



Risultati 1H13

Presentazione alla comunità finanziaria

Segrate, 30 luglio 2013

Highlights del semestre

Mercato



Anche il secondo trimestre dell'anno ha evidenziato, nei mercati di riferimento in cui opera il Gruppo Mondadori, una situazione economica recessiva e di forte instabilità

Mondadori



Nel periodo sono continuate con maggior impulso le azioni volte a:

- riduzione costi operativi
- rilancio e rinnovo dei periodici soprattutto in Italia
- sviluppo attività digitali sia in Italia sia in Francia
- consolidamento della *leadership* nei libri con pubblicazione di importanti *best sellers* (D. Brown, K. Hosseini)



Le azioni in essere produrranno importanti risultati già a partire dal 2H13

Focus: Piano di riduzione costi

- ▲ **Personale:** ristrutturazione attraverso piani di prepensionamento, ricorso ad ammortizzatori sociali e incentivazione individuale (costi sostenuti/stanziati negli ultimi 3 trimestri: 32 € mio)
- ▲ **Costi industriali:**
 - Rinegoziazione del contratto di stampa con ottenimento di riduzione tariffe con percentuale crescente negli anni (11,5% nel FY15)
 - Dal 2014 ulteriori effetti positivi derivanti dall'acquisto diretto della carta
- ▲ **Costi logistici**
 - Riduzione delle spese per affitto (negozi e sedi) tramite rivisitazione dei canoni esistenti e ridefinizione delle attuali location del Gruppo
 - Progetto di razionalizzazione della logistica Libri (*Trade ed Educational*) e Retail (diretto e franchising) e di miglioramento dell'efficienza logistica periodici
- ▲ **Costi operativi**
 - Ridefinizione dei contratti di fornitura dei servizi generali (logistica, IT, servizi generali)
 - Nuova strategia per *Information Technology* e per alcune attività di servizio
 - Revisione dei processi e dei costi afferenti il business (borderò, filiera libri...)

Obiettivo riduzione
costi 2015

100 mio €

di cui già individuati
circa

76 mio €

Andamento mercati di riferimento a valore

Italia

Libri Trade (Librerie)

Periodici:

Diffusioni (omogeneo)

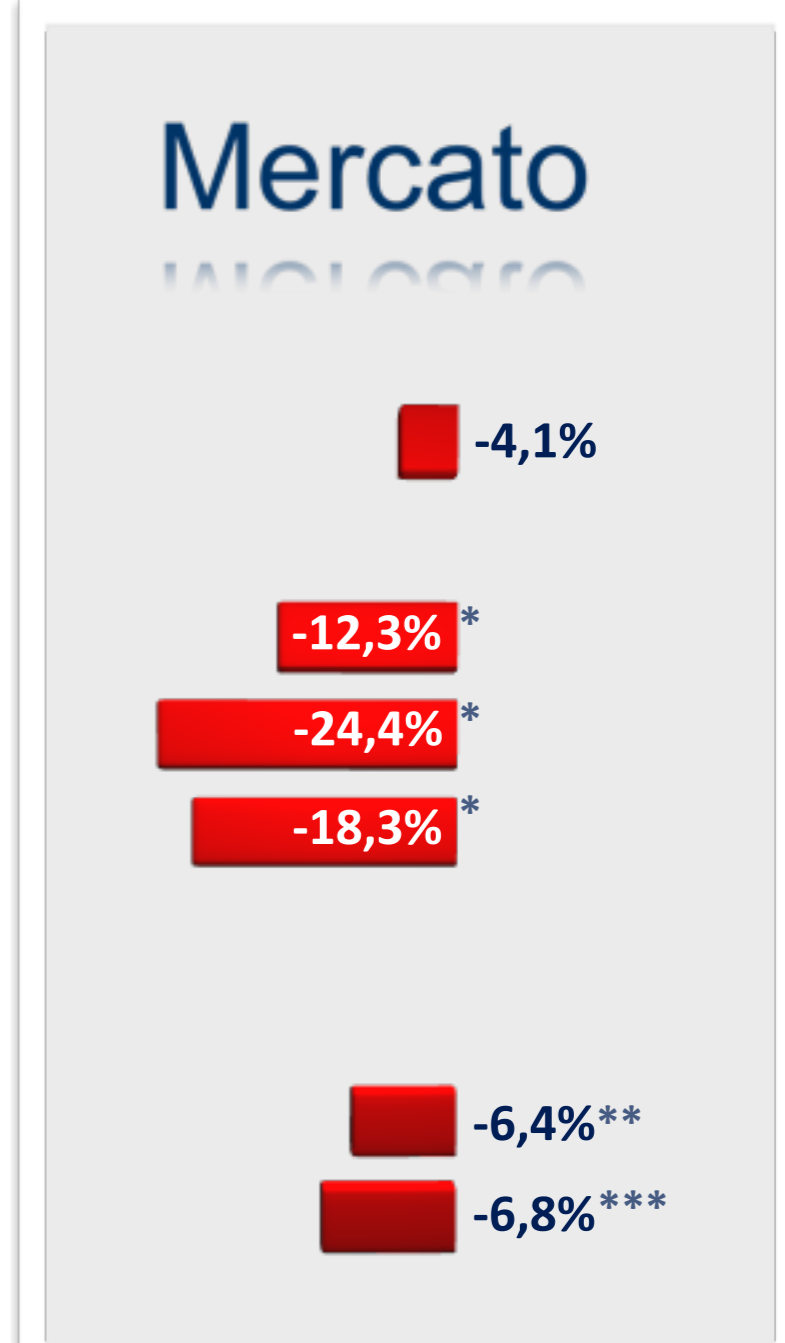
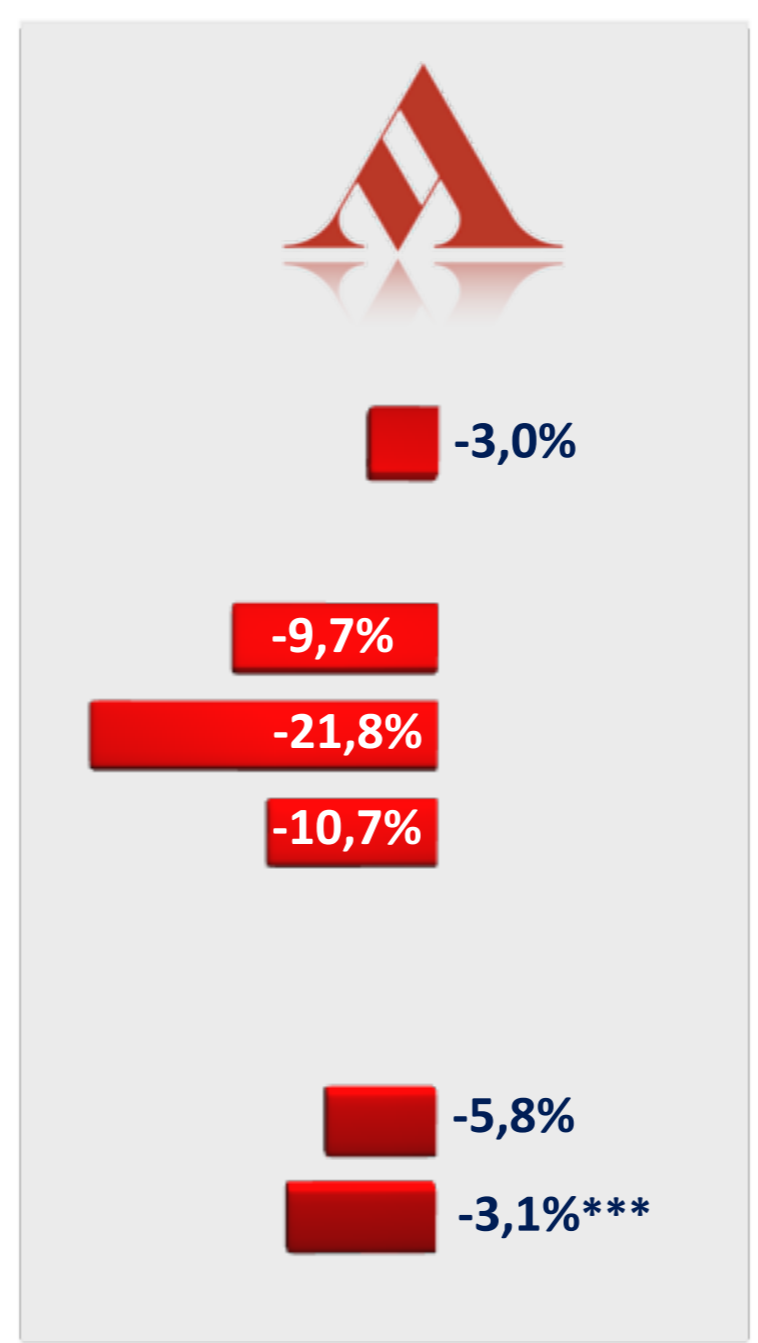
Pubblicità (omogeneo)

Vendite congiunte

Francia

Diffusioni edicola (omogeneo)

Periodici Pubblicità (volume)



Dati omogenei per tener conto della diversa programmazione editoriale sia in Italia sia in Francia

* Dati a Maggio '13. Fonte Nielsen per la pubblicità, stime interne per diffusioni e vendite congiunte

** Fonte interna a valore (Maggio '13)

*** Fonte Kantar Media (Maggio '13)

Risultati economici 1H13

€ mio	1H12	1H13	Var. %
Ricavi netti	676,2	612,3	-9,4
Costo del personale	-142,0	-148,0	4,2 [-5,5%]*
Costo del venduto & Altro	-489,2	-469,6	-5,7
EBITDA al netto fattori non ricorrenti	27,8	14,2	-48,9
EBITDA	36,0	-5,3	ns
Ammortamenti e Svalutazioni	-12,2	-12,4	-
EBIT	23,8	-17,7	ns
Proventi e oneri finanziari e diversi	-8,2	-10,5	-
Utile ante imposte	15,6	-28,2	ns
Imposte	-6,5	2,1	-
Utile di Terzi	-1,6	-1,0	-
Utile netto	7,5	-27,1	ns
Posizione Finanziaria Netta	-370,0	-367,3	

*Al netto delle ristrutturazioni

Risultati per Divisione 1H13

Ricavi

€ mio	1H12	1H13	Variaz.
Libri	144,6	134,0	-7,3%
Periodici Italia	209,9	177,9	-15,2%
Periodici Francia	193,6	176,9	-8,6%
Mondadori Pubblicità	96,0	76,8	-20,0%
Direct & Retail	113,1	110,4	-2,4%
Radio	7,6	6,8	-10,5%
Holding & Altro	11,1	9,9	-11,1%
Ricavi Lordi	775,8	692,7	-10,7%
Intercompany	-99,6	-80,4	ns
Ricavi Netti	676,2	612,3	-9,4%
di cui Digital	13,9	15,3	10,3%

EBITDA al netto fattori non ricorrenti

€ mio	1H12	1H13
Libri	12,8	10,3
Periodici Italia	12,7	7,5
Periodici Francia	20,7	14,4
Mondadori Pubblicità	-3,2	-3,5
Direct & Retail	-4,4	-4,6
Radio	-0,6	-1,6
Holding & Altro	-10,2	-8,3
Totale	27,8	14,2
Fattori non ricorrenti	8,2	-19,5
EBITDA da bilancio	36,0	-5,3
di cui Digital	-11,5	-7,6

Libri: evoluzione quota di mercato a valore

1H12

1H13



26,1%

26,0%



11,1%

11,0%



10,5%

9,6%



6,0%

6,3%



4,3%

5,0%



2,5%

2,1%

Altri

39,5%

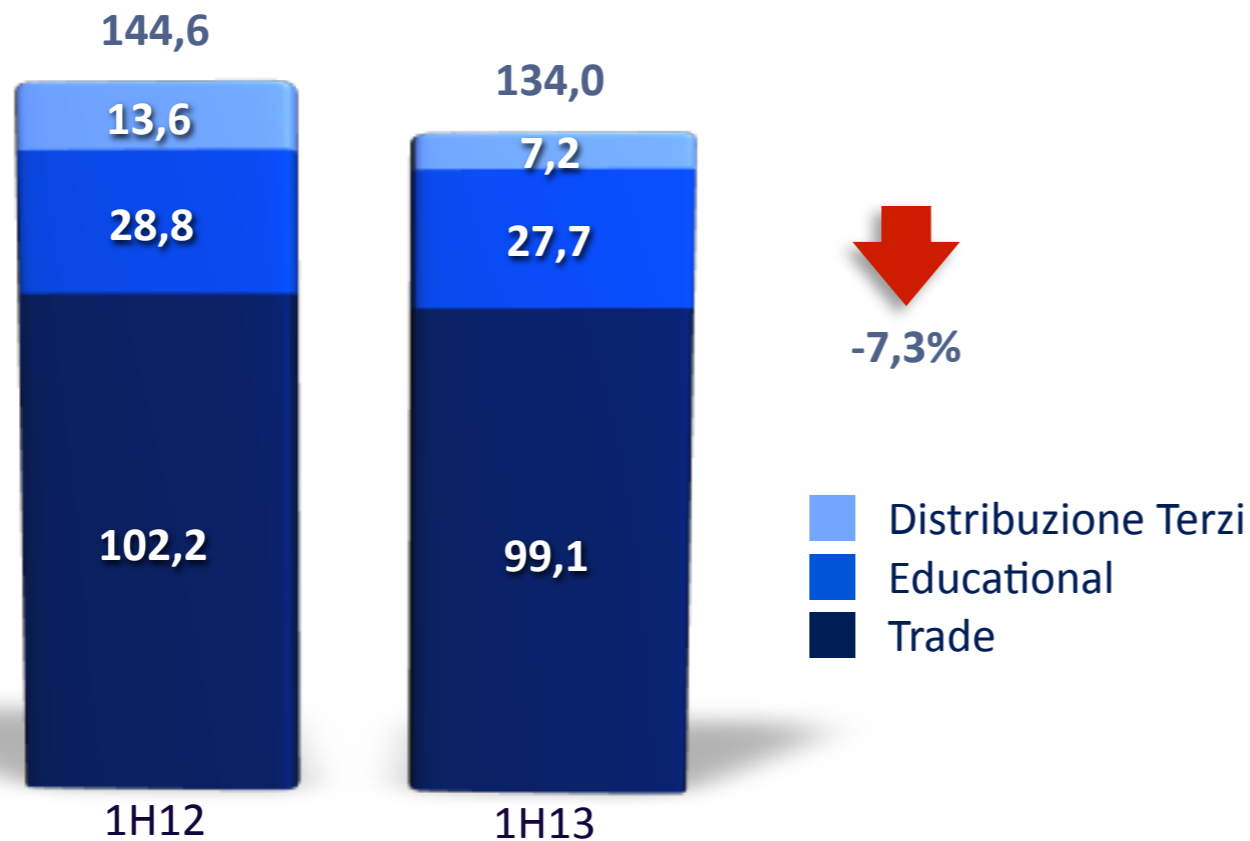
40,0%

Mondadori si conferma leader per:

- ▲ quota di mercato
- ▲ vendita best sellers (3 titoli nei primi 10 e 7 titoli nei primi 20)
- ▲ incremento prezzo medio canale librerie +1,9% vs 1H12 e meglio del mercato (-1,6%)

Libri: highlights finanziari

Ricavi (€ mio)



Fatturato Trade -3,0% in miglioramento (+1,9%) vs 1Q13




Ebook: ricavi più che raddoppiati nel periodo con oltre 850.000 download

EBITDA (€ mio)



EBITDA rettificato -19,5% al netto di fattori non ricorrenti. Atteso recupero in 2H per effetto di un programma editoriale più forte negli ultimi mesi dell'anno

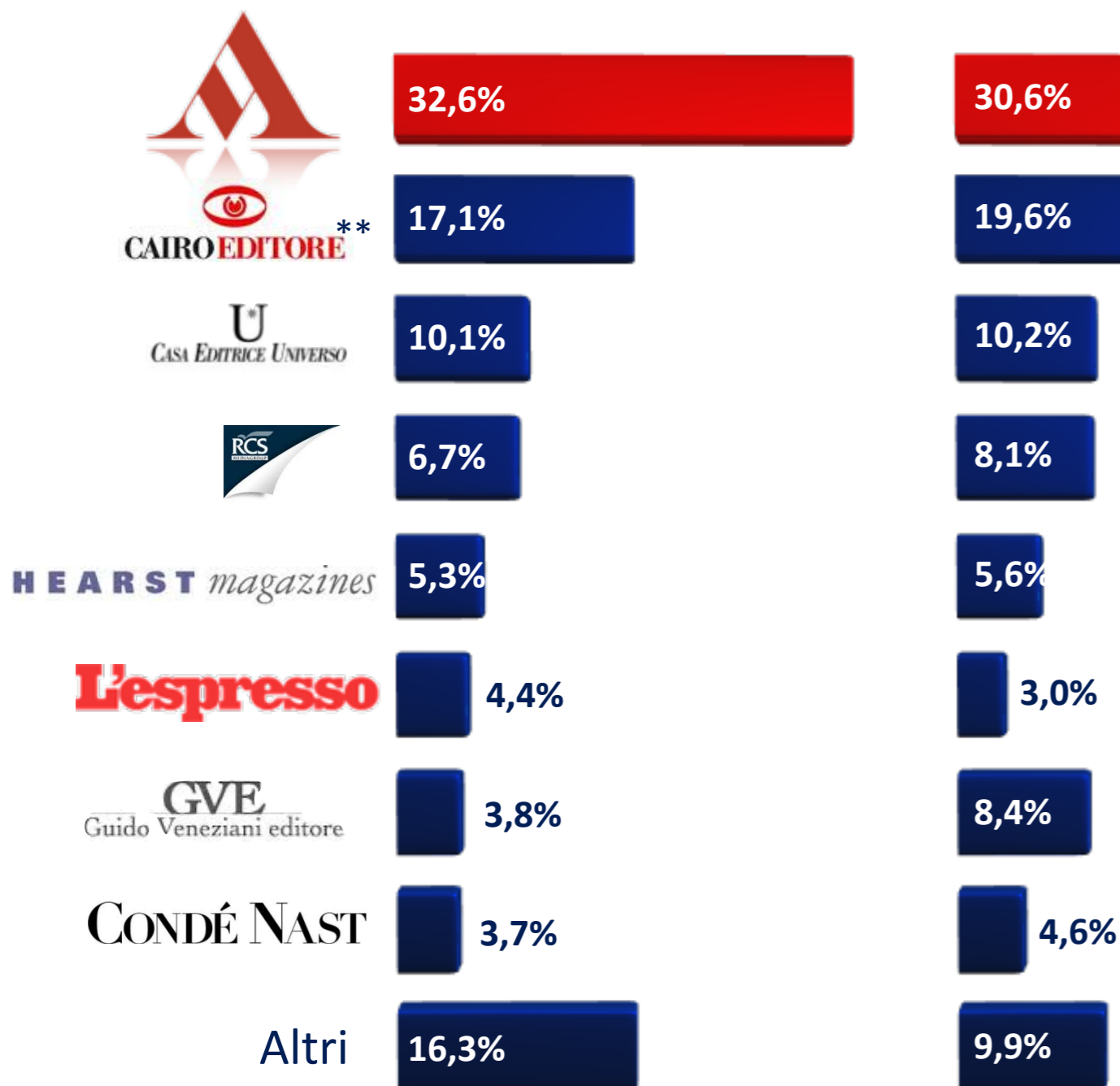
Azioni di rilancio svolte nel 1H13

-  Molto positivi i primi risultati di vendita dei bestsellers *di D. Brown e K. Hosseini* rispettivamente con circa 700.000 e 450.000 copie vendute nel periodo maggio-giugno
-  Atteso nella seconda parte dell'anno un importante programma editoriale con: Volo, Sveva Casati Modignani, Manfredi, Mazzantini
-  *eBook:*
 - in rapida crescita i ricavi più che raddoppiati vs 1H12
 - la piattaforma *InMondadori*, con il device Kobo, è tra i primi operatori dopo Amazon e Apple

Periodici Italia: andamento diffusioni

Quota di mercato*
valore

Quota di mercato
volume



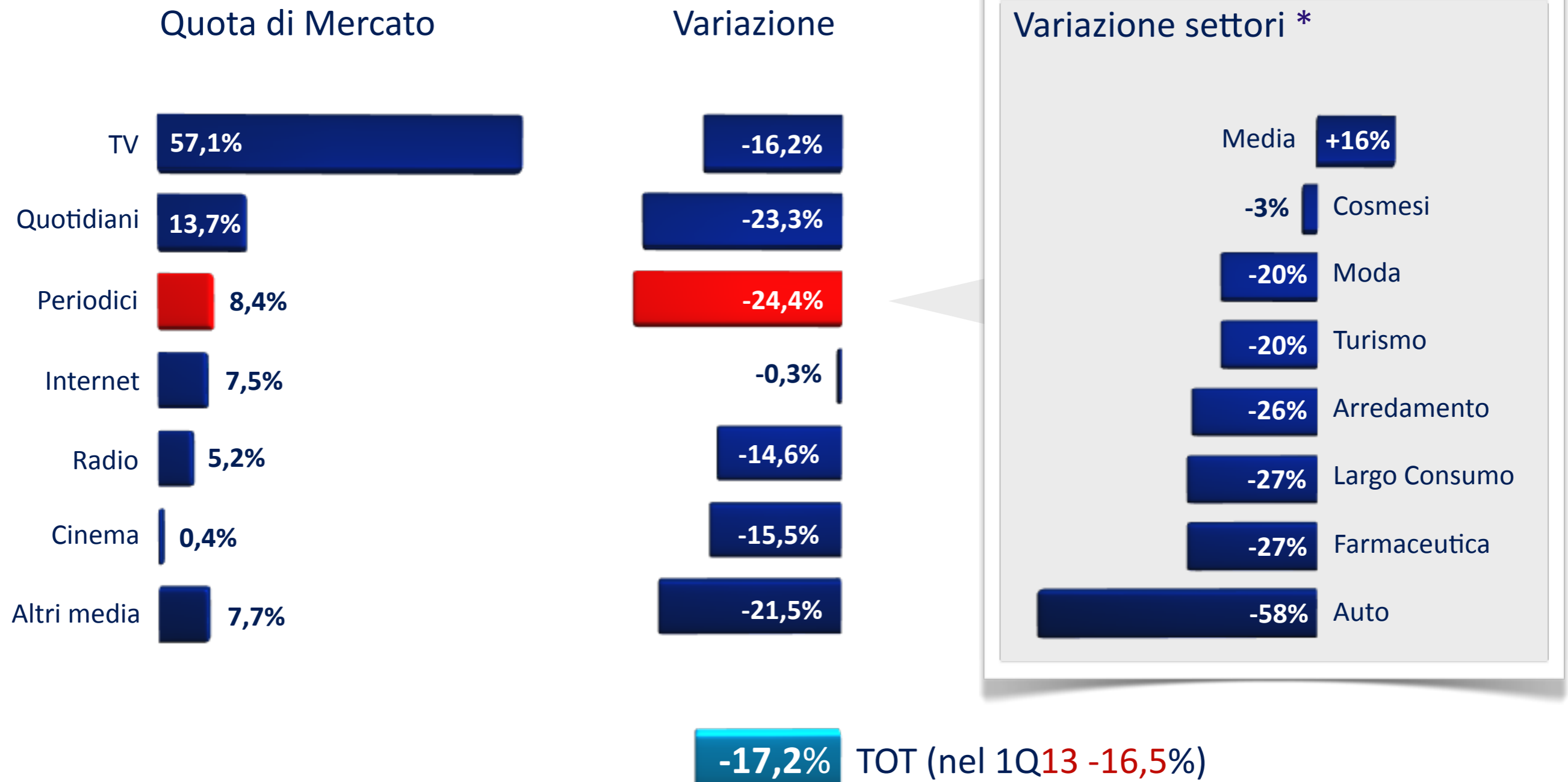
▲ Mercato in calo a valore -12,3%* (in contrazione sia il canale edicola sia abbonamenti)

▲ Mondadori conferma leadership di mercato con quota stabile vs 1H12

*Fonte: stima interna a Maggio'13 (dato a valore canale edicola)

** Nel periodo 2 nuovi lanci: *F* e *Giallo*

Periodici Italia: andamento investimenti pubblicitari

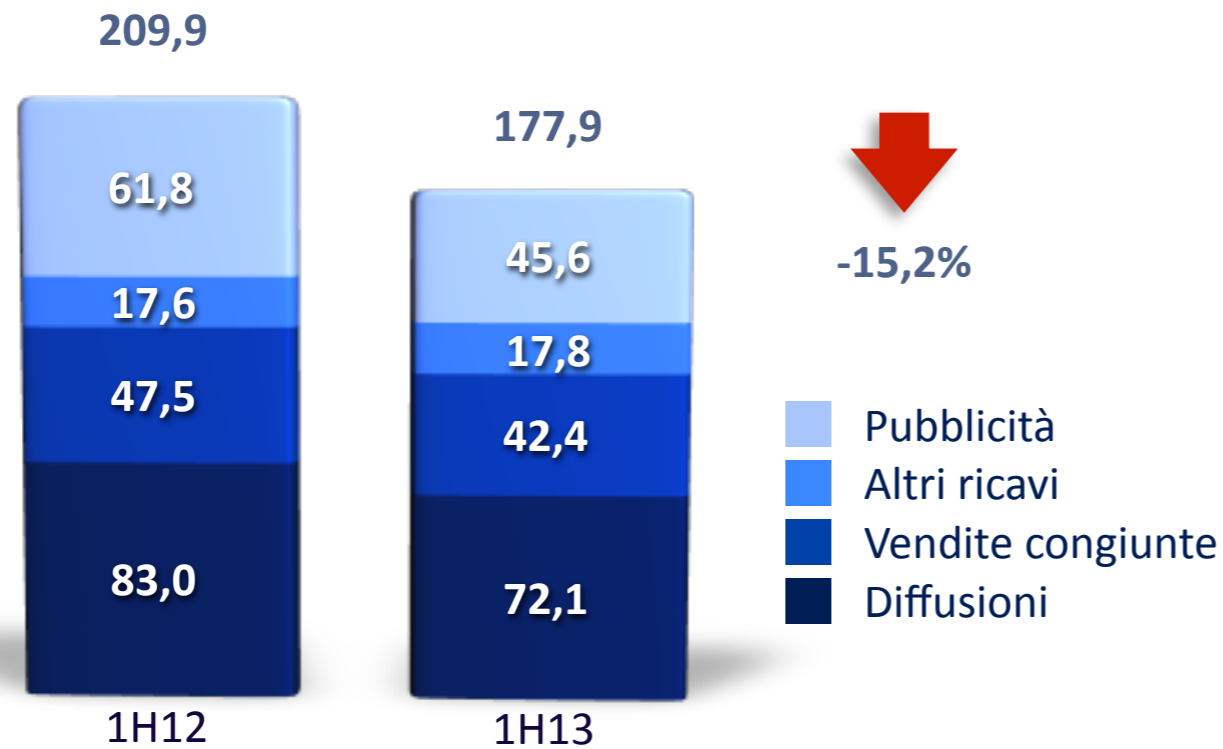


Fonte: Nielsen Maggio '13

* Stima interna a spazio

Periodici Italia: highlights finanziari

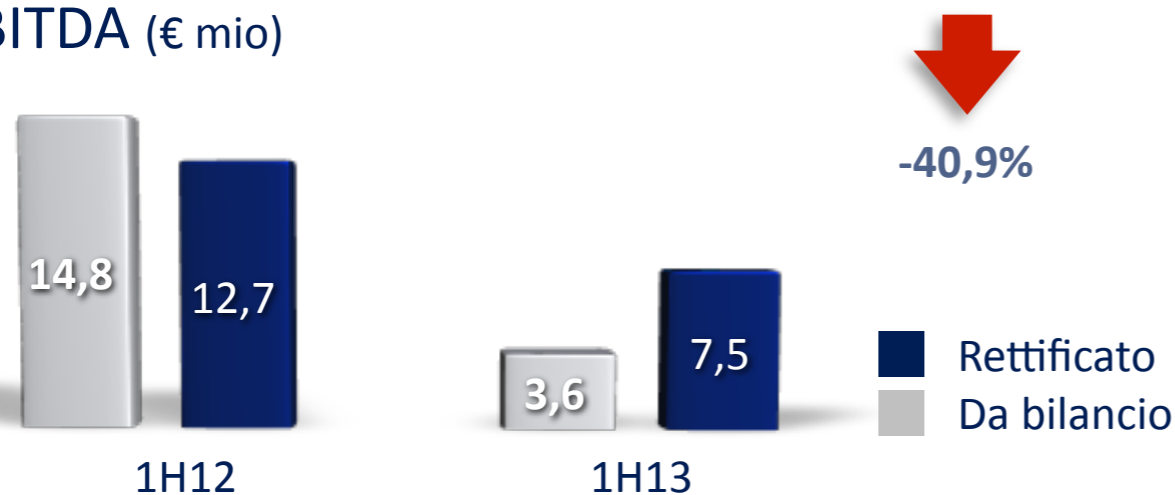
Ricavi (€ mio)



⚠ Fatturato delle testate Mondadori a perimetro omogeneo -13,4% con persistente calo della raccolta pubblicitaria

⚠ Properties: +9,3% i ricavi rispetto a un mercato in contrazione del -0,3%

EBITDA (€ mio)



⚠ EBITDA rettificato: -40,9% al netto dei fattori non ricorrenti

Principali periodici: andamento diffusioni

**DONNA
MODERNA**

	2013	Var. 13/12
Prog. ad Aprile	274.170	-16%
Maggio	317.963	
Giugno	344.413	
Luglio	356.191	

Var. dal rilancio (prog. aprile)

+16,0%

+25,6%

+30,0%

TUSTYLE

	2013	Var. 13/12
Prog. ad Aprile	156.267	-14%
Maggio	190.696	
Giugno	218.000	
Luglio	220.000	

Var. dal rilancio (prog. aprile)

+22,0%

+39,5%

+40,8%

Principali periodici: andamento diffusioni

GRAZIA

	2013	Var. 13/12
Prog. ad Aprile	167.090	-15%
Maggio	187.786	
Giugno	204.000	
Luglio	206.000	

Var. dal rilancio (prog. aprile)

+12,4%

+22,1%

+23,3%

Chi

	2013	Var. 13/12
Prog. ad Aprile	254.622	-11%
Maggio	299.283	
Giugno	309.287	
Luglio	377.000	

Var. dal rilancio (prog. aprile)

+17,5%






+21,5%

+48,1%

 *A luglio: oltre 1.150.000 copie medie settimanali*

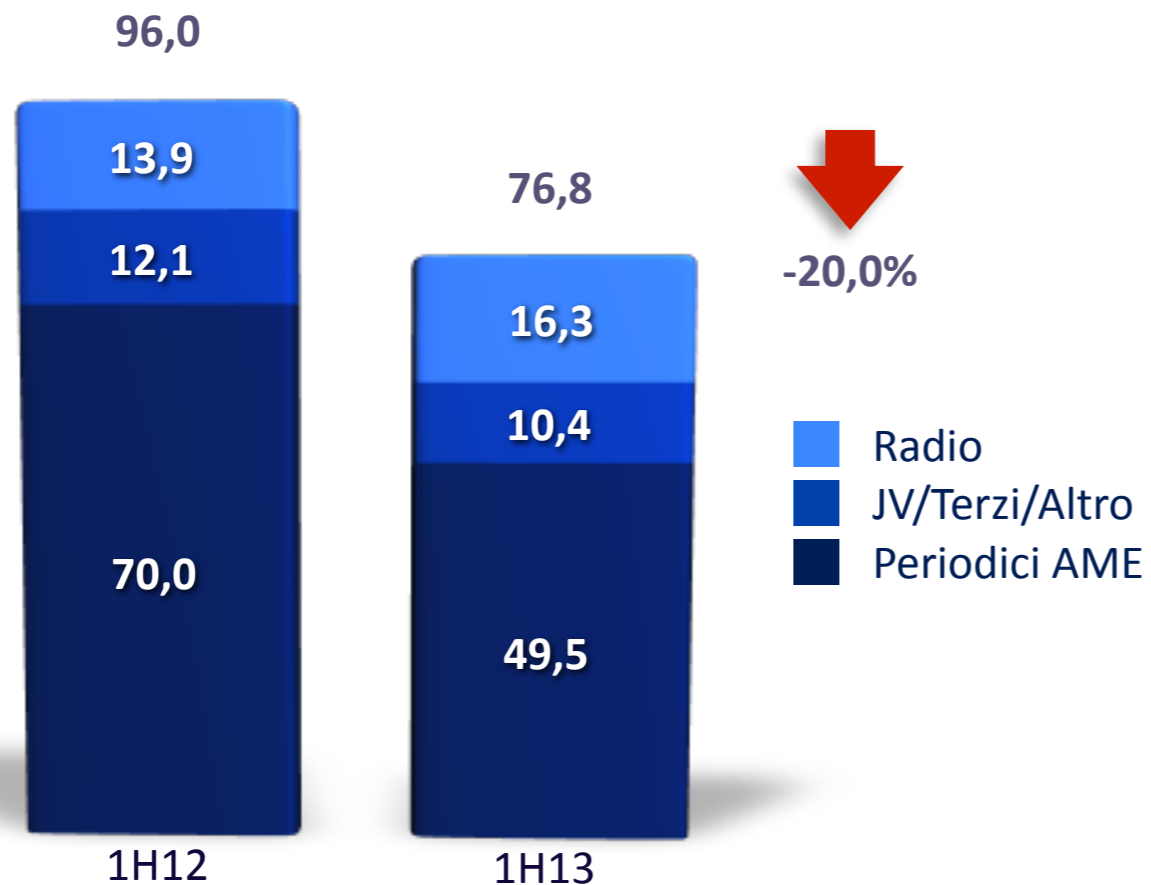
Azioni di rilancio svolte nel 1H13

Sono state effettuate importanti azioni con primi risultati positivi:

-  razionalizzazione portafoglio testate e delle strutture apicali (chiusura di *CasaViva, VilleGiardini, Panorama Travel e Men's Health*)
-  riorganizzazione delle strutture editoriali:
 - definito accordo per uscita di 87 giornalisti di cui:
 - 44 con cassa integrazione a rotazione
 - 43 contratto di solidarietà attivo su tutti i 275 giornalisti
-  rinegoziazione contratto di stampa con riduzione tariffe con percentuale crescente negli anni (11,5% nel FY15)
-  rilancio dei periodici femminili più importanti: *Donna Moderna, Grazia, Tu Style, Chi e Grazia Casa*
-  vendite congiunte: il focus sulle iniziative a più alta marginalità ha portato un incremento di redditività e di quota di mercato

Mondadori Pubblicità: highlights finanziari

Ricavi (€ mio)



⚠ I periodici Mondadori sono in calo del -21,9% (a perimetro omogeneo), con un andamento migliore rispetto al dato di mercato (-24,4% Nielsen a maggio)

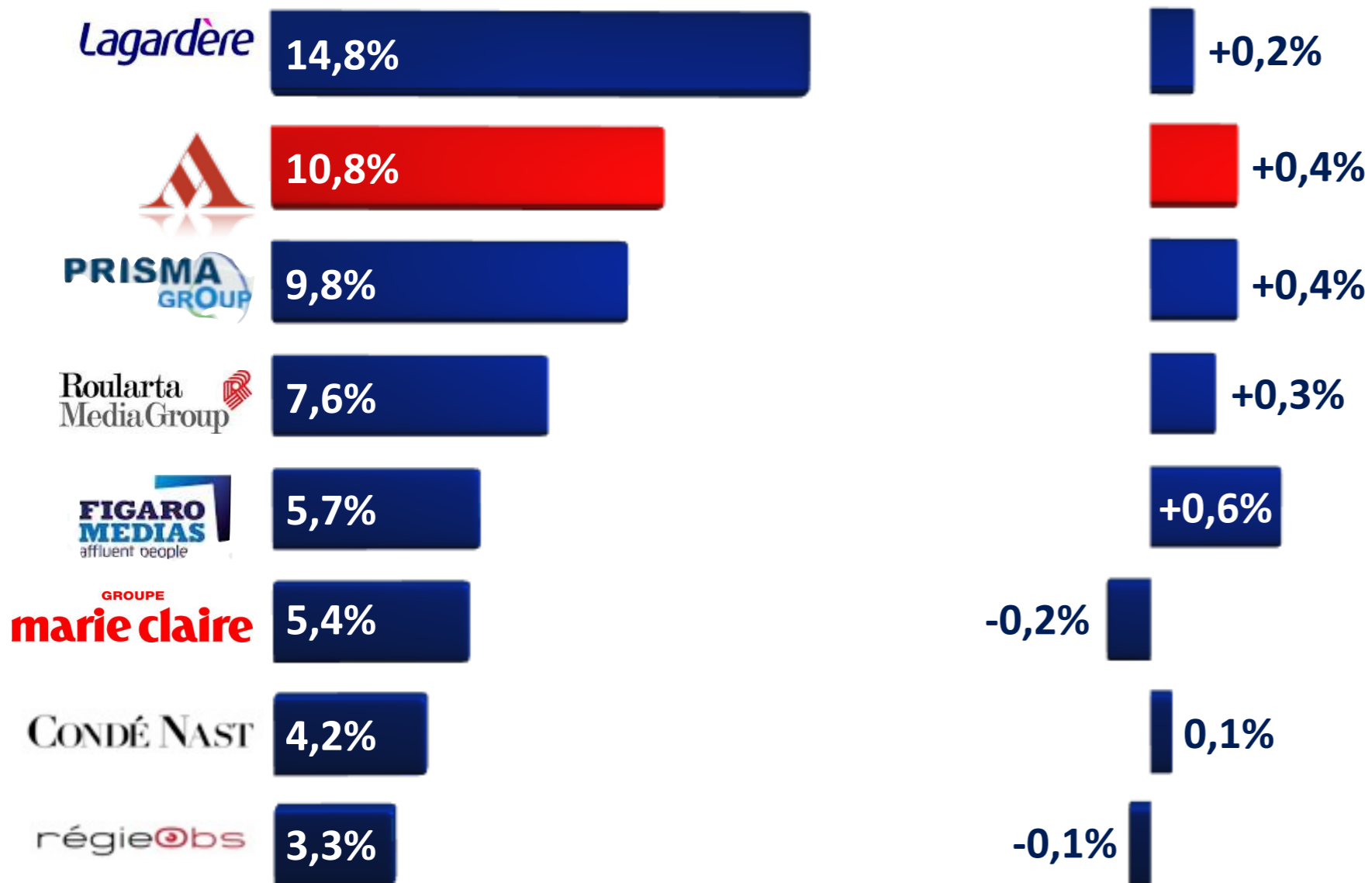
⚠ Radio: +17,6% anche per la raccolta su *Radio Italia* (Aprile)

⚠ Mediamond (JV non consolidata): ricavi in costante crescita +19,9% vs 1H12 a 21,9 € mio

Francia: quote di mercato pubblicità

Quota di mercato
volume

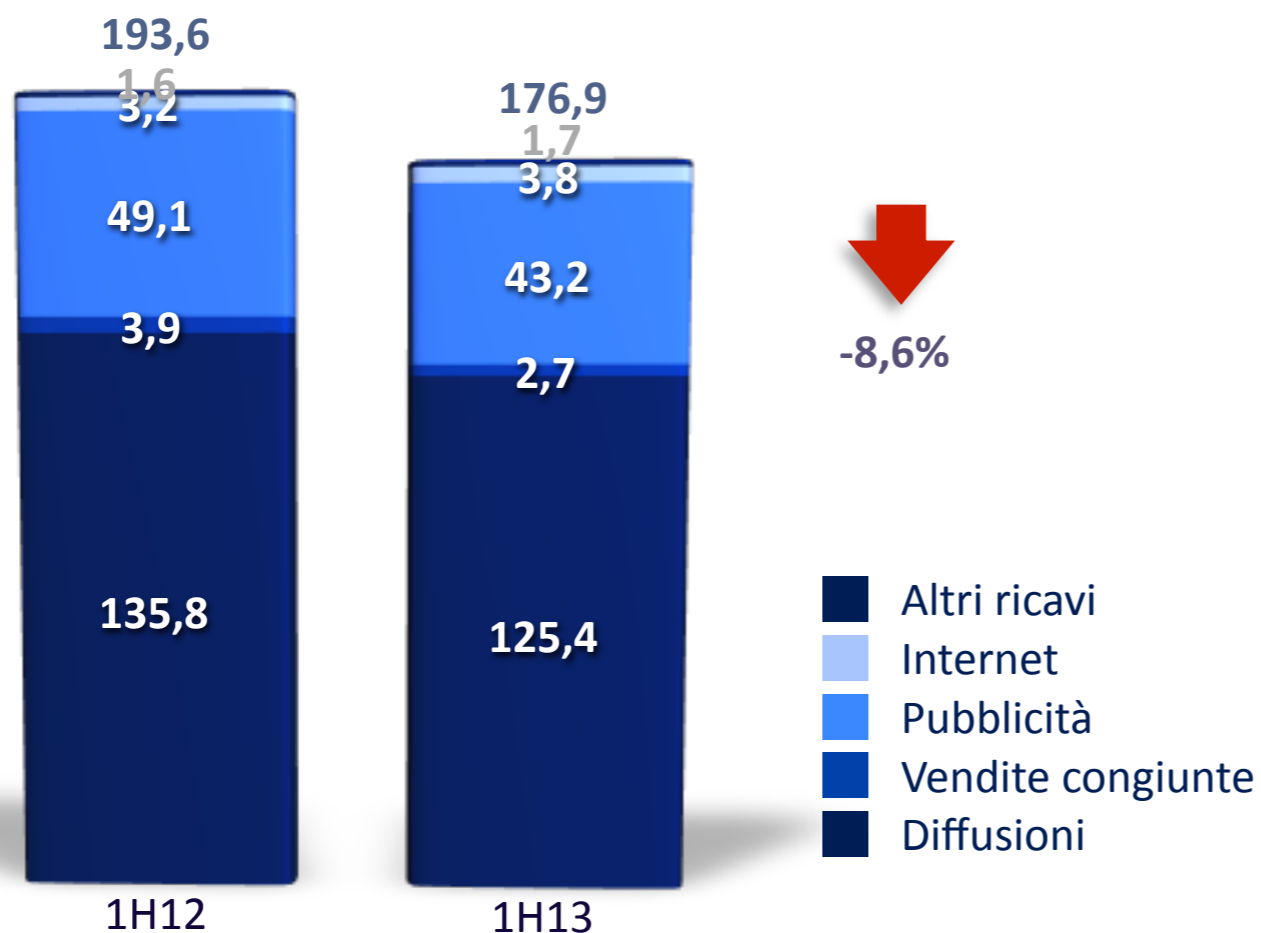
Variazione
volume



Si conferma il costante aumento di quota di mercato di Mondadori France

Mondadori France: highlights finanziari

Ricavi (€ mio)



▲ Fatturato -7,5% in termini omogenei di cui:

- diffusioni: -6,8%
- pubblicità: -10,4%

EBITDA (€ mio)



▲ EBITDA rettificato: -30,4% per:

- impatto sulle diffusioni dello sciopero del principale distributore (Presstalis)
- confronto con 1H12 in cui il mercato pubblicitario aveva ancora un andamento positivo (brusca frenata in 2H con un risultato FY12 di -4,9%)
- minori uscite dei settimanali polo auto e televisivi
- investimenti nelle attività digitali

Azioni svolte nel 1H13



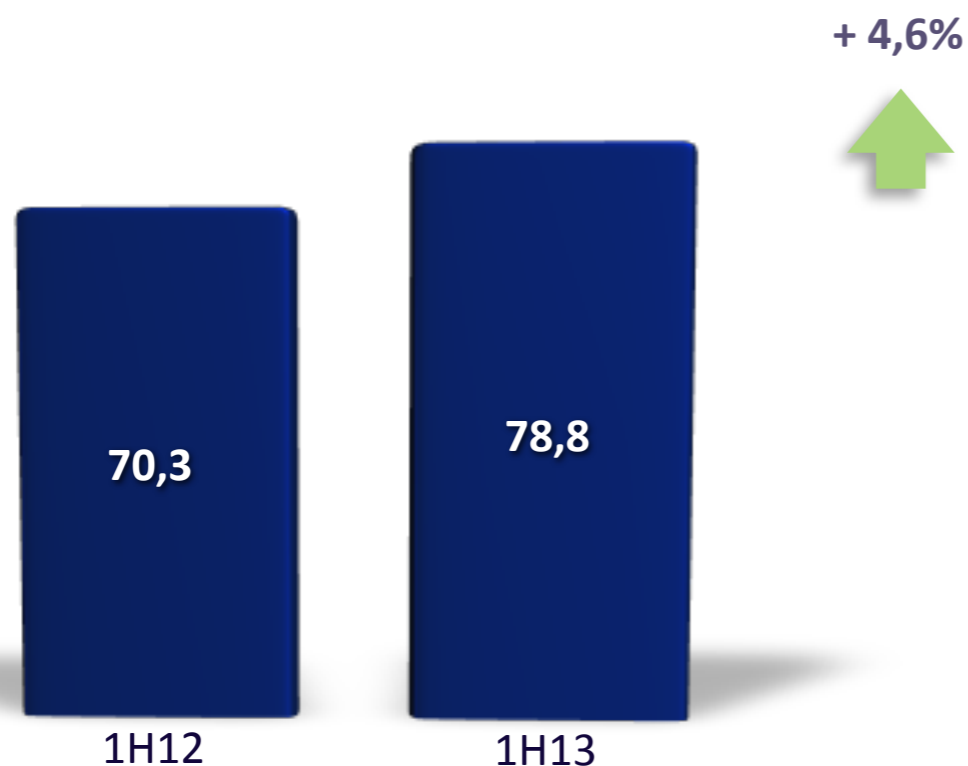
Mondadori France ha continuato nel periodo un'intesa attività di rinnovo dell'offerta editoriale:


- lancio di nuove testate: *Closer Teen* e *Vital by Top Santé*
- prima esperienza “web to print” con un dei più importanti siti di cucina, *750g.com*
- in 2H sono previsti rinnovi di *AutoPlus*, *Grazia* e *Biba* ed il lancio di 2 nuove testate nel settore giochi e cucina


Periodici Network Internazionale: highlights

International Network

Volume d'affari generato totale (€ mio)



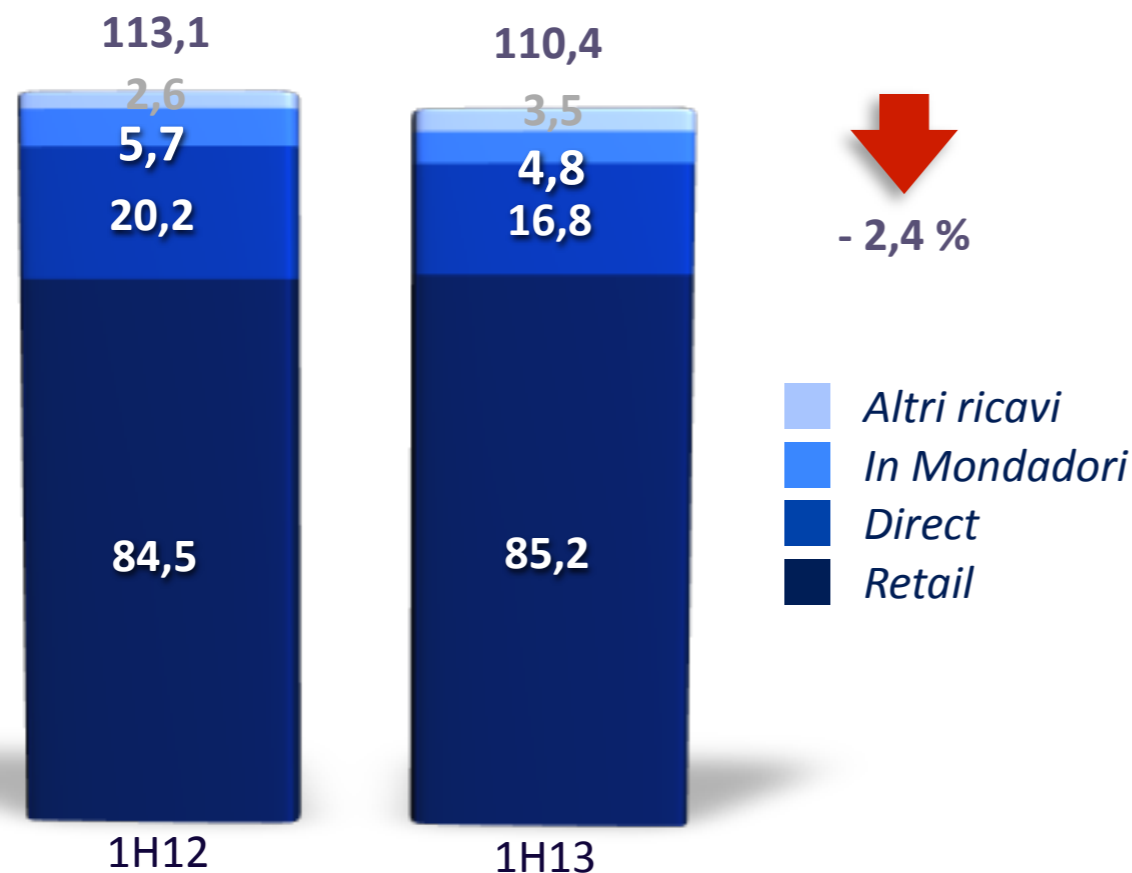
 *Grazia Network* con i lanci di Spagna e Corea del Sud ha raggiunto le 22 edizioni. I ricavi crescono del 9% vs 1H12

 Joint Venture: registrano un andamento positivo

- Cina: ricavi +28% vs 1H12
- Russia +9% vs 1H12
- Attica: risultati in tenuta, nonostante il difficile contesto di mercato

Direct & Retail: highlights finanziari

Ricavi (€ mio)

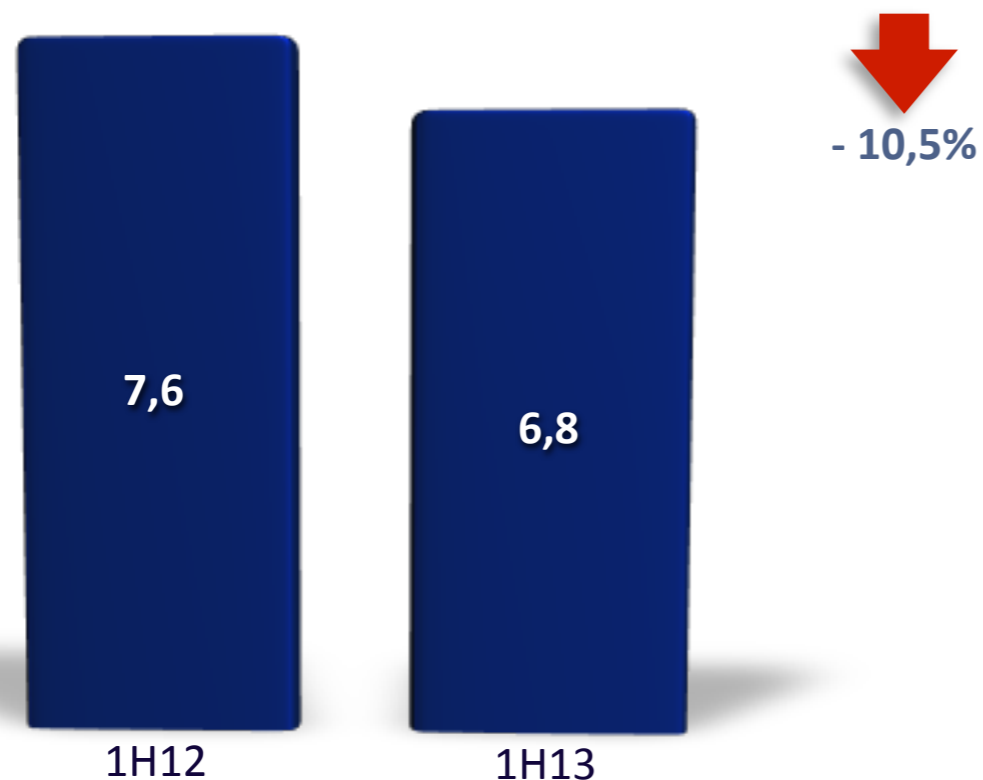


▲ Fatturato in calo del 2,4%

- ▲ Sono proseguite tutte le attività volte all'ottimizzazione della struttura e al miglioramento della redditività quali:
- razionalizzazione del network con la chiusura di 28 punti
 - procedura di solidarietà e cassa integrazione rispettivamente per 255 e 55 persone
 - diversificazione dell'offerta con ampliamento della gamma prodotti e della Gift Box nel mercato delle librerie e della Grande Distribuzione

Radio: highlights finanziari

Ricavi (€ mio)

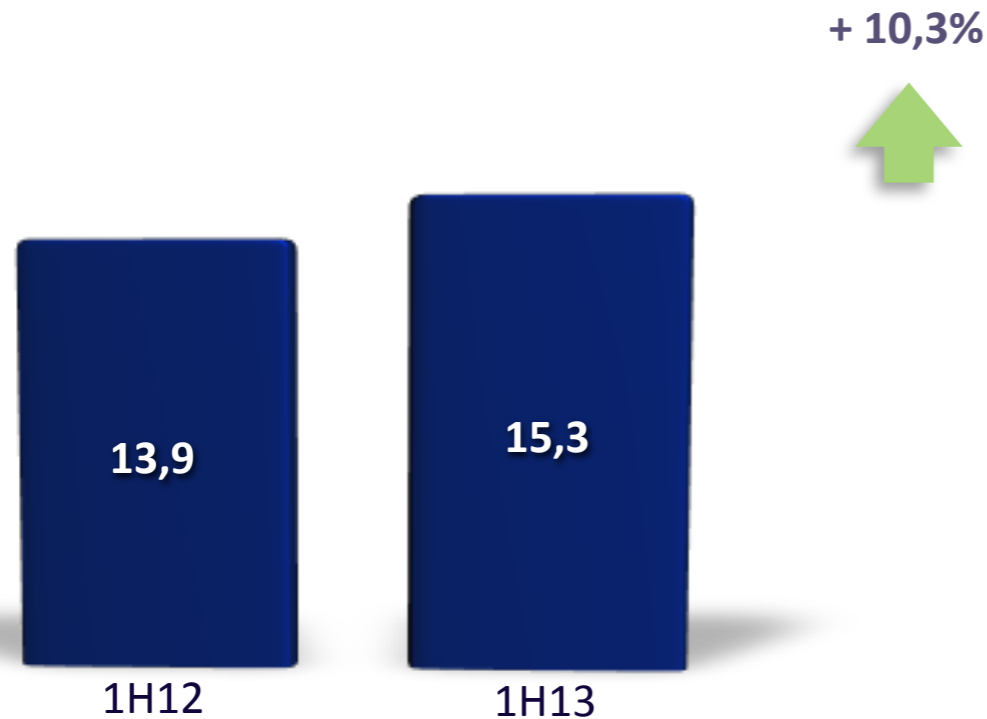


⚠ I ricavi risentono del persistente calo del mercato degli investimenti pubblicitari (-14,6% nei primi 5 mesi dell'anno - Fonte Nielsen)

- ⚠ Mondadori:
- continua il rinnovamento dell'emittente con introduzione di nuovi *format* musicali e di attività di sponsorizzazione volte all'aumento della notorietà di *R101*
 - avviato un piano di contenimento costi

Digital: principali risultati*

Ricavi (€ mio)



EBITDA (€ mio)



▲ Ricavi in crescita del 10,3% vs 1H12

▲ Italia:

- raccolta pubblicitaria: +9.3% vs mercato -0,3%
 - ▶ utenti unici: +117%, per un totale di 16 milioni
 - ▶ pagine viste totali: +70% oltre 150 milioni
 - ▶ *Glaming*: avviato il procedimento di rinuncia alla concessione di gioco finalizzato alla cessazione delle attività


▲ Francia:


- raccolta pubblicitaria: +19%
- utenti unici: +21,5% per un totale di 5 milioni
- Nuovi siti per *Autoplus.fr*, *Closermag.fr*, *Science-et-vie.com*, *TopSante.com*, *Diapason.com* e applicazioni iPad e iPhone per tutti i siti


* I dati rappresentati sono già inclusi nelle diverse attività del Gruppo


Digital: focus sulle strategie (1/2)

1) PRODOTTI

-  Uscita nuovi siti:
 - *Tustyle.it* con il rilancio della testata
 - *Panorama auto* introduzione sezione video

-  Nuovi progetti in cantiere e in fase di definizione (fine 2013 inizio 2014):
 - *Tv Sorrisi e Canzoni*
 - Progetto cucina allargato intorno a *Sale& Pepe*
 - Revisione modello *Panorama*
 - *Graziainternational.com*

-  Tavoli di lavoro attivati per le properties
 - per estensione dei Brand Mondadori (*DM, Grazia, Ciak, TV Sorrisi* su sulle digitali free Extra, IRIS, La5)
 - per sinergie produzione contenuti (es. video), digital marketing e distribuzione prodotti
 - per sviluppo audience prodotti e distribuzione contenuti (sulla scorta di quanto fatto da RTI per Videomediaset)

-  Attività di scouting di partners e potenziali target M&A per colmare gap attuali nel digital marketing, prodotti e produzione

Digital: focus sulle strategie (2/2)

2) ORGANIZZAZIONE



Team Innovation:

- piano e modello di funzionamento trasversale di supporto alle business units
- definizione struttura organizzativa e funzioni innovation
- inserimento di due figure di alto profilo con grande esperienza in area technology e project management:



Nuova organizzazione digital properties:




- integrazione con redazioni e nuova figura di digital manager
- nuove funzioni centrali di digital marketing, production, tech e sviluppo



Tavoli di lavoro innovation:

- tavolo di lavoro "trasversale" per progetti CARD e CRM in modo da coinvolgere le singole business unit
- sviluppo piano CRM area Libri Trade e ipotesi organizzazione digital
- in fase di preparazione con Personale e Comunicazione "MONDADORI DIGITAL LABS" (titolo provvisorio) per attirare talenti e start up su progetti di valorizzazione degli asset/ contenuti Mondadori

Outlook per il 2013

-  Nel primo semestre tutte le attività del Gruppo hanno subito gli effetti della perdurante fase recessiva, per la quale non è previsto miglioramento in corso d'anno
-  Le azioni poste in essere dal Gruppo a sostegno della qualità dei brand dei periodici, la programmazione editoriale dei libri e le attività impostate sul piano del contenimento dei costi manifesteranno i maggiori effetti positivi nella seconda parte dell'esercizio, per la quale si può prevedere un margine operativo lordo in linea, o anche superiore, a quello del secondo semestre del 2012
-  Con riferimento all'intero esercizio 2013 il margine operativo lordo sarà comunque inferiore all'anno precedente tenuto conto anche di elementi non ricorrenti positivi presenti nel 2012 e di maggiori oneri di ristrutturazione nell'esercizio corrente

- ALLEGATI



Risultati per Divisione 1H13

Ricavi

€ mio	1H12	1H13	Variaz.
Libri	144,6	134,0	-7,3%
Periodici Italia	209,9	178,0	-15,2%
Periodici Francia	193,6	176,9	-8,6%
Mondadori Pubblicità	96,0	76,8	-20,0%
Direct & Retail	113,1	110,4	-2,4%
Radio	7,6	6,8	-10,5%
Holdering&Altro	11,1	9,9	-11,1%
Ricavi Lordi	775,8	692,7	-10,7%
Intercompany	-99,6	-80,4	ns
Ricavi Netti	676,2	612,3	-9,4%
di cui Digital	13,9	15,3	10,3%

EBITDA di bilancio

€ mio	1H12	1H13
Libri	14,1	9,8
Periodici Italia	14,8	3,6
Periodici Francia	20,0	13,9
Mondadori Pubblicità	-3,2	-3,5
Direct & Retail	-3,8	-5,2
Radio	-0,4	-1,6
Holdering&Altro	-5,5	-22,3
EBITDA da bilancio	36,0	-5,3
di cui Digital	-11,5	-7,6