



Gruppo Mondadori

Risultati **9M14**

Conference Call

13 Novembre 2014

Agenda



Highlights 9M14



Contesto di mercato



Risultati 9M14



Aree di Business



Outlook FY 2014



Highlights 9M14

- ▲ **Ricavi** in calo del 7,7% (-4,8% a perimetro omogeneo a seguito del conferimento delle attività di raccolta pubblicitaria alla *joint venture* Mediamond, efficace dal 1/1/2014)
- ▲ **Margine Operativo Lordo** (EBITDA) pari a **€36 milioni** rispetto a €8,9 milioni dei primi 9M13: a tale incremento ha contribuito per oltre il 50% l'Area Periodici (Italia e Francia) per l'effetto combinato della maggior efficienza derivante dalle azioni sui prodotti e della riduzione dei costi operativi, nonché di minori oneri di ristrutturazione
- ▲ **Posizione Finanziaria Netta: -€327,4** milioni, in significativo miglioramento rispetto ai 9M13 (-€376,9 milioni) ed a fine 2013 (-€363,2 milioni). La generazione di cassa degli ultimi 12 mesi è stata positiva per €49,5 milioni, risultato di un flusso positivo ordinario per €9,8 milioni e straordinario per €39,7 milioni (principalmente correlato all'aumento di capitale finalizzato a giugno). Nei primi nove mesi dell'esercizio, che hanno peraltro risentito di fenomeni di stagionalità, l'assorbimento di cassa ordinario è stato pari a €8,6 milioni (-€82,5 milioni nei 9M13) mentre la gestione straordinaria ha generato €44,4 milioni (comprensivi dell'aumento di capitale)



Agenda

 Highlights 9M14

 ***Contesto di mercato***

 Risultati 9M14

 Aree di Business

 Outlook FY 2014



Contesto di mercato 9M14

I settori in cui opera il Gruppo cominciano a mostrare flessioni progressivamente meno accentuate rispetto ai periodi precedenti



■ Mercato

Libri

- o Librerie
- o GDO

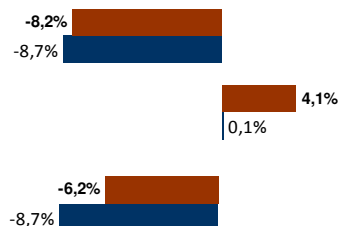


▲ Mercato in calo, per effetto della debolezza dei consumi (in particolare nella GDO), anche se in misura minore rispetto al trend dell'1H14 (nel 3Q -0,9% vs -8% in 2Q)

▲ Quota di mercato, esclusa GDO, pari al **26%**

Periodici

- o Pubblicità
- o Print
- o Internet
- o Diffusioni



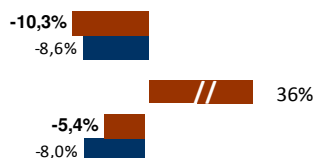
▲ Andamento negativo del mercato delle diffusioni e della raccolta pubblicitaria nei Periodici, seppur a tassi inferiori rispetto al primo semestre

▲ Mondadori ha registrato *performance* migliori del mercato sia dal lato diffusionale che pubblicitario; incremento della quota di mercato al **32,2%** (+1,7 pp vs 9M13). Sul fronte pubblicitario, si rilevano i primi effetti positivi derivanti dall'offerta integrata della *JV Mediamond*



Periodici

- o Pubblicità
- o Print
- o Internet
- o Diffusioni



▲ Andamento negativo del mercato delle diffusioni e della raccolta pubblicitaria nei Periodici

▲ *Performance* diffusionale di Mondadori France migliore del mercato

Italia: Libri Trade – Nielsen, dati a valore (settembre 2014). Periodici – per pubblicità, Nielsen (settembre 2014); per diffusione, dati a valore, fonte interna (agosto 2014)

Francia: stime interne (agosto 2014) per le diffusioni, dati a valore; rielaborazione interna su dati Kantar Media (agosto 2014) per la pubblicità.



Dati Mondadori: a perimetro omogeneo al 30 settembre 2014

Agenda

-  Highlights 9M14
-  Contesto di mercato
-  ***Risultati 9M14***
-  Aree di Business
-  Outlook FY 2014



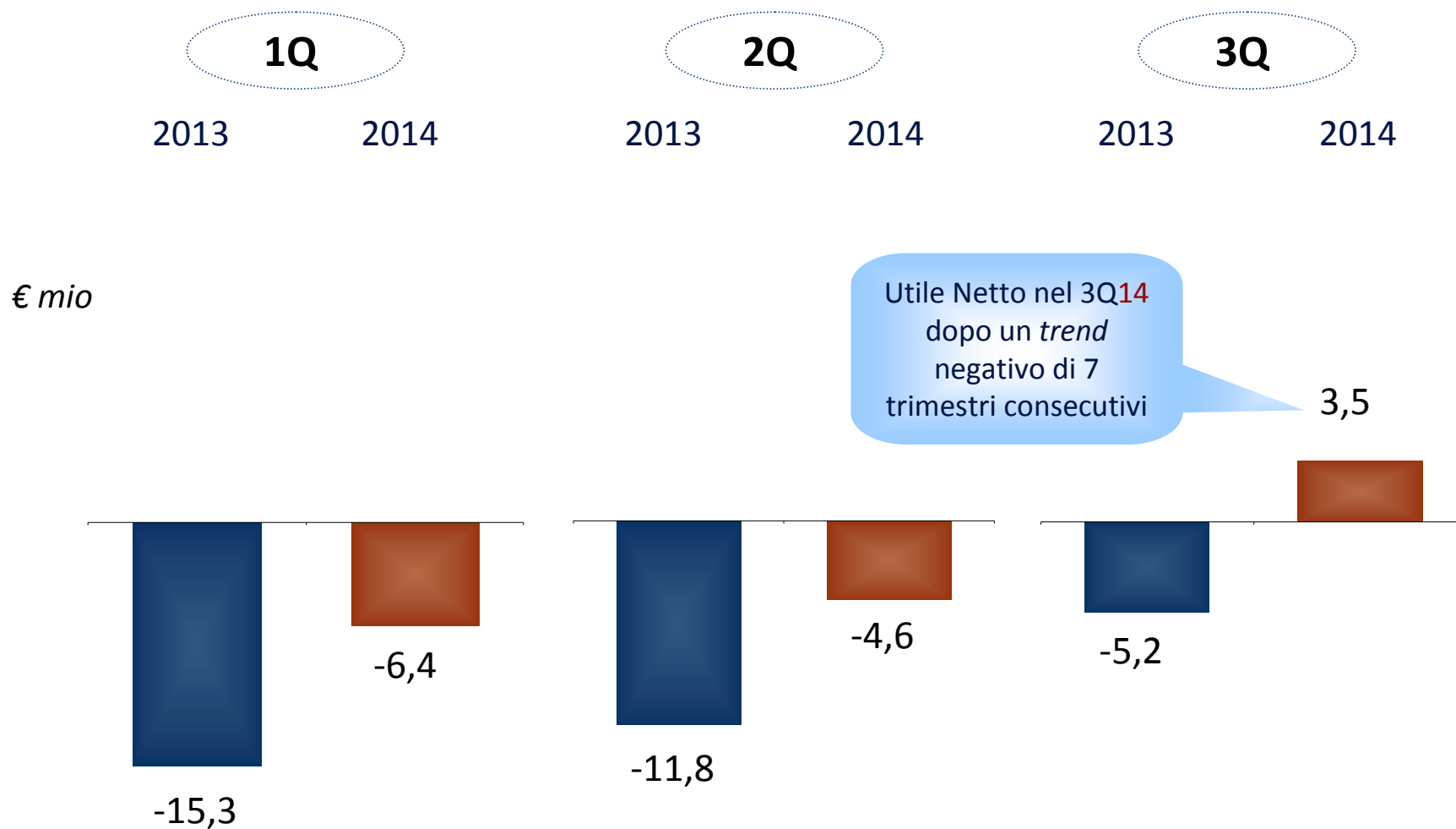
Risultati Economici 9M14

€ mio	9M14	% sui Ricavi	9M13	% sui Ricavi	Var.
Ricavi netti	859,6		931,2		-7,7%
Costi per il personale	-169,9	-19,8%	-206,1	-22,1%	-17,6%
Costi per materie prime	-151,4	-17,6%	-128,7	-13,8%	17,6%
Costi per servizi	-480,9	-55,9%	-553,4	-59,4%	-13,1%
Totale costi operativi	-802,3	-93,3%	-888,2	-95,4%	-9,7%
Oneri e proventi diversi	-21,4	-2,5%	-34,2	-3,7%	-37,4%
<i>Rettifiche per fattori non ricorrenti</i>	-3,4	-0,4%	-27,3	-2,9%	<i>n.s.</i>
EBITDA al netto fattori non ricorrenti	39,4	4,6%	36,2	3,9%	8,8%
EBITDA	36,0	4,2%	8,9	1,0%	ns
Ammortamenti	-17,2	-2,0%	-18,5	-2,0%	-6,6%
EBIT	18,8	2,2%	-9,6	-1,0%	ns
Proventi e oneri finanziari	-17,8	-2,1%	-16,6	-1,8%	7,2%
Utile ante imposte	1,0	0,1%	-26,2	-2,8%	ns
Imposte	-6,5	-0,8%	-4,4	-0,5%	47,7%
Utile di terzi	-2,0	-0,2%	-1,7	-0,2%	17,6%
Utile netto	-7,5	-0,9%	-32,3	-3,5%	ns

- **Ricavi** a perimetro omogeneo **-4,8%** (al netto del conferimento delle attività di raccolta pubblicitaria in *Mediamond*)
- **Costo del personale**: -8,1% (a perimetro omogeneo e al netto delle ristrutturazioni). Organico a 3.194 unità in calo di 242 unità vs FY 2013 (-7%)
- **Costi materie prime** (+4,3%) e **servizi** (-10,3%) al netto della riclassificazione per diversa modalità di approvvigionamento della carta e per effetto dell'incremento dell'attività di distribuzione di terzi
- **I costi operativi complessivi** in calo di circa 86 milioni di Euro
- **Oneri e proventi diversi** in riduzione per:
 - minori affitti
 - plusvalenza da cessione di testate e conferimenti
 - minori accantonamenti
- **Oneri finanziari**: in incremento per effetto delle nuove condizioni derivanti dalla rinegoziazione delle linee di credito avvenuta nel 4Q13, solo parzialmente compensato dalla riduzione dell'indebitamento medio di periodo



Utile Netto 2013-2014 per trimestre

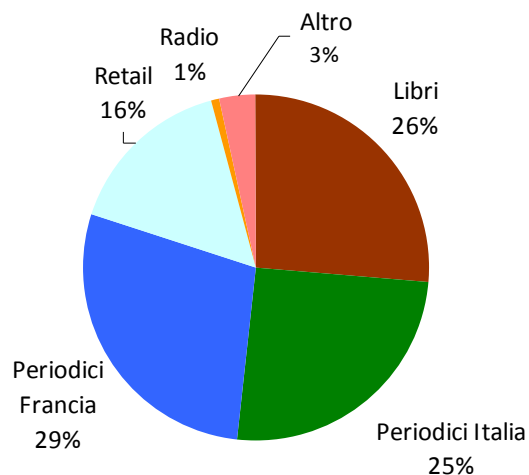


Risultati per Area di Business 9M14

RICAVI

€ mio	9M14	9M13	Var.
Libri	238,9	234,2	2,0%
Periodici Italia	227,5	253,1	-10,1%
Pubblicità	7,6	105,1	ns
Periodici Francia	254,2	262,9	-3,3%
Retail	144,9	153,4	-5,5%
Radio	7,8	8,9	-12,4%
Holding & Altro	21,3	26,2	-18,7%
Intercompany	-42,6	-112,6	ns
Ricavi Netti	859,6	931,2	-7,7%

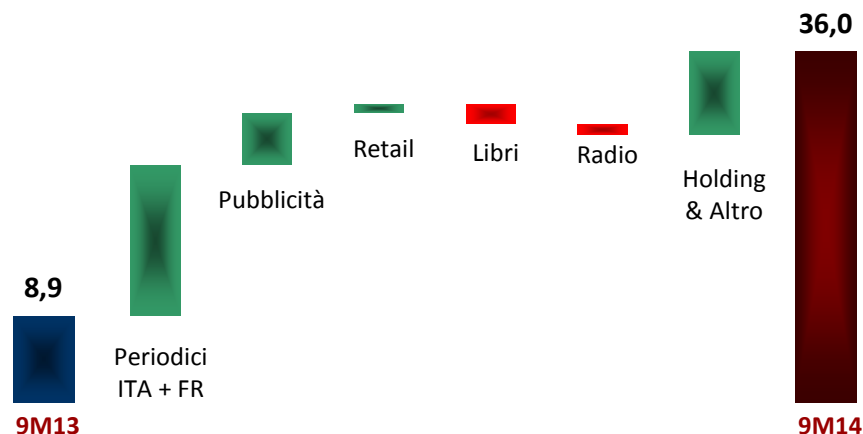
A perimetro omogeneo, i ricavi risulterebbero in contrazione del **4,8%**



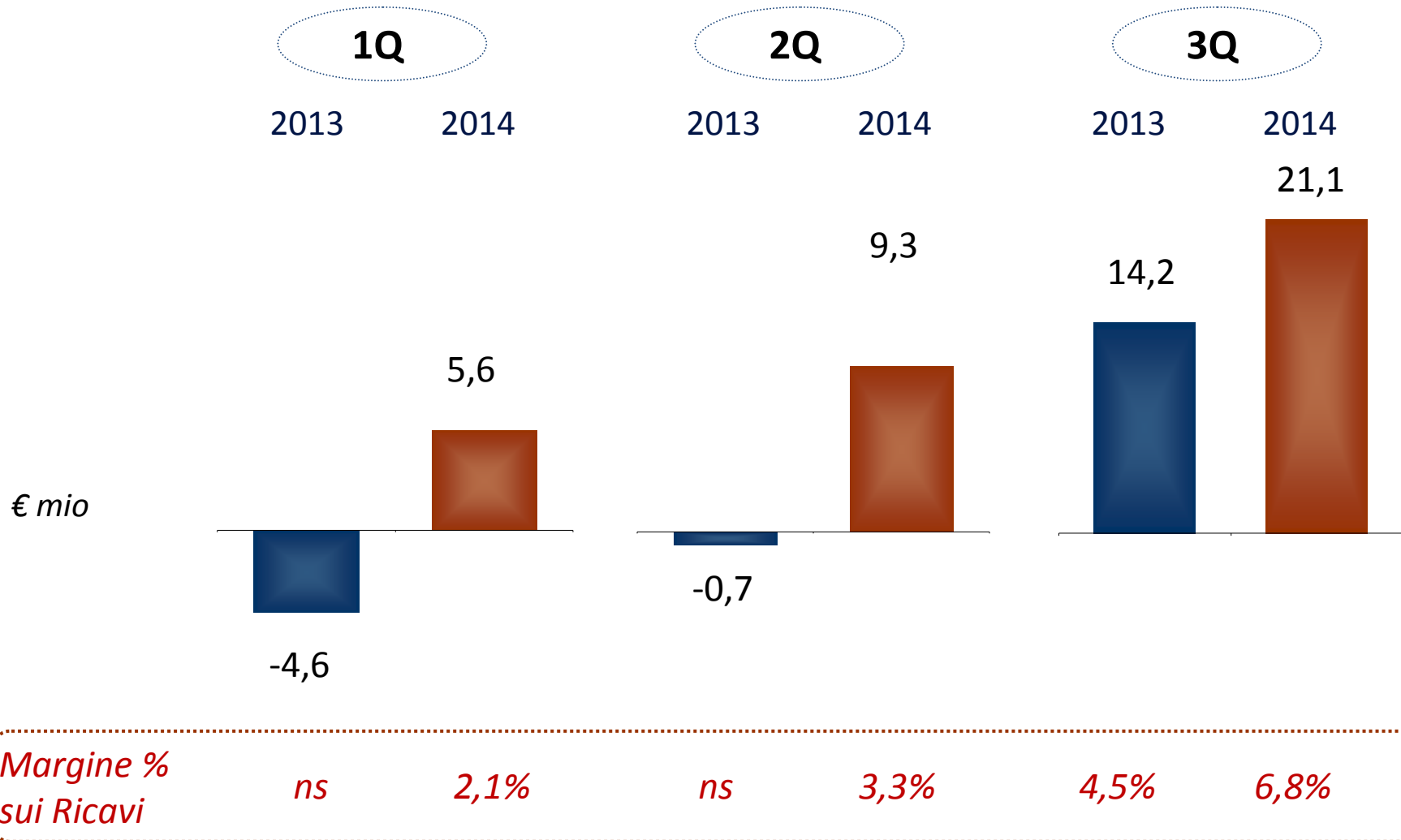
EBITDA

€ mio	9M14	9M13	Var. (€ mio)
Libri	35,8	39,0	-3,2
Periodici Italia	4,2	-9,7	13,9
Pubblicità	-3,8	-9,1	5,3
Periodici Francia	22,3	21,8	0,5
Retail	-6,0	-6,8	0,8
Radio	-4,2	-3,1	-1,1
Holding & Altro	-12,3	-23,2	10,9
EBITDA	36,0	8,9	27,1

Margine % **4,2%** **1,0%**

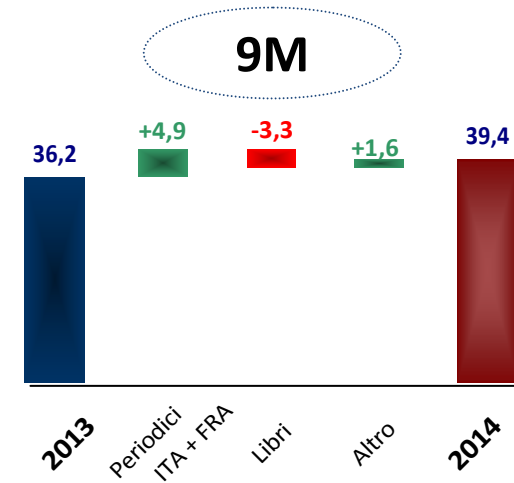
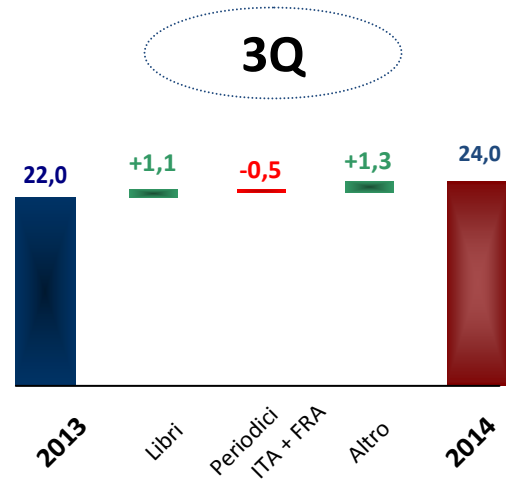
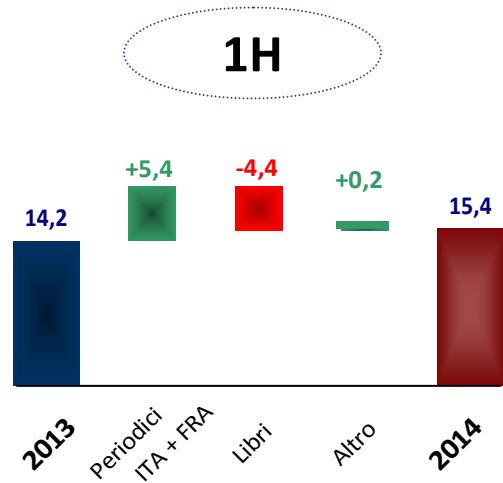


EBITDA 2013-2014 per trimestre



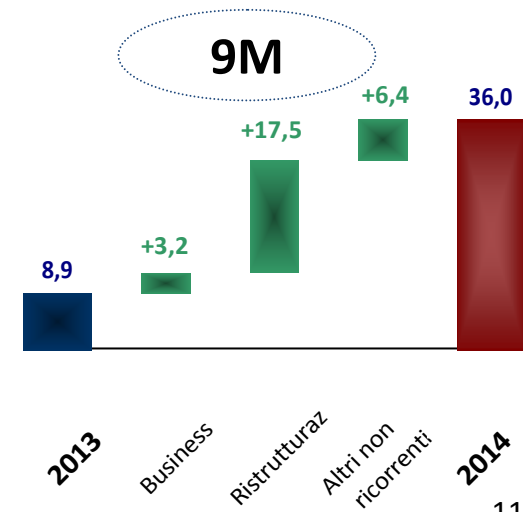
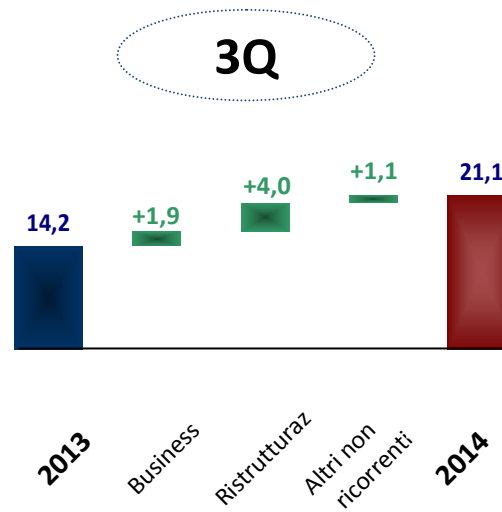
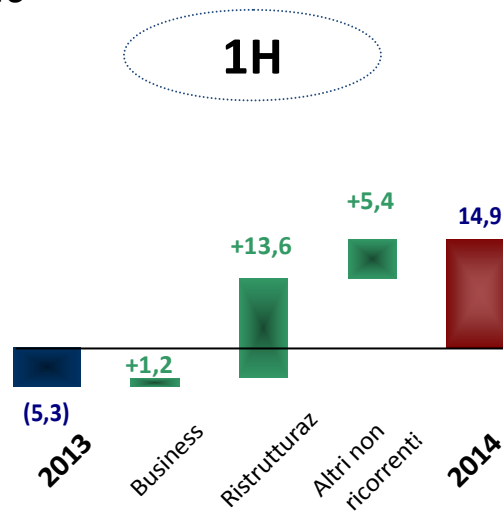
EBITDA 9M14

EBITDA ANTE NON RICORRENTI



EBITDA REPORTED

€ mio



Evoluzione Posizione Finanziaria Netta 9M14

€ mio	9M14	9M13	LTM14
Posizione Finanziaria netta Iniziale	-363,2	-267,6	-376,9
EBITDA ante non ricorrenti	39,4	36,2	52,3
Gestione partecipazioni	-4,7	-4,1	-10,1
Totale CCN e Fondi	-15,3	-85,1	7,7
Investimenti	-7,4	-3,0	-7,2
Cash Flow Operativo	12,0	-56,0	42,7
Oneri Finanziari	-17,8	-16,7	-25,4
Imposte	-2,8	-9,8	-7,5
Cash Flow Ordinario	-8,6	-82,5	9,8
Rimborso credito IVA	15,2	0,7	23,0
Ristrutturazioni	-16,3	-26,5	-27,6
Acquisizioni/Dismissioni	14,4	-1,0	13,2
Collocamento azioni nuove e azioni proprie	31,1	0,0	31,1
Cash Flow Straordinario	44,4	-26,8	39,7
Totale Cash Flow	35,8	-109,3	49,5
Posizione Finanziaria Netta Finale	-327,4	-376,9	-327,4

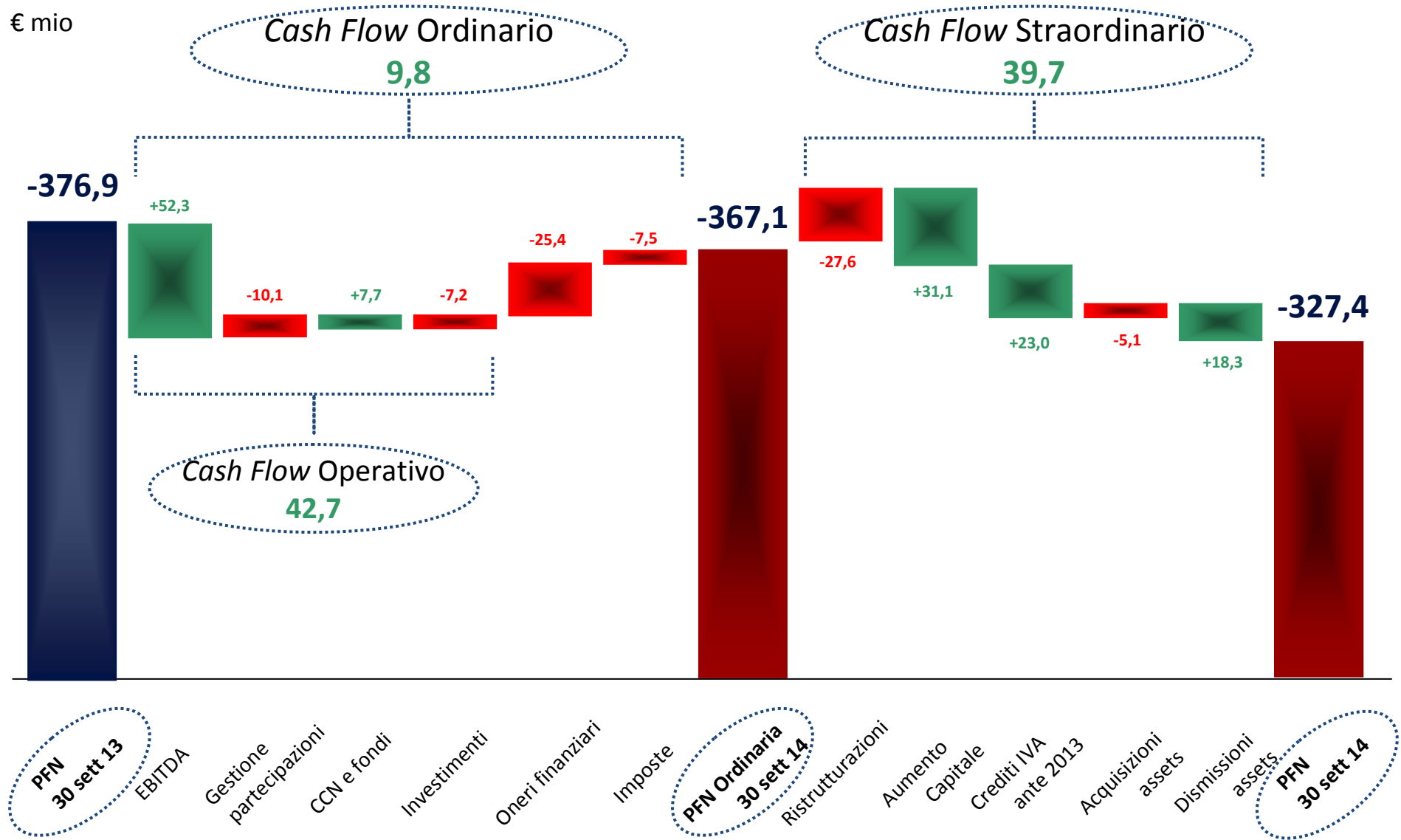
Posizione Finanziaria Netta in significativo miglioramento:

- o negli ultimi dodici mesi *rolling*, il **flusso di cassa ordinario** è stato positivo per 9,8 milioni di Euro per effetto dell'ottimizzazione della gestione del CCN;
- o i primi nove mesi dell'esercizio in corso, influenzati anche dalla stagionalità tipica del settore, hanno registrato un assorbimento **ordinario** di €8,6 milioni (-€82,5 milioni nei 9M13) ed un flusso di cassa **straordinario** pari a €44,4 milioni, di cui €31,1 milioni derivanti dall'aumento di capitale avvenuto nel mese di giugno e finalizzato al rafforzamento patrimoniale del Gruppo; nella componente straordinaria Acquisizioni/Dismissioni sono classificati gli effetti dell'operazione di conferimento in *Mediamond* e un anticipo, pari a 12 milioni di Euro, relativo alla cessione di un *asset*, il cui perfezionamento è atteso entro la fine dell'esercizio

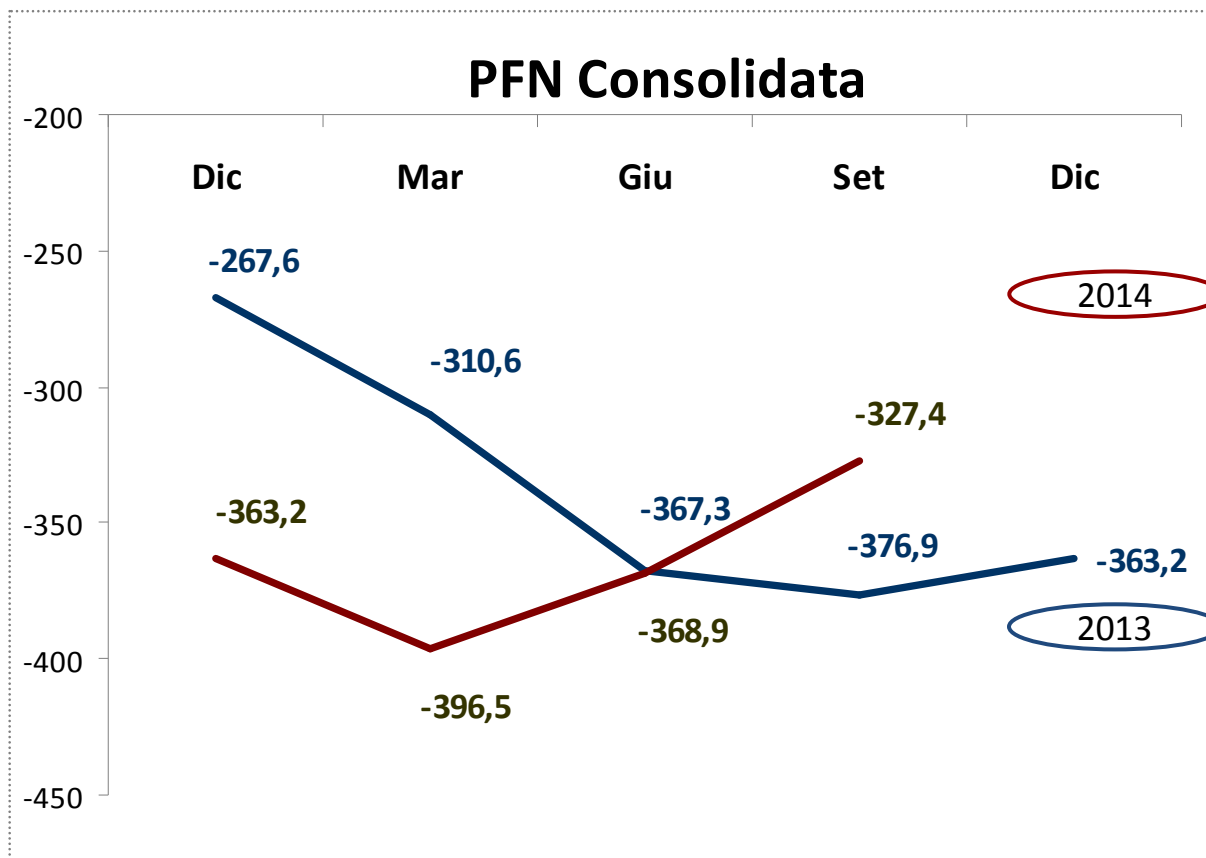


Cash Flow LTM al 30.09.14

€ mio



Evoluzione Posizione Finanziaria Netta

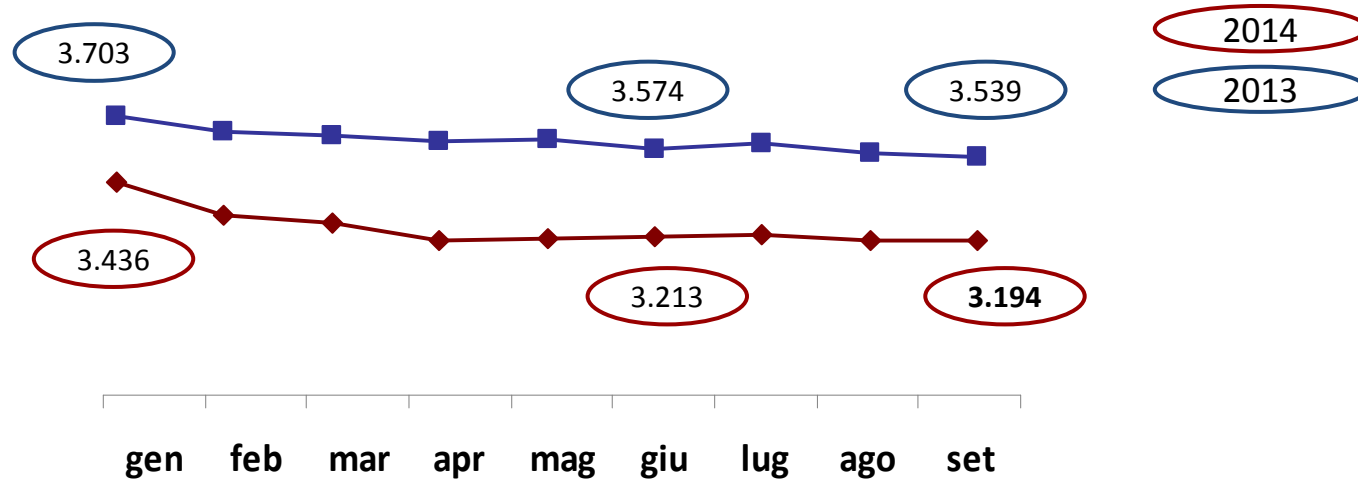


+ €35,8 milioni vs Dic 2013
+ €49,5 milioni vs Set 2013

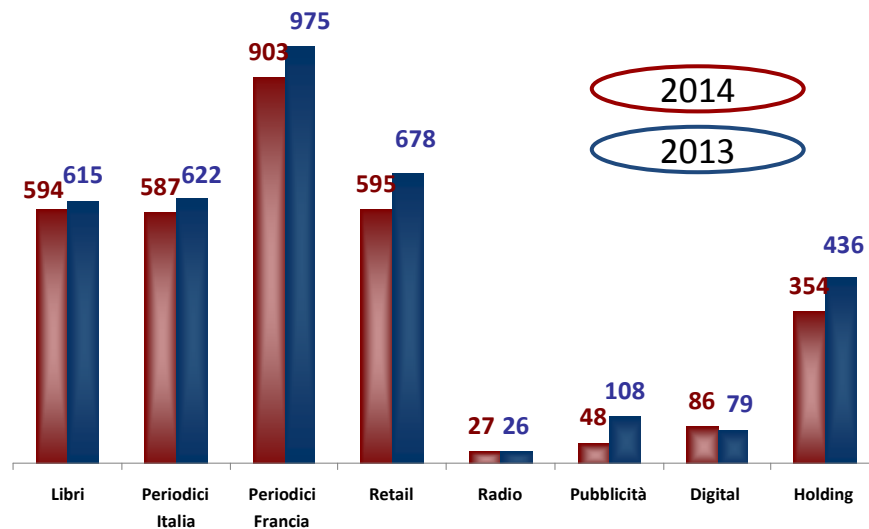


Headcount al 30.09.2014

Trend Headcount Totali



Headcount per BU



	9M2014	9M2013	Δ
Libri	594	615	(21)
Periodici Italia	587	622	(35)
Periodici Francia	903	975	(72)
Retail	595	678	(83)
Radio	27	26	1
Pubblicità	48	108	(60)
Digital	86	79	7
Holding	354	436	(82)
Totale	3.194	3.539	(345)



Agenda

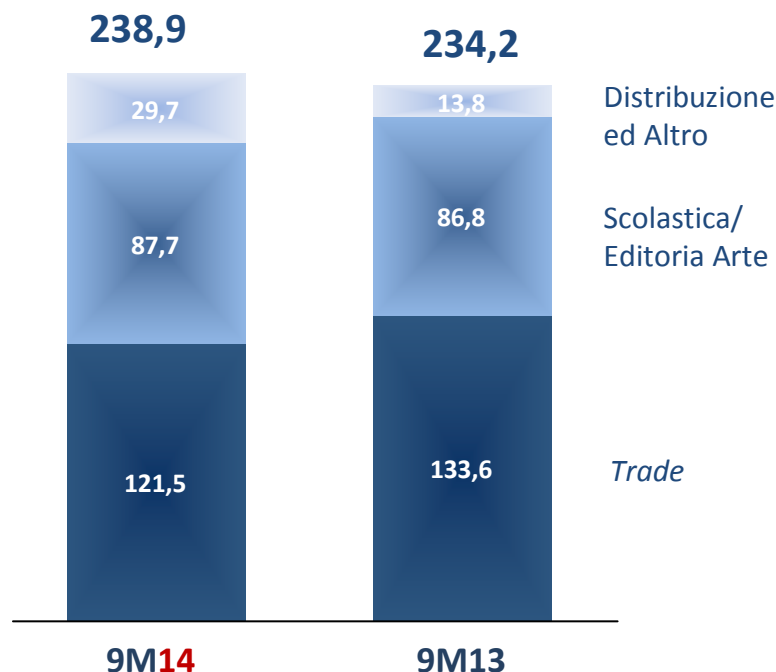
-  Highlights 9M14
-  Contesto di mercato
-  Risultati 9M14
-  ***Are di Business***
-  Outlook FY 2014



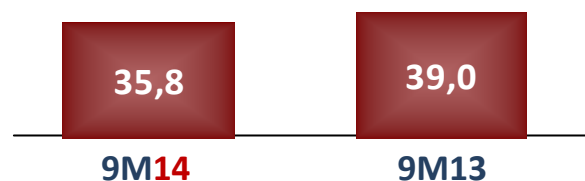
Libri: highlights

Ricavi
(€ mio)

+2,0%



EBITDA
(€ mio)



* Fonte: Nielsen, settembre (dati a valore, esclusa GDO)



Libri Trade:

- flessione superiore al mercato per la differente calendarizzazione del programma editoriale rispetto al 2013
- posizione di **leadership** complessiva confermata (26% di quota di mercato*): 11 titoli nei 25 libri più venduti
- avvio della componente più rilevante del piano editoriale dell'anno con la pubblicazione del nuovo romanzo di Ken Follett "*I giorni dell'eternità*" (120.000 copie in due settimane)
- quota del mercato digitale dell'*e-book* stabile a circa il 40% con un'offerta di 8.000 titoli digitalizzati



Libri Educational:

- ricavi in crescita per effetto del positivo andamento delle adozioni della scuola primaria e della *performance* dell'attività museale



Ricavi relativi all'attività di **distribuzione** di Editori terzi in crescita

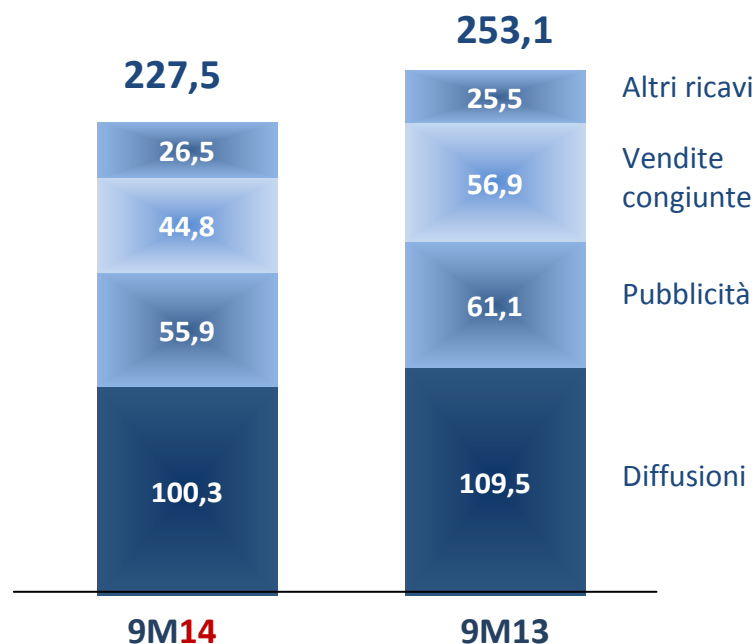


EBITDA in contrazione per l'effetto di un diverso mix di vendite; in crescita di oltre il 10% nel comparto *Educational*

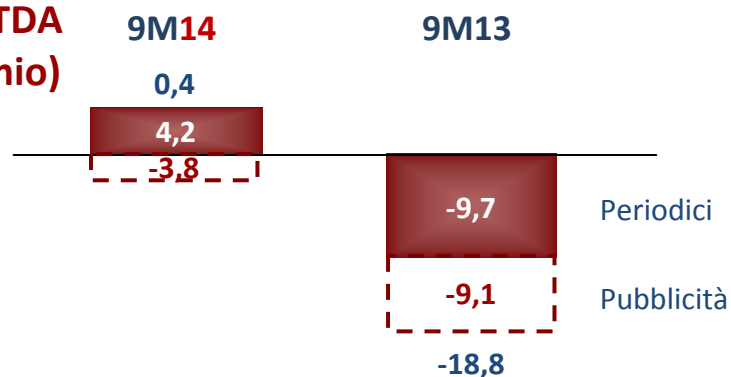
Periodici Italia: highlights

Ricavi
(€ mio)

-10,1%



EBITDA
(€ mio)



I ricavi delle testate Mondadori (-8,7% a portafoglio omogeneo*) hanno mostrato **risultati diffusionali migliori del mercato** per effetto dell'ottimizzazione del portafoglio e della qualità delle testate con:

- lancio di nuove di testate (*Il mio papa*)
- focalizzazione sui segmenti di leadership (moda, benessere, cucina)

Le vendite congiunte, seppur in calo rispetto ai 9M13, hanno evidenziato un incremento della redditività percentuale

Quota di mercato delle diffusionsi - a valore - pari al **32,2%** in crescita rispetto a 30,5% nei 9M13 (agosto, fonte interna)



Anche la *performance* della **raccolta pubblicitaria** è risultata **superiore** all'andamento del mercato: i *brand* Mondadori hanno registrato ricavi pubblicitari (*web + print*) in flessione del 7% rispetto all'esercizio precedente



Mondadori International Business: ricavi +6% per effetto della crescita del *Network Grazia*, ora presente in 23 Paesi (più di 10 milioni di copie vendute al mese, 17 mln lettori, 16 mln visitatori unici al mese)



Digital: sensibile incremento dell'*audience* delle testate di *Grazia* (+49%), *Donna Moderna* (+34%) e *Panorama* (+9,5%)



EBITDA in significativo miglioramento per effetto delle azioni intraprese sui prodotti e della riduzione strutturale dei costi di natura industriale, editoriale ed organizzativa, nonché dei minori oneri di ristrutturazione rispetto ai 9M13

(+€19,2 milioni includendo anche gli effetti positivi della riorganizzazione delle attività pubblicitarie)

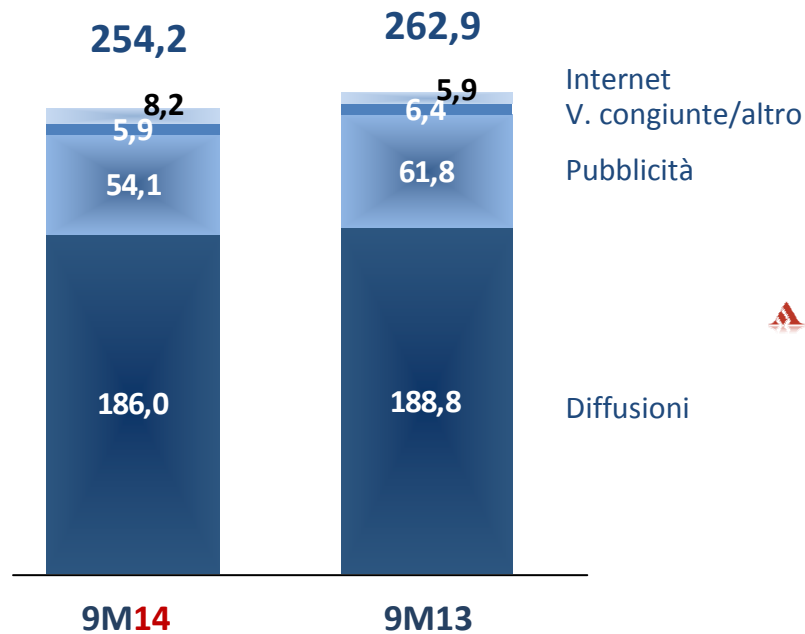


* Nei 9M14 rispetto ai 9M13 10 testate in meno in portafoglio

Periodici Francia: highlights

Ricavi
(€ mio)

-3,3%



Ricavi a -2,3% (a portafoglio omogeneo*) di cui:

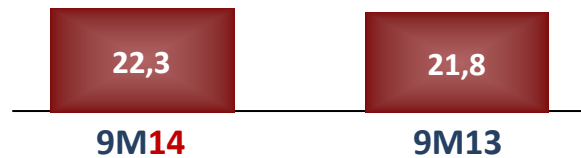
- diffusioni edicola: -5,4% vs -8,0% (fonte interna, dati ad agosto); positiva performance di *Top Santé* (+19%), *Pleine Vie* (+10%) e *Closer* (+6%)
- pubblicità: -10,3% vs -8,6% (rielaborazione su dati *Kantar Media* ad agosto)



Digital: +37% a portafoglio omogeneo*

- ricavi copie digitali +79%
- ricavi pubblicità digitale +36%: rappresentano ora il 10% del totale ricavi pubblicitari
- audience: visitatori unici *website*¹ a 6,6 milioni (+26%) e *mobile*² a 1,7 milioni (+77%)

EBITDA
(€ mio)



EBITDA in miglioramento per effetto delle performance positive di alcune testate nonché della razionalizzazione delle strutture e del contenimento dei costi redazionali ed industriali



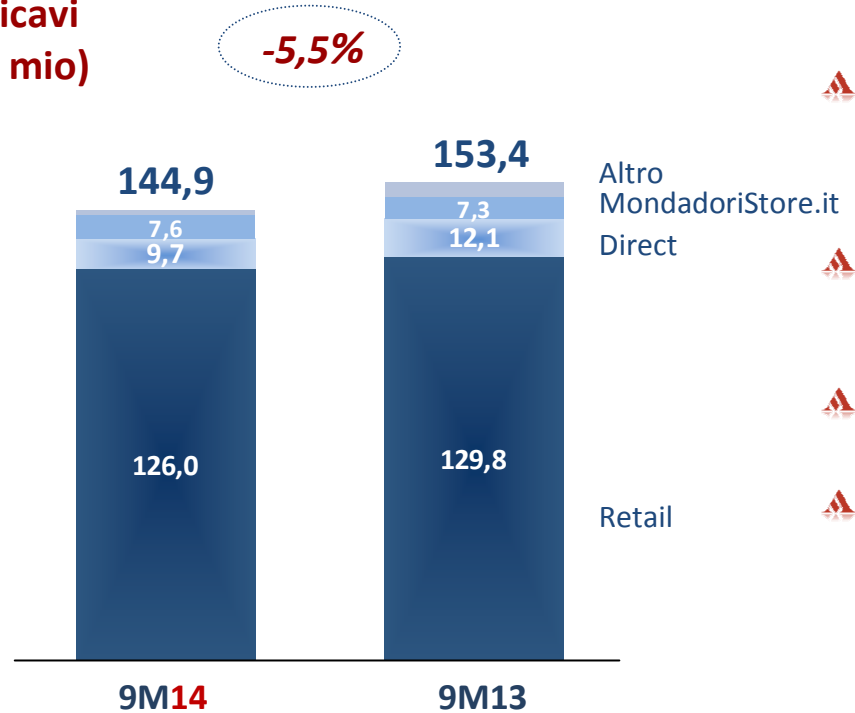
* Nei 9M14 rispetto ai 9M13 1 testata in meno in portafoglio

¹ Fonte: Nielsen, agosto

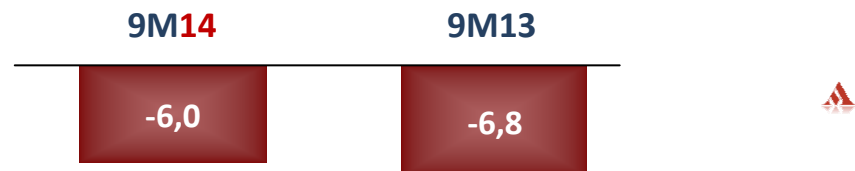
² Fonte: Nielsen, luglio

Retail: highlights

Ricavi
(€ mio)



EBITDA
(€ mio)



La **market share** di Mondadori Retail nella categoria **Libro** è in crescita dal 13,4% al **14,7%** per effetto di una *performance* migliore del mercato di circa 9 punti percentuali

I **ricavi** hanno tuttavia continuato a risentire della situazione stagnante dei consumi, in particolare sui prodotti di elettronica di consumo

I ricavi delle vendite **on-line** tramite il sito *MondadoriStore.it* risultano in crescita di circa il 4%

La **strategia**, tesa a contrastare il *trend* negativo del mercato, si è focalizzata su:

- proseguimento delle azioni di riorganizzazione dei processi operativi e degli organici
- rivisitazione del *network* dei negozi
- attività di miglioramento dell'offerta commerciale

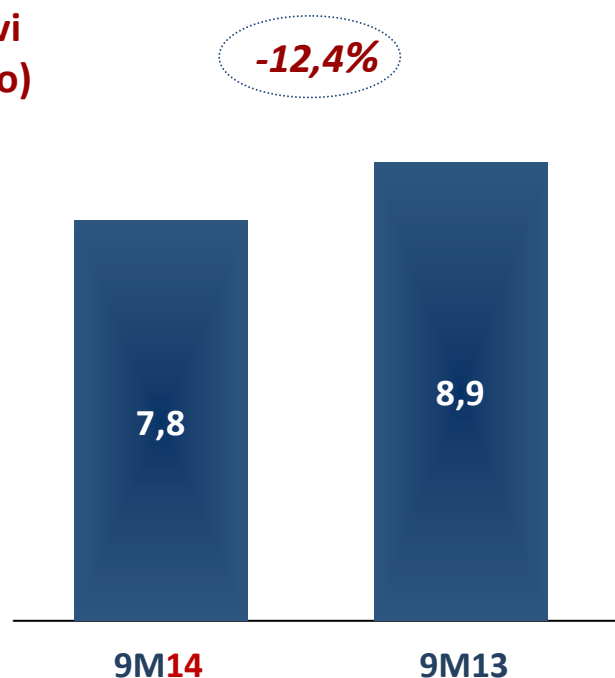
MondadoriStore recentemente premiato quale "Insegna dell'Anno – Italia 2014-2015" per la categoria **Librerie**

EBITDA in miglioramento per effetto della riduzione dei costi fissi derivante dalle attività di razionalizzazione delle strutture commerciali e dei punti vendita



Radio R101: highlights

Ricavi
(€ mio)



EBITDA
(€ mio)



Il mercato radiofonico, dopo un avvio positivo nel 1Q, ha risentito di un andamento negativo della raccolta pubblicitaria, in particolare nel periodo giugno/agosto, che ha impattato la **performance di R101**



Anche nel terzo trimestre sono proseguite le **azioni** tese ad incrementare l'**audience** tramite:

- sponsorizzazione di eventi musicali e sportivi
- *restyling* grafico e di contenuti del sito www.r101.it (l'account social *Facebook* registra una crescita degli utenti pari al 20% - 90.000 nuovi fan nel 3Q14)
- nuovo canale televisivo (66 digitale terrestre) dedicato alla programmazione di video e brani musicali selezionati dalla radio



L'avvio della **piattaforma televisiva** in ottica integrata con la radio e con gli altri supporti digitali permetterà di offrire un ampio sistema di intrattenimento

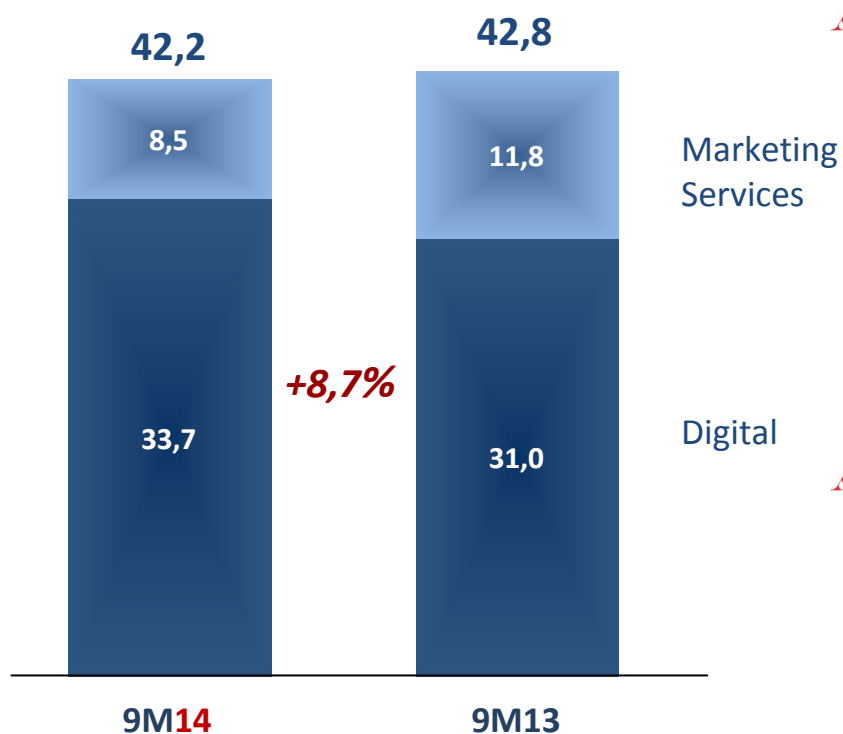


EBITDA in calo nei 9M14 per effetto della contrazione della raccolta pubblicitaria e di maggiori costi in comunicazione sostenuti nella fase di rilancio dell'emittente



Digital: highlights *

Ricavi
(€ mio)



L'area *Digital* presenta una crescita dei ricavi delle attività puramente digitali, volte ad una più ampia **valorizzazione dei contenuti editoriali del Gruppo**, pari all'**8,7%** mentre i ricavi del settore *Marketing Services (Cemit)* sono in calo rispetto ai 9M13

Properties Italia

Ricavi pubblicitari: +4,1% (omogeneo) di cui:

- *Grazia* (+34,9%)
- *Donna Moderna* (+1,1%)

Audience: significativa crescita dei dati di traffico

- *Grazia* (+49%)
- *Donna Moderna* (+34%)
- *Panorama* (+9,5%)

Properties Francia

- ricavi pubblicitari: +36% (omogeneo)
- ricavi *NaturaBuy*: +26%
- ricavi copie digitali: +79%
- visitatori unici *website*¹ a 6,6 mln (+26%) e *mobile*² a 1,7 mln (+77%)

Acquisizione di *London-Boutiques.com* finalizzata alla creazione della piattaforma globale di *e-commerce* **Graziashop.com**, lanciata l'11 novembre



*I ricavi sono rilevati nelle diverse aree di attività del Gruppo e nella Holding

¹ Fonte: Nielsen, agosto

² Fonte: Nielsen, luglio




Agenda

-  Highlights 9M14
-  Contesto di mercato
-  Risultati 9M14
-  Aree di Business

 ***Outlook FY 2014***



Outlook FY 2014

-  In un mercato caratterizzato ancora da segnali di debolezza, seppur meno accentuati rispetto al primo semestre, le **azioni poste in essere dal Gruppo** - relative alla razionalizzazione strategica del portafoglio di attività combinata al costante impegno sul contenimento dei costi operativi e di struttura, nonché le ottime *performance* registrate dall'Area Periodici, sia in Italia che in Francia - hanno consentito di migliorare nell'esercizio in corso la capacità del Gruppo di **generare risorse finanziarie**
-  Alla luce del contesto attuale e degli interventi citati, che proseguiranno anche nell'ultimo trimestre dell'anno, per l'intero esercizio 2014 è ragionevole confermare la previsione precedentemente annunciata di un **margine operativo lordo del Gruppo superiore a quello dell'esercizio 2012**, oltre che di un risultato netto consolidato in sostanziale pareggio
-  La **Posizione Finanziaria Netta**, in linea con l'evoluzione registrata nei primi nove mesi dell'anno, è attesa in **significativo miglioramento** rispetto al 2013





Investor Relations

Tel: +39 02 75423695

invrel@mondadori.it