, a partire dal secondo trimestre 2012, le regole di certificazione delle diffusioni della stampa periodica e quotidiana, con rilascio dei dati non più come media mobile ma come dato puntuale. Tutti gli editori hanno modificato le proprie politiche di pianificazione e mensilizzazione degli investimenti di *marketing*, con la conseguente flessione delle diffusioni del primo trimestre dove tipicamente venivano concentrate le attività di sostegno delle testate;
- tariffe postali: nell'ottobre 2011, in applicazione dell'accordo FIEG/Poste Italiane siglato nel 2010 e conseguente all'abolizione pressoché integrale del contributo agevolativo statale sulle tariffe postali per gli abbonamenti, le tariffe sono aumentate di un altro 17%. Tale aumento ha comportato un'ulteriore contrazione degli investimenti a sostegno di questo canale con conseguente calo delle diffusioni e dei ricavi;
- lancio testate *low price*: tra l'ultimo trimestre dell'anno precedente ed il primo trimestre del 2012 sono state lanciate alcune testate da parte dei concorrenti a prezzi di copertina molto aggressivi, con conseguente impatto negativo sulle diffusioni di alcune delle testate Mondadori.

Per quanto riguarda l'attività della casa editrice a sostegno delle proprie testate e in risposta ai *trend* evidenziati, a fine marzo è stato rilanciato *Chi*, con una nuova formula editoriale e grafica accompagnata da un importante investimento in comunicazione e *cut-price*.

Sono imminenti nei prossimi mesi analoghe attività su *Panorama*, *TV Sorrisi e Canzoni*, *Starbene* e *Grazia*. A fine 2012 verrà quindi completato il programma di rinnovamento iniziato a fine 2010 e che ha riguardato tutte le testate del portafoglio Mondadori.

Vendite congiunte

Il mercato delle vendite congiunte (DVD, CD, Libri e oggettistica allegati ai giornali) nei primi mesi del 2012 presenta una forte contrazione (-24,8% a valore, fonte interna) e Mondadori risulta allineata a tale andamento.

La *performance* del mercato nel primo trimestre 2012 risente sia della situazione congiunturale generalmente negativa che del confronto con l'anno precedente, dove la

partenza fu particolarmente positiva grazie ai lanci a basso prezzo dei libri dei quotidiani e, per quanto riguarda Mondadori, per il risultato particolarmente brillante del collezionabile Hello Kitty e della collana lungometraggi *animation* allegata a *TV Sorrisi e Canzoni*.

Sui risultati di Mondadori pesano particolarmente gli andamenti dei collezionabili (l'area sicuramente più penalizzata dal calo generalizzato dei consumi) e dell'*home video*, dove, alle già ricordate difficoltà di mercato, si aggiunge il recente ingresso e rapido sviluppo di nuovi *competitor* sul fronte dell'*e-commerce* con politiche di prezzo estremamente aggressive e immediatamente replicate nel *normal trade*. Sugli andamenti delle aree musica e libri influiscono sui risultati le diverse calendarizzazioni delle iniziative del primo trimestre.

Press-Di Distribuzione Stampa e Multimedia

Press-Di Distribuzione Stampa e Multimedia, secondo Distributore Nazionale per quota di mercato in Edicola e *leader* nei canali Grande Distribuzione e Abbonamenti, è la società di distribuzione del Gruppo Mondadori ed ha come oggetto principale l'attività di diffusione e vendita di periodici, quotidiani e prodotti multimediali.

Il portafoglio clienti include sia Editori appartenenti al Gruppo Mondadori sia Editori indipendenti, questi ultimi con una quota superiore al 50% del giro d'affari. Tra i più significativi, nel canale Edicola e Grande Distribuzione, Disney e RBA, per i periodici e Libero, Il Giornale, Avvenire per i quotidiani; nel canale Abbonamenti, Disney, Condè Nast, Quadratum.

Nel primo trimestre 2012 i mercati nei quali opera la società hanno fatto segnare un andamento negativo a copie e a valore rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Non essendo ancora disponibili i dati ADS relativi al periodo, riportiamo di seguito stime interne elaborate sulla base di *panel* statistici:

Quotidiani: Edicola/Grande Distribuzione: -5%; Abbonamenti: -5%

Periodici: Edicola/Grande Distribuzione: -5%; Abbonamenti: -7%

Il calo complessivo delle copie diffuse in tutti i canali dei Periodici è stata pari al 9,1%, mentre a perimetro omogeneo, ovvero senza tener conto delle testate non presenti sul mercato un anno prima, sarebbe pari ad un ancora più consistente 12,5%.

In tale contesto di grande complessità, la società ha operato con decisione per rafforzare la

propria posizione competitiva attraverso l'acquisizione della distribuzione di nuovi editori il cui liquidato annuo supera i 6 milioni di Euro ed il consolidamento della *partnership* con il Gruppo Sprea avviata alla fine del 2011.

Il giro d'affari del primo trimestre 2012 ammonta a 160,4 milioni di Euro (185,9 milioni al 31 marzo 2011) con un calo del 13,7% rispetto all'anno precedente. I ricavi netti al 31 marzo 2012 sono pari a 17,1 milioni di Euro, in calo del 6,2% sull'anno precedente. In particolare risultano in diminuzione i ricavi connessi ai servizi offerti agli Editori (-5,9%), mentre sono pari a quelli del 2011 i ricavi connessi all'attività di distribuzione in edicola e in abbonamento.

Attività internazionali

Nel loro complesso i ricavi dei primi tre mesi crescono dell'8% rispetto all'esercizio precedente, ed in particolare:

- nel *licensing* continua lo sviluppo internazionale di *Grazia*: dopo il lancio di *Grazia Slovenia* (marzo 2012), nel mese di maggio vedrà la luce la diciannovesima edizione internazionale, che sarà pubblicata in Sud Africa da Media 24, principale editore del Paese;
- nell'attività di *advertising*, grazie ad un *team* dedicato e focalizzato sui segmenti di moda e arredamento, la raccolta sul mercato italiano per le versioni di *Grazia* pubblicate in Francia UK, Germania e Russia ha avuto uno sviluppo intorno al 20%;

Mondadori è, inoltre, presente sui mercati di Grecia, Bulgaria e Serbia attraverso la partecipazione in Attica Publications e nei mercati di Cina e Russia in *joint-venture* con *partner* locali.

Attica Publications: editore *leader* nel mercato greco, in cui è presente con diciotto riviste e tre stazioni radio.

Malgrado persista la situazione di grave crisi nel mercato greco, l'andamento di Attica è in linea con le aspettative, grazie ai benefici derivanti dal piano di ristrutturazione messo in atto nel corso del 2011.

Dopo la dismissione delle attività rumene, avvenuta a fine 2011 in seguito alla decisione di focalizzarsi sui mercati della Bulgaria e della Serbia (dove pubblica rispettivamente sette e sei riviste), nel primo trimestre del 2012 Attica ha ceduto a Marquard Media la partecipazione del 50% detenuta nella società MAP in Ungheria.

Cina: Mondadori è presente con una partecipazione al 50% in Mondadori Seec Advertising Co. Ltd, concessionaria esclusiva per la raccolta pubblicitaria dell'edizione locale di *Grazia*.

La rivista, lanciata nel febbraio 2009, conferma l'ottimo *trend* registrato nel 2011 chiudendo il primo trimestre 2012 con ricavi in crescita del 55% rispetto allo stesso periodo del 2011. 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.

Russia: *Grazia Russia* ha appena festeggiato il suo quinto anniversario dalla pubblicazione e nel primo trimestre 2012 ha incrementato i propri ricavi del 30% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso.

Properties

Nel corso del primo trimestre 2012, le *Properties* del Gruppo associate ai principali *magazine* hanno evidenziato importanti *performance* per quanto riguarda sia il Traffico sia la Raccolta Pubblicitaria, +30% rispetto al marzo 2011 e superiore al mercato che si attesta a +12,3% nel bimestre rispetto allo stesso periodo del 2011 (Nielsen: fonte Fcp-Assointernet incluso *display, performance e classified/directories*).

I ricavi netti editore risultano in crescita ancor più significativa (+50%), considerando la diminuzione della quota riconosciuta alla concessionaria che era stata innalzata nel 2010 per remunerare la formazione di un *team* dedicato al digitale, con la costituzione di Mediamond SpA (*joint-venture* tra Mondadori Pubblicità SpA e Publitalia '80 SpA).

Il sito www.donnamoderna.com realizza ricavi in crescita del 16,3% e traffico in ascesa (*page view* +5% e utenti unici +23%); il *network* a marzo registra un numero di pagine viste pari a 65 milioni (+24% rispetto al 2011) e circa 4,8 milioni di utenti (+19% rispetto all'anno precedente).

Il sito www.grazia.it registra ricavi (+79,1%) e traffico (*page view* più che triplicate e utenti unici +94%) in forte rialzo.

Il sito www.panorama.it mostra un incremento dei ricavi del 56,5% ed un incremento del 30% del numero di utenti unici.

Il sito www.panoramauto.it ottiene ricavi in aumento e un'eccezionale *performance* a marzo per numero di pagine viste, superiori a 9,3 milioni, ed utenti unici oltre i 300.000; durante la settimana del Salone dell'Auto di Ginevra il sito ha avuto un risultato di traffico secondo solo a Quattroruote.

Periodici Francia

Il Gruppo Mondadori France ha chiuso il primo trimestre 2012 con ricavi a livello consolidato di 94,3 milioni di Euro, in aumento del 14,2% rispetto all'esercizio precedente (82,6 milioni di Euro). A perimetro costante (tenuto conto del consolidamento della *joint-venture* EMAS), i ricavi sono aumentati dell'1,1%. Il margine operativo lordo raggiunge i 7,3 milioni di Euro in aumento del 12,3% (6,5 milioni di Euro nel 2011) grazie al controllo continuo sui costi e al buon risultato di tutte le testate.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011
Fatturato periodici	91,8	79,7
Altri ricavi	2,5	2,9
	94,3	82,6
Costi operativi	(87,0)	(76,1)
Margine operativo lordo	7,3	6,5
Ammortamenti e svalutazioni	(2,9)	(2,4)
Risultato operativo	4,4	4,1

Diffusione

I ricavi diffusionali, che comprendono sia le vendite in edicola che gli abbonamenti, sono risultati, a livello consolidato, pressoché costanti (-0,6% a perimetro costante) e rappresentano il 71% del totale ricavi.

In particolare gli abbonamenti, che costituiscono un importante *asset* per Mondadori France (34,3% del totale ricavi), sono in aumento del 3,1% rispetto allo stesso periodo del 2011, mentre le vendite in edicola sono in diminuzione del 4,2% in linea con il mercato di riferimento che si attesta a -4,4%.

L'innovazione e la qualità editoriale si confermano i fattori chiave delle buone *performance* dei periodici di Mondadori France; nel primo trimestre dell'anno sono stati realizzati importanti *restyling* per *Biba*, *Modes & Travaux* e *Auto Journal*.

E' proseguita la politica di *brand extension* delle testate attraverso il lancio del trimestrale *AutoPlus Classiques*, il cambiamento di periodicità di *AutoPlus Occasion*, che diviene trimestrale, e quelli, a marchio *Science&Vie*, di *Les Cahiers de Science&Vie*, che passa da 6 a 8 uscite all'anno, beneficiando di una nuova veste tipografica più "haut de gamme" e di *Science&Vie Guerre et Histoire*, che, dopo il successo del lancio nel 2011, passa da 4 a 6 uscite nel 2012.

Pubblicità

I ricavi pubblicitari sono in crescita a perimetro costante del 2,7% rispetto all'esercizio precedente con *performance* migliori del mercato di riferimento che evidenzia una crescita dello 0,7%.

L'ottimo risultato si spiega soprattutto con il buon andamento dei periodici del settore femminili "haut de Gamme": il settimanale *Grazia* (+14,7%) e il mensile *Biba* (+21,3%).

Digital

Nel primo trimestre dell'anno Mondadori ha continuato a investire nel settore digitale.

Le principali attività sono state:

- la realizzazione di una piattaforma tecnologica condivisa per tutti i siti francesi;
- il lancio della versione iPad di *AutoPlus* nel febbraio 2012;
- l'inserimento delle testate di Mondadori France sulle diverse edicole digitali presenti sul mercato (Relay.fr, Lekiosque.fr, Zinio.com);
- l'uscita di una web series su *Grazia*, per scoprire i retroscena della *Fashion Week* parigina, che ha conosciuto *performance* eccellenti in marzo con 2,9 milioni di Visitatori Unici.

Infine per quanto riguarda il portale Auto Reflex (annunci automobilistici), prosegue a ritmo sostenuto la conquista di nuovi clienti professionali, accompagnata da un piano media per sviluppare la notorietà del sito presso il grande pubblico.

Servizi pubblicitari

Il mercato

L'andamento del mercato degli investimenti pubblicitari dei primi due mesi 2012 fa registrare un -5,7% (fonte Nielsen) rispetto al 2011, confermando il *trend* di riduzione degli investimenti pubblicitari su tutti i mezzi, con la sola eccezione di Internet.

La Televisione mostra un consistente decremento (-6,9%), anche se con forti differenze al suo interno tra emittenti generaliste ed emittenti digitali, queste ultime in crescita come *audience* e investimenti pubblicitari.

Per la Stampa, i Quotidiani registrano un -5,3%, mentre per i Periodici il calo è ancora più significativo (-11%); tra gli altri mezzi in calo la Radio (-5,1%).

La contrazione degli investimenti pubblicitari sta insistendo come nel 2011 sui settori Arredamento, Largo Consumo e Auto; in sofferenza anche i settori Moda (-7%) e Cosmetica (-8%), che nel 2011 avevano fatto registrare buoni risultati, mentre sono in controtendenza i settori Farmaceutica, Media/Editoria e Finanza.

La Società

Mondadori Pubblicità chiude il primo trimestre con ricavi complessivi in calo del 14,3% rispetto allo stesso periodo del 2011.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011
Fatturato pubblicità	41,3	49,0
Altri ricavi	1,1	0,5
	42,4	49,5
Costi operativi	(45,1)	(51,9)
Margine operativo lordo	(2,7)	(2,4)
Ammortamenti e svalutazioni	-	-
Risultato operativo	(2,7)	(2,4)

Per quanto riguarda i Periodici Mondadori:

- i Settimanali (-18,2%) risentono della crisi economica e della forte incertezza presente sul mercato pubblicitario; anche in questo inizio di 2012 le testate a *target* familiare e i maschili di attualità fanno segnare i risultati maggiormente negativi;
- per i Mensili invece il calo risulta più contenuto (-9,3%), grazie al successo di *Panorama Icon*; anche *Interni* ha avuto buone *performance* nonostante il segmento arredamento sembra subire un andamento negativo nel primo trimestre 2012.

Da notare come la sofferenza di Mondadori nei mensili sia caratterizzata principalmente dalla presenza poco significativa nei femminili moda che, oltre ad essere il segmento di gran lunga più consistente a valore, fa registrare a livello di mercato totale un andamento positivo.

Nel complesso, i *magazine* di Mondadori chiudono il primo trimestre con una flessione del 12,7%, in un contesto competitivo particolarmente complicato e con una forte sensibilità da parte degli investitori pubblicitari al fattore prezzo.

Anche in questi mesi Mondadori Pubblicità sta ponendo attenzione alla tenuta dei prezzi medi rispetto al 2011, in particolare per *Panorama*, *Grazia* e *Chi*.

I ricavi pubblicitari sul mezzo Radio sono cresciuti del 3,4%, nonostante una partenza negativa del mercato a febbraio in calo del 5,1% (fonte Nielsen); nel dettaglio i ricavi di *RI01* risultano in leggera flessione rispetto al 2011 mentre particolarmente positiva risulta la raccolta per Radio Kiss Kiss (+11,2%).

Per quanto attiene alle attività svolte dalla concessionaria nel primo trimestre, ottimo successo ha ottenuto la prima edizione del 2012 del Milano Fashion Design, che ha visto la partecipazione di 17 *fashion brand* e 12 tra *main partner* e *sponsor*; l'evento ha consentito a Mondadori Pubblicità di consolidare attività sul territorio con iniziative culturali promosse dal Comune di Milano.

Nel corso del 2012 la concessionaria organizzerà altri eventi per avvicinare nuovi clienti, garantendo una marginalità positiva per l'iniziativa.

Per il mercato Internet ottima la *performance* realizzata dalla *joint-venture* Mediamond con una crescita complessiva del 40% rispetto al 2011, grazie agli andamenti positivi di *Donna Moderna* (+16,3%), *Grazia* (+79,1%) e *Panorama* (+56,5%) per i marchi del Gruppo Mondadori, e alla costante crescita di TgCom (+27,3%) e Sport Mediaset (+19,5%) del Gruppo RTI.

Complessivamente il perimetro dei siti raccolti da Mediamond si è arricchito nel 2012 con la concessione di Videomediaset dell'editore RTI e di Skuola.net.

Digital

Le attività digitali in questa trimestrale trovano espressione economica secondo la seguente declinazione:

- per le attività editoriali, *e-book*, *properties*, abbonamenti e pubblicità *on-line*, nei *business* di riferimento, Libri, Periodici Italia e Periodici Francia;
- per le attività di *e-commerce*, svolte attraverso il sito www.bol.it, e di *bookclub on-line*, nel Direct;
- per le attività di diversificazione e di investimento a supporto del *business*, *gambling*, *application* e CRM, negli Altri Business.

Tutte le attività descritte, nel primo trimestre 2012, hanno generato un fatturato complessivo di 10,9 milioni di Euro e un margine operativo lordo negativo per 6,1 milioni di Euro.

Direct

Il fatturato complessivo dell'Area *Direct* nel primo trimestre 2012 è stato pari a 58,4 milioni di Euro, in calo dell'8,9% rispetto all'analogo periodo del 2011, rielaborato per comprendere nel perimetro di riferimento l'attività di *e-commerce* realizzata attraverso il sito www.bol.it.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011
Fatturato	54,7	62,3
Altri ricavi	3,7	1,8
	58,4	64,1
Costi operativi	(59,7)	(66,5)
Margine operativo lordo	(1,3)	(2,4)
Ammortamenti e svalutazioni	(1,4)	(1,5)
Risultato operativo	(2,7)	(3,9)

Di fronte ad uno scenario economico recessivo, amplificato nel mercato del libro da un calo generalizzato del prezzo medio e da una ridotta attività promozionale, sono stati attivati degli interventi volti a recuperare redditività e a trovare nuove fonti di ricavo.

In particolare si è lavorato sulla razionalizzazione del *network* delle librerie, con la chiusura dell'unità di Milano Berchet e di alcuni punti vendita minori; si è ampliata la gamma dei prodotti a marca Emporio Mondadori (oltre a oggetti di cartotecnica e cancelleria, prodotti di pelletteria e idee regalo) e delle BoxForYou, proponendoli anche nel circuito delle librerie esterne al *network* Mondadori e della Grande Distribuzione e si è dato corso allo sviluppo di *corner* all'interno dei negozi di grandi superfici con *partner* esterni.

La catena di librerie di proprietà ha realizzato ricavi in calo di oltre il 13%; tra queste i *multicenter* hanno limitato la flessione al 2,5%, a parità di punti vendita.

La catena dei punti vendita in *franchising*, invece, registra una contrazione dei fatturati pari a circa il 7%.

Sul fronte delle librerie *club* è proseguita la conversione dei punti vendita diretti alla formula *franchising*; anche per questa ragione i ricavi si sono ridotti di circa il 23%.

Il settore *direct* comprende l'attività svolta dai *bookclub* che hanno registrato un fatturato in

linea a quello del 2011 e da Cemit, che nel primo trimestre ha realizzato ricavi per 5 milioni di Euro, in diminuzione del 3,8%, mentre il mercato degli investimenti nel Direct Mail ha fatto segnare un -5% (fonte Nielsen).

Le azioni messe a punto per reagire a questo delicato momento sono rappresentate dalla diversificazione dell'offerta, con il rafforzamento della presenza nella comunicazione diretta digitale, grazie a un *team* dedicato, e con lo sviluppo del *face to face*, complementare al tradizionale reclutamento via *mailing*, e dal contenimento dei costi di struttura attraverso la riorganizzazione dei reparti.

Radio

Il mercato pubblicitario radiofonico italiano ha registrato nei primi tre mesi del 2012 una contrazione pari al 5,1% (fonte Nielsen); migliore la *performance* della Radio del Gruppo Mondadori che invece contabilizza nel primo trimestre del 2012 ricavi per 3,2 milioni di Euro, in leggera flessione rispetto al dato del 2011.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011
Fatturato	3,2	3,3
Altri ricavi	-	-
	3,2	3,3
Costi operativi	(4,0)	(4,3)
Margine operativo lordo	(0,8)	(1,0)
Ammortamenti e svalutazioni	(0,4)	(0,4)
Risultato operativo	(1,2)	(1,4)

Dal punto di vista editoriale il primo trimestre del 2012 è stato caratterizzato da un continuo processo di rinnovamento dell'emittente: nuovi programmi, nuovi *speaker* e un rafforzamento del palinsesto in particolare del *week-end*. Da gennaio è in onda tutti i giorni "Stile Libero", la trasmissione più imprevedibile e dissacrante dell'intero palinsesto, condotta da Marco Santin e Giorgio Gherarducci della Gialappa's band con Flavia Cercato. La focalizzazione è sempre puntata sul concetto di "adult contemporary radio" ossia di una radio pensata per il *target* 25-54 anni. Il *claim* "R101 Forever Fun" sintetizza al meglio la nuova linea editoriale basata sull'intrattenimento, sull'ironia, l'allegria e sull'informazione "leggera".

Le attività di *marketing* in questa prima parte dell'anno si sono concentrate nell'organizzazione e nella sponsorizzazione di eventi sul territorio: il Tour invernale "Quota 101" nelle principali località sciistiche italiane, la gara podistica "Stramilano" e, per la prima volta, quest'anno *R101* sarà radio ufficiale del Giro d'Italia.

R101 ha proseguito nel rafforzamento del proprio posizionamento anche come canale musicale in rete, affiancando il digitale all'attività tradizionale, ampliando la varietà dell'offerta con l'obiettivo di raggiungere fasce diverse di ascoltatori, approfondire il rapporto con i *fan* e attrarre inserzionisti pubblicitari con nuovi spazi promozionali.

Attualmente sono 5 le Web Radio tematiche (dedicate alle più grandi *hit* degli anni '70, '80, '90, '00 e alla selezione del meglio del Pop degli ultimi 40 anni) ascoltabili dal sito della Radio e dai più evoluti *smartphone* grazie alle applicazioni dedicate.

In ambito *digital*, *R101* è presente sui principali *social network* come Facebook, Twitter, FriendFeed e YouTube con *fan page* ufficiali e canali proprietari, fondamentali strumenti di comunicazione quotidiana con il proprio vasto pubblico. Il sito, recentemente arricchito con una nuova Home Page e un nuovo canale WebTV che presenta l'intera produzione Video della radio, si mantiene su dati di traffico significativi (circa 200.000 visitatori unici e circa 3 milioni di *page view* al mese) mentre la pagina ufficiale della Radio su Facebook ha già conquistato circa 165.000 *fan*.

L'ultima rilevazione dei dati Audiweb/Nielsen Net View pone *R101* tra i primi domini Radio per utenti e traffico.

Corporate e altri business

Nel settore Corporate sono comprese, oltre alle strutture che gestiscono l'attivo finanziario del Gruppo, le funzioni della Capogruppo impegnate nell'attività di servizio a favore delle società del Gruppo e delle divisioni di *business*.

Tali servizi sono riconducibili essenzialmente alle attività ITC, all'amministrazione, controllo di gestione e pianificazione, alla tesoreria e finanza, gestione personale, legale e societario, comunicazione esterna e le attività digitali di diversificazione e di investimento a supporto del *business*.

I ricavi sono costituiti essenzialmente dagli addebiti effettuati a controllate, collegate e altri soggetti dei servizi sopra menzionati.

Mondadori International

Gli *asset* finanziari gestiti dalla società al 31 marzo 2012 ammontano a 32,7 milioni di Euro (30,9 a fine 2011). La società nel trimestre ha registrato un utile pari a 0,1 milioni di Euro.

La composizione dell'attivo finanziario al 31 marzo è la seguente:

- conti correnti, attività assimilabili alla cassa e *time deposit* con primarie banche italiane a scadenza massima inferiore a tre mesi per 19,5 milioni di Euro;
- titoli obbligazionari a tasso variabile disponibili per la vendita per 13,2 milioni di Euro.

Situazione finanziaria

La situazione finanziaria del Gruppo al 31 marzo 2012 mostra un miglioramento rispetto al dato di inizio esercizio, anche grazie all'esercizio dell'opzione *put* sul 20% del capitale sociale di Mondadori Printing SpA, che ha portato all'incasso di 19,2 milioni di Euro.

Posizione finanziaria netta (Euro/milioni)	31 marzo 2012	31 dicembre 2011	31 marzo 2011
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	109,7	82,9	82,6
Attività finanziarie al <i>fair value</i>	-	-	-
Attività finanziarie disponibili per la vendita	13,2	15,7	20,9
Attività (passività) in strumenti derivati	(13,0)	(11,6)	0,8
Altre attività (passività) finanziarie	14,4	3,7	(11,4)
Finanziamenti (breve e medio/lungo termine)	(426,1)	(426,1)	(413,6)
Posizione finanziaria netta	(301,8)	(335,4)	(320,7)

Andamento dei tassi e dei cambi

Nei primi tre mesi del 2012, l'attività economica globale sembra essersi stabilizzata su livelli modesti; le attese per la prima parte dell'anno in corso sono negative e la possibile ripresa è condizionata da diversi fattori critici che ne mettono in discussione sia l'entità che la durata.

Ciò è particolarmente vero in Europa dove è in atto una fase recessiva, anche a causa delle misure poste in atto per allentare la tensione che grava sui mercati. Prosegue una consistente contrazione della domanda per consumi ed investimenti, condizionata sia dalle limitate possibilità di spesa dopo il prelievo fiscale che dalle tensioni sul mercato del lavoro.

Proseguono le attività di sostegno della liquidità messe in opera dagli istituti preposti al controllo dell'attività finanziaria. La Banca Centrale Europea, in particolare, attraverso operazioni di finanziamento a tassi particolarmente favorevoli, ha messo a disposizione del sistema bancario europeo una consistente massa di liquidità, della quale diversi istituti nazionali hanno beneficiato.

L'andamento dell'Euribor 3 mesi, nel corso del primo trimestre del 2012 rappresenta fedelmente la criticità della situazione: dal massimo di inizio anno a quota 1,343%, il tasso ha continuato costantemente a scendere fino al minimo del 31 marzo a quota 0,777%. Il valore medio del periodo è pari a 1,043%. Il costo medio dell'indebitamento del Gruppo Mondadori nel corso del medesimo periodo è stato pari al 3,33%.

Il cambio Euro/Dollaro si è complessivamente rafforzato sia pur con oscillazioni importanti attorno al valore medio di 1,31: dal minimo di metà gennaio a 1,27 al valore finale del 30 marzo pari a 1,34 circa.

Analogamente volatile è stato il cambio Euro/Sterlina nel corso del trimestre; in questo caso però i valori iniziali finali e medi non divergono sensibilmente ed il cambio medio del periodo si attesta attorno a 0,83 circa.

Le linee di credito complessivamente a disposizione del Gruppo al 31 marzo 2012 ammontano a 1.107,4 milioni di Euro, di cui 781,6 *committed*.

Gli affidamenti a breve termine del Gruppo, pari a 325,8 milioni di Euro, non utilizzati al 31 marzo 2012, sono costituiti da linee finanziarie di scoperto in c/c e da anticipazioni s.b.f.

Le principali linee a medio-lungo termine sono costituite da:

- un finanziamento bancario a tasso variabile di 320,0 milioni di Euro, scadenza dicembre 2014, concesso da un *pool* di primarie banche di *standing* internazionale; il finanziamento è costituito da un *Term Loan* di 150,0 milioni di Euro, interamente utilizzato al 31 marzo e da un *Revolving Facility* di 170,0 milioni di Euro, non utilizzato; sul *Term Loan* sono stati posti in essere alcuni contratti di *Interest Rate Swap* per trasformare il tasso d'interesse da variabile a fisso;
- un finanziamento a tasso variabile, concesso da Intesa Sanpaolo, per 50,0 milioni di Euro, scadenza maggio 2013, *Term Loan*, interamente utilizzato al 31 marzo;
- un finanziamento a tasso variabile, concesso da Intesa Sanpaolo, per 200,0 milioni di Euro, scadenza dicembre 2016, suddiviso fra un *Term Loan* di 50,0 milioni di Euro ed un *Revolving Facility* di 150,0 milioni di Euro, non utilizzato al 31 marzo; su parte del *Term Loan*, è in vigore un contratto di *Interest Rate Swap*, scadenza gennaio 2014;
- un finanziamento *amortizing* a tasso variabile di 104,0 milioni di Euro, *Term Loan*, concesso da un *pool* di primarie banche popolari italiane, scadenza giugno 2015; su parte del finanziamento è in vigore un contratto di *Interest Rate Swap Amortizing*;

- un finanziamento *bullet* a tasso variabile di 50,0 milioni di Euro, *Term Loan*, concesso da Mediobanca, scadenza marzo 2017; sul *Term Loan* è stato posto in essere un contratto di *Interest Rate Swap* per trasformare il tasso d'interesse da variabile a fisso;
- un finanziamento *bullet* a tasso variabile di 50,0 milioni di Euro, *Revolving Facility*, concesso da Mediobanca nel mese di luglio 2011, scadenza dicembre 2017, utilizzato per 15,0 milioni di Euro al 31 marzo.

Informazioni sul personale

Gli organici

Il personale dipendente, a tempo indeterminato e determinato, in forza alle società del Gruppo, al 31 marzo 2012, risulta composto da 3.764 unità, in ulteriore riduzione di 30 dipendenti rispetto al dato, rilevabile al marzo 2011, a perimetro omogeneo.

L'organico puntuale, riferito allo stesso mese dello scorso anno, nominalmente pari a 3.674 dipendenti, non includeva, infatti, 120 persone appartenenti alle società AME Editoriale Wellness Srl, Glaming Srl ed Emas Snc (Francia), oggi consolidate all'interno del Gruppo. Anche l'incremento dei dipendenti di Arnoldo Mondadori Editore SpA è da attribuirsi, essenzialmente, all'incorporazione delle testate di proprietà della citata AME Editoriale Wellness Srl ed a operazioni di accentrimento e sviluppo organizzativo.

Ciò conferma, in generale, la continuità nella politica di efficienza per il contenimento strutturale del costo del lavoro, i cui effetti si prolungano anche successivamente alla chiusura formale del Piano di Ristrutturazione avvenuta nel 2011.

Nel prospetto seguente si fornisce il dato puntuale relativo agli organici del Gruppo alla data del 31 marzo 2012:

Personale in forza	31 marzo 2012	31 dicembre 2011	31 marzo 2011
Arnoldo Mondadori Editore SpA:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.168	1.153	1.127
- Operai	84	90	92
	1.252	1.243	1.219
Società Controllate Italiane:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.446	1.452	1.465
- Operai	57	57	58
	1.503	1.509	1.523
Società Controllate Estere:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.009	912	932
- Operai	-	-	-
	1.009	912	932
Totale	3.764	3.664	3.674

Investimenti tecnici

Gli investimenti realizzati nel primo trimestre 2012 ammontano complessivamente a 0,6 milioni di Euro e riguardano prevalentemente mobili, arredi e macchine per l'ufficio.

Altre informazioni

Il Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2012 è stato predisposto in conformità ai principi contabili IAS/IFRS ed i criteri di valutazione adottati sono in linea con quelli utilizzati al 31 dicembre 2011.

Il documento fornisce le informazioni richieste dall'art. 154 *ter* comma 5 del D.Lgs. 58/1998.

Per ragioni di omogenea confrontabilità dei dati contabili contenuti nel presente documento con quelli forniti nelle precedenti rendicontazioni periodiche e di continuità informativa nei confronti del mercato, il Resoconto intermedio di gestione sul primo trimestre dell'esercizio 2012 mantiene, inoltre, la medesima impostazione definita per i precedenti resoconti intermedi trimestrali.

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

Evoluzione prevedibile della gestione

I primi tre mesi dell'anno hanno purtroppo confermato le previsioni più pessimistiche sulla portata della crisi economica in atto e sugli effetti derivanti all'attività produttiva, agli investimenti, all'occupazione ed ai consumi dai provvedimenti di politica economica e finanziaria introdotti da diversi Paesi, soprattutto in Europa.

I tempi necessari per una ripresa del mercato non sono ad oggi ipotizzabili: relativamente al perimetro di attività del Gruppo Mondadori, si è assistito ad una ulteriore, generale contrazione dei volumi di attività, rispetto ai valori già fortemente negativi dell'ultimo trimestre del 2011.

Per quanto riguarda le attività nelle quali il Gruppo sarà impegnato nei prossimi mesi, restano prioritarie quelle richiamate in sede di bilancio di fine anno: presidio della

leadership in Italia, consolidamento dei successi in Francia e crescita internazionale per i *brand*; sviluppo delle attività digitali connesse al *core business*; azioni di contenimento dei costi operativi, con ancor maggiore incisività rispetto a quanto già realizzato nel precedente triennio.

Anche in termini di risultati prevedibili per l'esercizio in corso si deve richiamare quanto espresso in sede di bilancio 2011: non essendo prevedibile nel breve periodo un'inversione di tendenza dei *trend* di mercato, non è ipotizzabile per il Gruppo il raggiungimento dei livelli di redditività dell'esercizio passato.

Per il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente
Marina Berlusconi



Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

*Conto economico e conto economico complessivo
consolidati*

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

Attivo (Euro/migliaia)	31 marzo 2012	31 dicembre 2011
Attività immateriali	944.525	947.303
Investimenti immobiliari	2.778	2.761
Terreni e fabbricati	10.037	10.215
Impianti e macchinari	11.913	12.405
Altre immobilizzazioni materiali	29.025	30.651
Immobili, impianti e macchinari	50.975	53.271
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	111.847	126.134
Altre partecipazioni	995	995
Totale partecipazioni	112.842	127.129
Attività finanziarie non correnti	6.925	6.925
Attività per imposte anticipate	46.005	48.137
Altre attività non correnti	1.171	1.052
Totale attività non correnti	1.165.221	1.186.578
Crediti tributari	40.538	40.831
Altre attività correnti	92.700	80.280
Rimanenze	137.036	137.066
Crediti commerciali	314.557	360.369
Titoli ed altre attività finanziarie correnti	31.953	24.583
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	109.701	82.942
Totale attività correnti	726.485	726.071
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	1.891.706	1.912.649

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

Passivo (Euro/migliaia)	31 marzo 2012	31 dicembre 2011
Capitale sociale	64.079	64.079
Riserva sovrapprezzo azioni	210.200	210.200
Azioni proprie	(71.691)	(70.456)
Altre riserve e risultati portati a nuovo	369.630	320.367
Utile (perdita) dell'esercizio	2.435	49.621
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	574.653	573.811
Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti	35.411	35.068
Totale patrimonio netto	610.064	608.879
Fondi	45.759	47.443
Indennità di fine rapporto	53.422	53.508
Passività finanziarie non correnti	414.263	412.812
Passività per imposte differite	103.824	103.259
Altre passività non correnti	-	-
Totale passività non correnti	617.268	617.022
Debiti per imposte sul reddito	20.056	22.938
Altre passività correnti	267.963	259.932
Debiti commerciali	340.283	366.837
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	36.072	37.041
Totale passività correnti	664.374	686.748
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	1.891.706	1.912.649

Conto economico consolidato

(Euro/migliaia)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	328.059	354.268
Decremento (incremento) delle rimanenze	(70)	(4.376)
Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	44.603	49.106
Costi per servizi	198.888	211.234
Costo del personale	73.225	68.466
Oneri (proventi) diversi	1.414	8.106
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	5.026	40
Margine operativo lordo	15.025	21.772
Ammortamenti e perdite di valore di immobili, impianti e macchinari	2.777	2.742
Ammortamenti e perdite di valore delle attività immateriali	3.284	2.720
Risultato operativo	8.964	16.310
Proventi (oneri) finanziari	(4.441)	(5.432)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-
Risultato prima delle imposte	4.523	10.878
Imposte sul reddito	1.749	5.663
Risultato derivante dall'attività in funzionamento	2.774	5.215
Proventi (oneri) da attività/passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Risultato di pertinenza di terzi azionisti	(339)	(200)
Risultato netto	2.435	5.015
Risultato netto per azione (espresso in unità di Euro)	0,010	0,021
Risultato netto diluito per azione (espresso in unità di Euro)	0,010	0,021

Conto economico complessivo consolidato

(Euro/migliaia)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011
Risultato netto prima delle interessenze di pertinenza di terzi	2.774	5.215
Utili (perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci di imprese estere	-	(2)
Altri utili (perdite) da società valutate con il metodo del patrimonio netto	(51)	(1.606)
Parte efficace di utile (perdite) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari (<i>cash flow hedge</i>)	(1.362)	6.092
Utili (perdite) derivanti da attività disponibili per la vendita (<i>fair value</i>)	797	758
Effetto fiscale relativo agli altri utili (perdite)	251	-
Totale altri utili (perdite) al netto dell'effetto fiscale	(365)	5.242
Risultato complessivo del periodo	2.409	10.457
Attribuibile a:		
- Azionisti della controllante	2.070	10.257
- Interessenze di pertinenza di terzi	339	200

Per il Consiglio di Amministrazione
 Il Presidente
 Marina Berlusconi

