



# Gruppo Mondadori

## Risultati 1Q14

*Conference Call*

13 Maggio 2014

# Contesto di mercato

▲ Anche i primi mesi dell'anno, a livello Macro, non mostrano segnali di miglioramento del ciclo economico nei Paesi di riferimento del gruppo Mondadori

▲ I valori dei settori in cui opera il gruppo hanno mostrato ulteriori segnali di contrazione rispetto allo stesso periodo del 2013

	MONDADORI	MERCATO
<b>Italia</b>		
<b>Libri Trade</b>	-9,6%	-5,3%
<b>Periodici</b>		
Pubblicità:		
-print	-7,4%	-14,7%
-Internet	24,0%	-6,3%
<b>Diffusioni</b>	-5,6%	-12,8%
<b>Vendite Congiunte</b>	-14,4%	-19,3%
<b>Francia</b>		
Pubblicità		
-print	-10,5%	-10,0%
-Internet	39,0%	na
<b>Diffusione (edicola)</b>	-1,4%	-8,1%

Italia: per libri *Trade* la fonte è Nielsen (Marzo). Per i periodici la fonte è Nielsen (bimestre gennaio – febbraio 2014), i dati Mondadori sono a perimetro omogeneo e a fine Marzo

Francia: stime interne a fine Marzo 2014



# Highlights risultati 1Q14

▲ **Fatturato** in riduzione del 6,5% a livello omogeneo (conferimento delle attività di raccolta pubblicitaria a *Mediamond*)

▲ Nonostante il difficile contesto **tutte le attività di Mondadori presentano risultati in miglioramento rispetto al 1Q13 con esclusione dei libri** che avranno un programma editoriale più importante nel 2H14

▲ L'effetto combinato delle azioni sui prodotti e di riduzione dei costi operativi hanno consentito un miglioramento dell'EBITDA di € 10 milioni a fronte di un calo dei ricavi di circa €24 milioni

▲ **Margine Operativo lordo** (EBITDA) **positivo** per **€5,6 milioni** rispetto a - €4,6 milioni in 1Q13 e anche al netto degli elementi non ricorrenti EBITDA in miglioramento da €0,1 milioni a €5,0 milioni

▲ Posizione Finanziaria Netta: - €396,5 (- €363,2 FY13) risente anche degli esborsi relativi agli oneri di ristrutturazione del passato esercizio e degli investimenti nella scolastica. Il dato, già migliore rispetto alle stime di budget è previsto in significativo **miglioramento per fine anno**



# Risultati Economici 1Q14

€ mio	1Q14	1Q13	Var	
<b>Ricavi netti</b>	268,3	292,7	-8,3%	<b>-6,5%*</b>
Costo del personale	-59,3	-71,2	-16,7%	<b>-11,0%**</b>
Costo del Venduto & Altro	-203,4	-226,1	-10,0%	
<i>Rettifiche per fattori non ricorrenti</i>	-0,6	4,7		
<i>EBITDA al netto fattori non ricorrenti</i>	<b>5,0</b>	<b>0,1</b>		<b>ns</b>
<b>EBITDA</b>	<b>5,6</b>	<b>-4,6</b>		ns
Ammortamenti e Svalutazioni	-5,5	-6,0		ns
<b>EBIT</b>	<b>0,1</b>	<b>-10,6</b>		<b>ns</b>
Proventi ed oneri finanziari	-5,9	-5,0		ns
<b>Utile ante imposte</b>	<b>-5,8</b>	<b>-15,6</b>		<b>ns</b>
Imposte	0,2	-0,6		ns
Utile di terzi	0,4	0,3		ns
<b>Utile netto</b>	<b>-6,4</b>	<b>-15,3</b>		<b>ns</b>

- \* Escluso effetto conferimento in *Mediamond* (consolidata ad *equity*) dell'attività di raccolta pubblicitaria
- \*\* Escluso effetto ristrutturazione e conferimento *Mediamond*



# Risultati per Divisione 1Q14

## RICAVI

€ mio	1Q14	1Q13	Var.
Libri	56,8	63,2	-10,1%
Periodici Italia	81,3	88,8	-8,4%
Periodici Francia	81,7	83,0	-1,6%
Mondadori Pubblicità	3,9	29,9	ns
Retail	47,2	50,7	-6,9%
Radio	2,6	2,6	0,0%
Holding & Altro	7,5	9,9	-24,2%
<b>Ricavi Lordi</b>	<b>281,0</b>	<b>328,1</b>	<b>-14,4%</b>
Intercompany	-12,7	-35,4	ns
<b>Ricavi Netti</b>	<b>268,3</b>	<b>292,7</b>	<b>-8,3%</b>

## EBITDA

€ mio	1Q14	1Q13	Var.
Libri	1,7	3,7	-54,1%
Periodici Italia	7,5	2,6	ns
Periodici Francia	5,2	4,5	15,6%
Mondadori Pubblicità	-0,6	-2,8	ns
Retail	-3,7	-4,0	ns
Radio	-1,2	-1,6	ns
Holding & Altro	-3,3	-7,0	ns
<b>Totale</b>	<b>5,6</b>	<b>-4,6</b>	<b>ns</b>

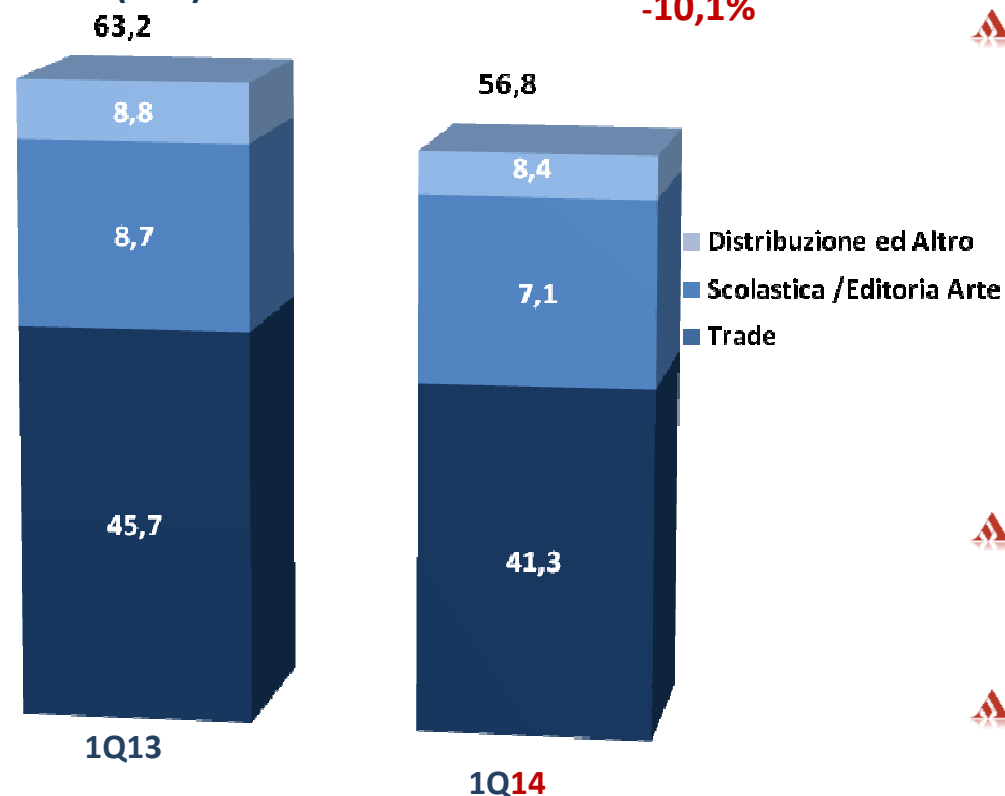


# Dettagli per aree di business 1Q 2014



# Libri: highlights finanziari

## Ricavi(€ m)



Fatturato libri *trade* in calo del -9,6% superiore al mercato a causa di:

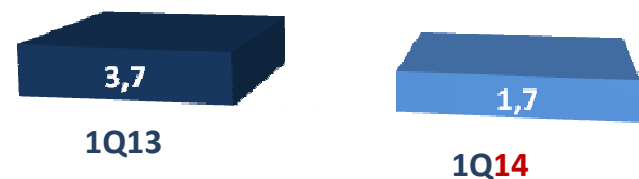
- andamento particolarmente negativo del paperback soprattutto nel canale GDO anche a causa del ridimensionamento delle campagne promozionali
- programma editoriale di periodo non particolarmente forte (previsto più importante nel 2H)

Confermata la posizione di *leadership di mercato* con:

- 4 titoli nei primi 10 best sellers più venduti

Scolastica: il 1Q non risulta significativo per l'effetto della stagionalità dell'attività

## EBITDA (€ m)



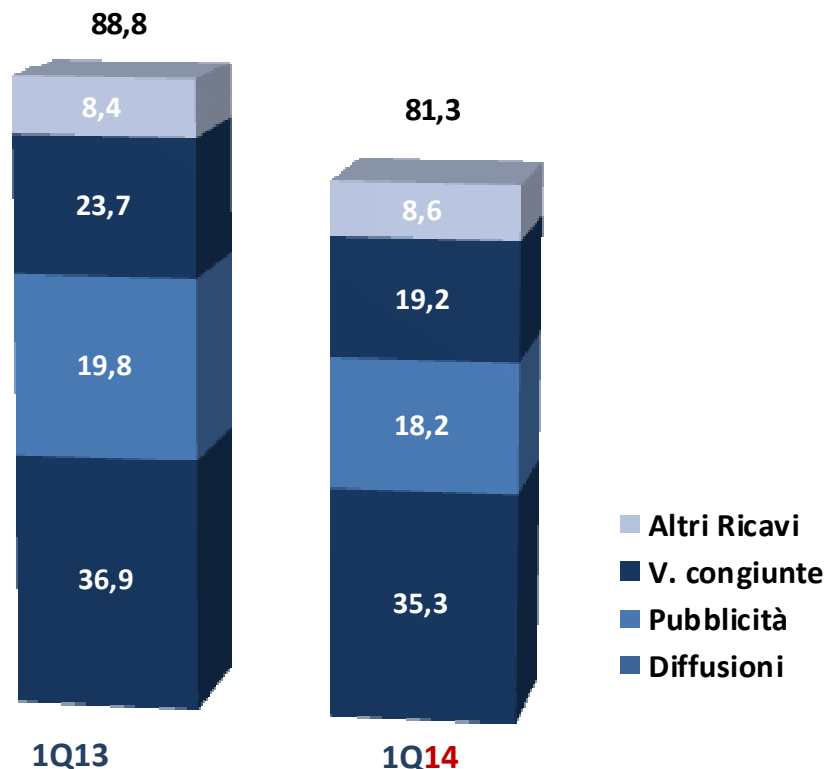
*E-book*:

- Confermata quota di mercato ad oltre il 40%
- Ricavi: +57%



# Periodici Italia: highlights finanziari

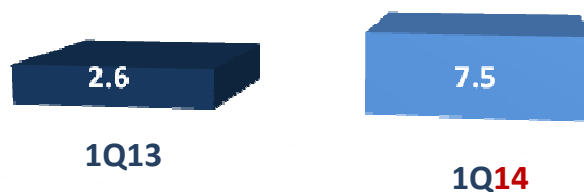
Ricavi(€ m)



I risultati delle Testate Mondadori (**a perimetro omogeneo**) per effetto combinato della rivisitazione del portafoglio e della riorganizzazione della concessionaria pubblicitaria hanno registrato risultati nettamente migliori del mercato

- diffusioni: -5,6% vs -12,8% (mercato Marzo fonte Interna)
- raccolta pubblicitaria: -7,4% vs -14,7% (mercato Feb. Nielsen)
- Internet +24% vs -6,3% (mercato Feb. Nielsen)
- vendite congiunte: -14,4% vs -19,3% (mercato Marzo fonte interna)

EBITDA (€ m)



Nel periodo sono continuate le azioni sul portafoglio delle testate con:

- il lancio del «*il mio Papa*» e rilancio di *Panorama*
- Il *restyling* di *CasaFacile*
- la chiusura delle testate del segmento auto
- la cessione di *PC Professionale* e *Ciak* (con effetto da Aprile)

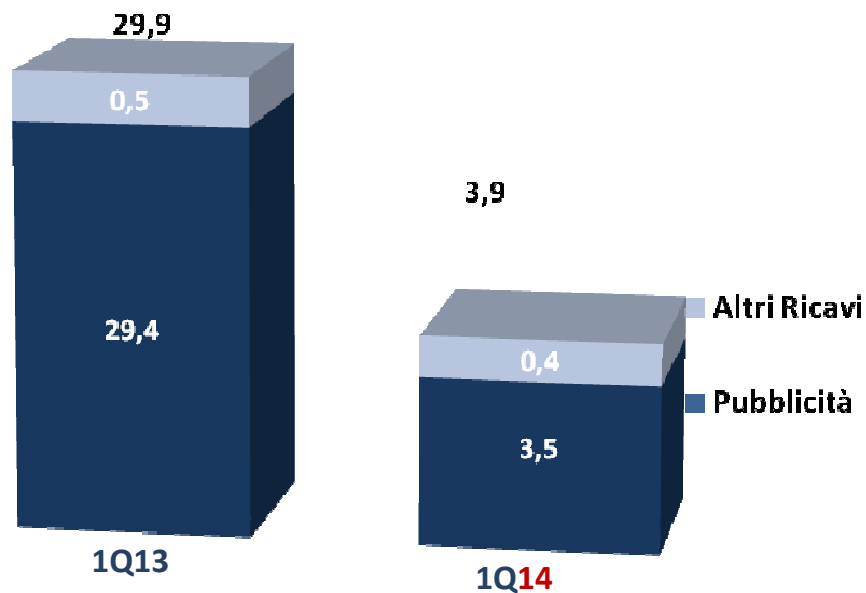




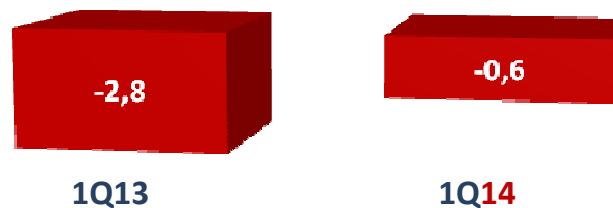
# Pubblicità: highlights finanziari

Ricavi(€ m)

Variazione non  
significativa



EBITDA (€ m)



⚠ I dati rappresentati sono disomogenei per l'avvenuto conferimento (1° gennaio 2014) delle attività della concessionaria Mondadori Pubblicità alla JV *Mediamond* (paritetica Mondadori Pubblicità /Publitalia'80)

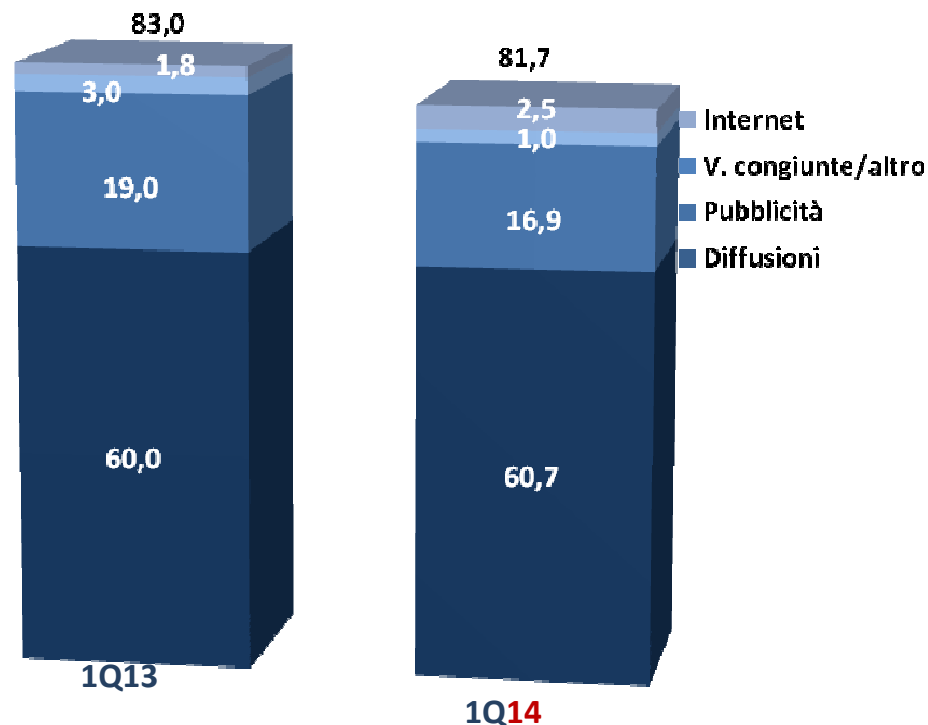
⚠ Attività di *Mediamond* (consolidata ad equity):

- Già dal 1Q14 si evidenziano i risultati molto positivi con un fatturato (omogeneo) **in crescita del 12,3%** di cui:
  - Attività stampa: -7,4%
  - Radio: più che raddoppiato grazie all'allargamento del perimetro della radio (dal 2014 il network leader in Italia)
  - Internet +24,0%



# Periodici Francia: highlights finanziari

## Ricavi(€ m)



Fatturato (omogeneo)-2,2% di cui:

- diffusioni edicola: -1,4% vs -8,1% (mercato)
- pubblicità: -10,5% vs -10,0% (mercato)



Prosegue l'ottima performance di *Closer* (+25%) *Pleine Vie* (+24%) *Top Santé* (+25%) e dei nuovi lanci *750g*, *Slam* ed *Histoire & Jeux*

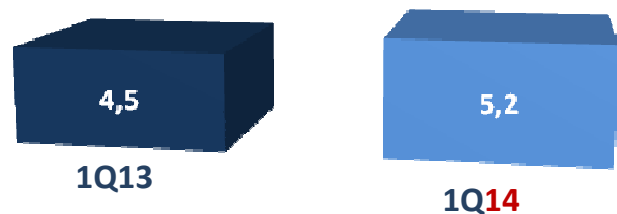


Attenzione alla qualità editoriale attraverso il continuo restyling delle testate (da marzo *L'Auto-journal Evasion*, *Diapason*, *Modes e Travaux*, *Science & Vie* e *Top Santé*)



Le azioni di contenimento dei costi generali e del personale consentono un incremento della marginalità in presenza di un fatturato in leggero calo

## EBITDA (€ m)



Lanciato nel trimestre un piano di incentivazione all'esodo e del blocco del *turnover*



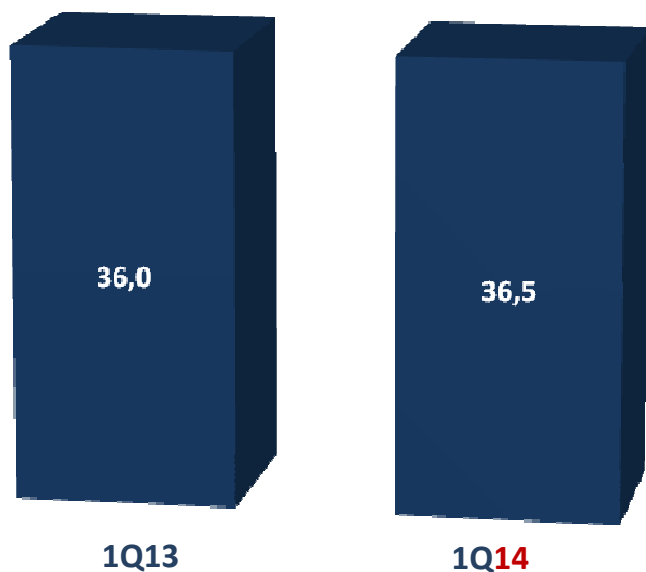
Digital:

- forte crescita del fatturato pubblicitario (+39,0%) con visitatori unici saliti a 7,8 milioni
- *NaturaBuy*: valore delle transazioni a €8,6 milioni (+23%), fatturato +46,0%



# Network Internazionale: highlights finanziari

Valore d'affari(€  
m)



▲ MIB ha registrato un fatturato in linea con 1Q13, il calo leggero delle royalties è stato compensato da aumento (+9%) delle commissioni sulla raccolta pubblicitaria effettuata per partners stranieri in Italia

▲ Nel periodo particolarmente positiva la *performance* anche dell'ultimo lancio: *Icon* ( Spagna)

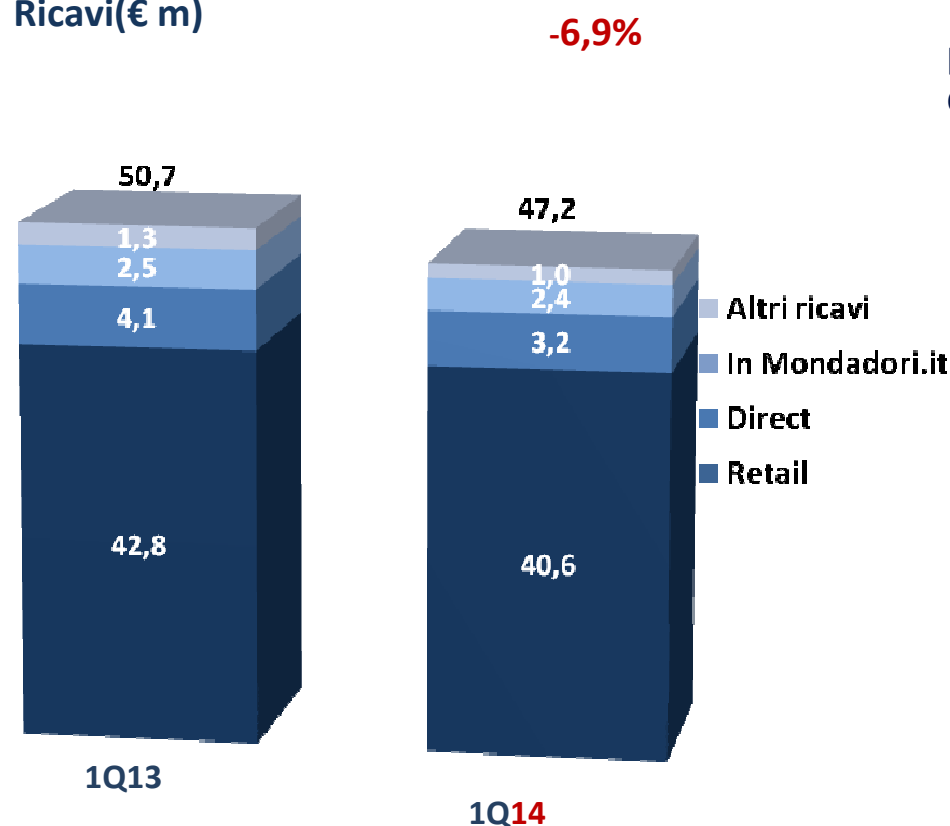
▲ Joint Ventures:

- Ottimo andamento dei ricavi della JV *Grazia* in Cina (+12%) che da Aprile sarà edito settimanalmente; stabili le attività in Russia pur in un difficile contesto politico; in Grecia dopo diversi trimestri negativi Attica registra un +5% dei ricavi pubblicitari

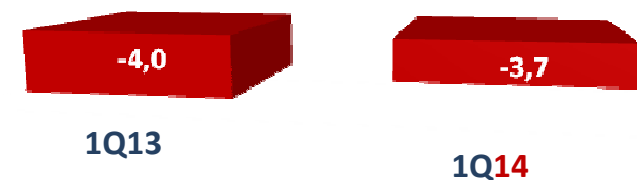


# Retail: highlights finanziari

Ricavi(€ m)



EBITDA (€ m)



▲ L'andamento del mercato di riferimento risente particolarmente del calo del libro (-5,3%) e anche dei prodotti di elettronica di consumo

▲ Il fatturato *retail* è sostanzialmente in linea con il mercato

▲ Il *Network* è costituito ad oggi da:

- 8 Multicenter
- 19 Librerie dirette
- In *Franchising*
  - 315 librerie
  - 186 *Edicolè*
  - 21 librerie *club*

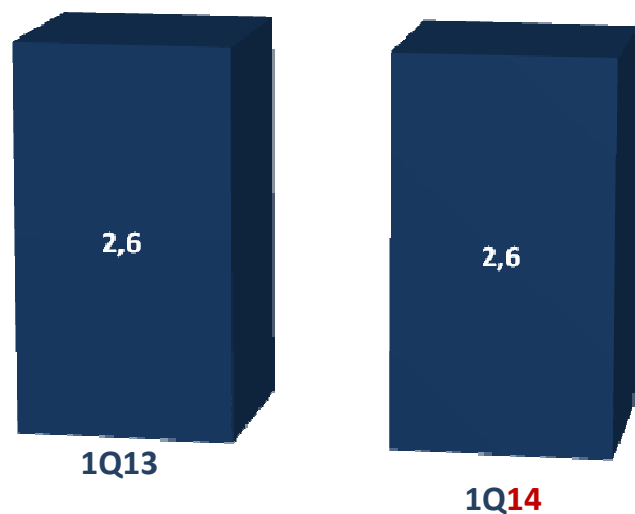
▲ Nel periodo hanno avuto ulteriore sviluppo le azioni di:

- rivisitazione del network e dell'offerta di prodotto
- ridefinizione del format dei punti di vendita diretti
- riorganizzazione della logistica (accentramento dell'attività di Brescia in quella della sede del gruppo di Verona)
- ulteriore contenimento dei costi del personale (estensione al 20% della procedura di solidarietà per le sedi di Milano e Rimini)



# Radio R101: highlights finanziari

Ricavi(€ m)

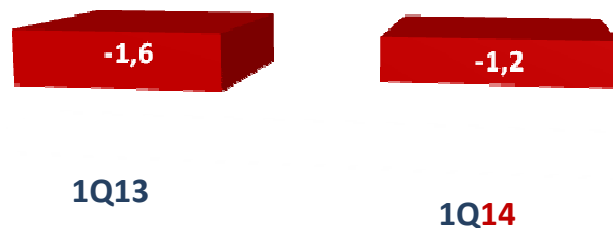


I ricavi sono stabili in un mercato che registra un aumento del 7,5%



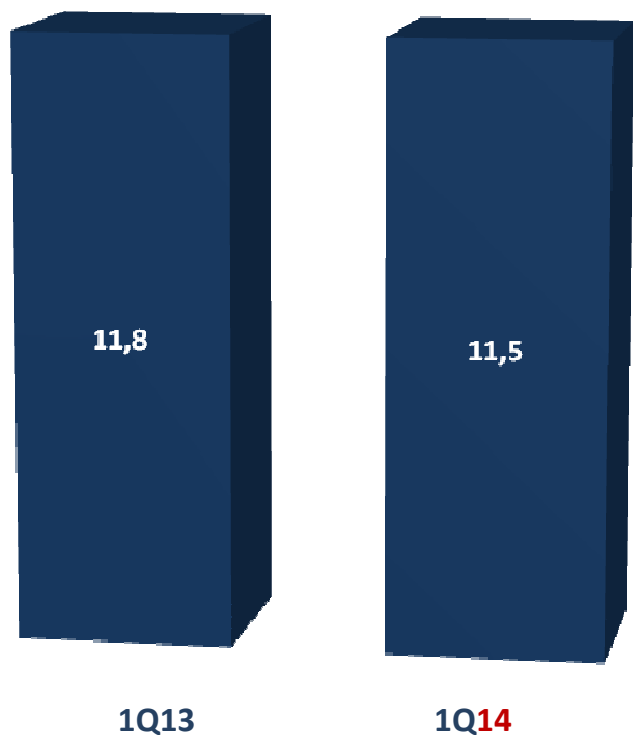
A fine marzo è stata presentata la nuova R101 frutto di un lavoro congiunto con i professionisti di *Radio Italia* con un nuovo logo, un nuovo *pay off* «*the Music*»: il cambiamento è stato accompagnato da un'intensa attività promozionale a supporto del nuovo *format* con l'avvio di partnership con programmi televisivi e rafforzamento dei legami con la musica italiana e internazionale grazie all'abbinamento ad alcuni *tour* di artisti e gruppi di fama internazionale

EBITDA (€ m)



# Digital: principali risultati\*

Volume d'affari (€ mio)



▲ Nei primi mesi è continuato il potenziamento del team con nuove risorse dedicate al *CRM*, al *Marketing Services* ed *e-commerce*


▲ Il volume d'affari è stabile rispetto al 1Q13 come risultato di:

- forte crescita *per*:
  - *e-book* (+57%)
  - *Properties Italia*:
    - ricavi +24%, con tutti i principali siti in crescita: *Donna Moderna* (+23,8%), *Grazia* (+43,5%) e *Panorama Auto* (+5,2%)
    - Per *Donna Moderna* raggiunti i 14 milioni di utenti unici e 150 milioni di pagine viste
  - *Properties Francia*:
    - ricavi +39%, con tutti i principali siti in crescita
    - utenti unici: 7,8 milioni
- Ricavi in riduzione per *Cemit* ed *InMondadori*



\*I ricavi e l'EBITDA trovano espressione nelle diverse attività del gruppo e nella  *Holding*

# Outlook: FY14

 In un contesto di mercato che non mostra ancora chiari segnali di miglioramento **le positive risultanze** del primo trimestre, conseguenti alle azioni intraprese sui prodotti, sulla riorganizzazione e sul contenimento dei costi, consentono di stimare per **l'intero esercizio 2014 un livello di redditività (EBITDA) superiore a quello del FY12**, confermando quanto indicato già in sede di presentazione del bilancio al 31 dicembre 2013



# ALLEGATI





# EBITDA al netto dei fattori non ricorrenti

€ mio	1Q14	1Q13	Var.
Libri	1,9	3,7	-48,6%
Periodici Italia	7,7	2,6	ns
Periodici Francia	5,8	5,0	16,0%
Mondadori Pubblicità	-1,7	-2,8	ns
Retail	-3,4	-3,8	ns
Radio	-1,2	-1,5	ns
Holder & Altro	-4,1	-3,1	ns
<b>Totale</b>	<b>5,0</b>	<b>0,1</b>	<b>ns</b>

