



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

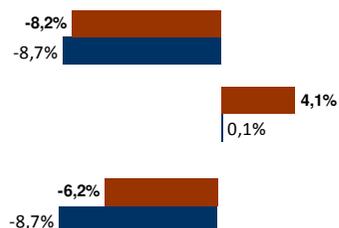


▲ Mercato in calo, per effetto della debolezza dei consumi (in particolare nella GDO), anche se in misura minore rispetto al trend dell'1H14 (nel 3Q -0,9% vs -8% in 2Q)

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

Periodici

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



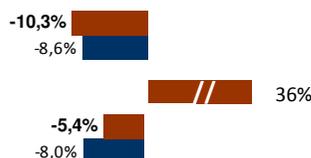
▲ Andamento negativo del mercato delle diffusioni e della raccolta pubblicitaria nei Periodici, seppur a tassi inferiori rispetto al primo semestre

▲ 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



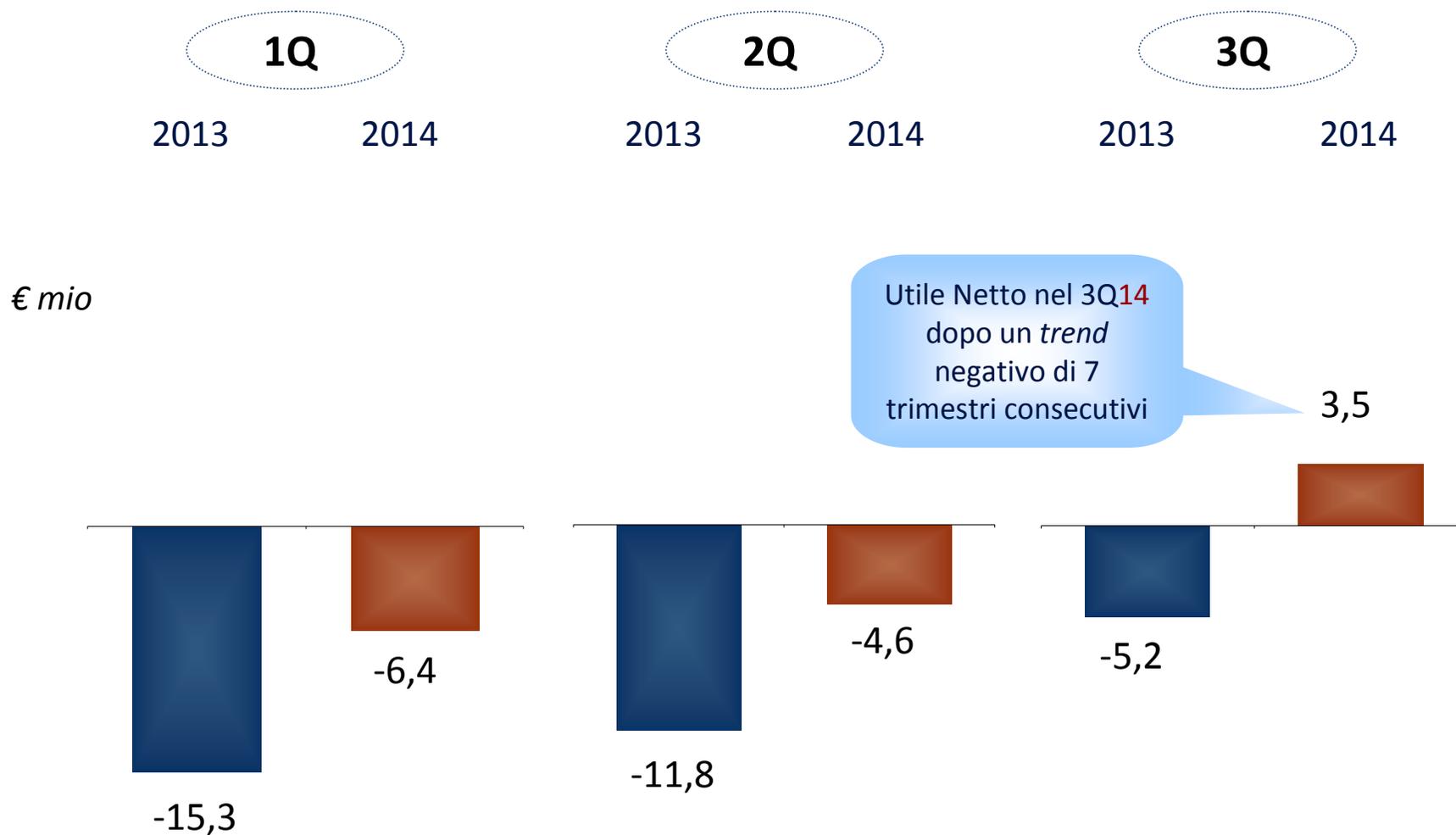
Risultati Economici 9M14

| € 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% |
| Rettifiche per fattori non ricorrenti | -3,4 | -0,4% | -27,3 | -2,9% | n.s. |
| 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

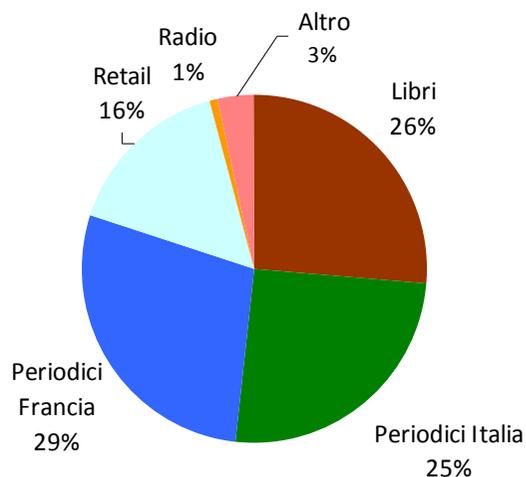


Risultati per Area di Business 9M14

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% |

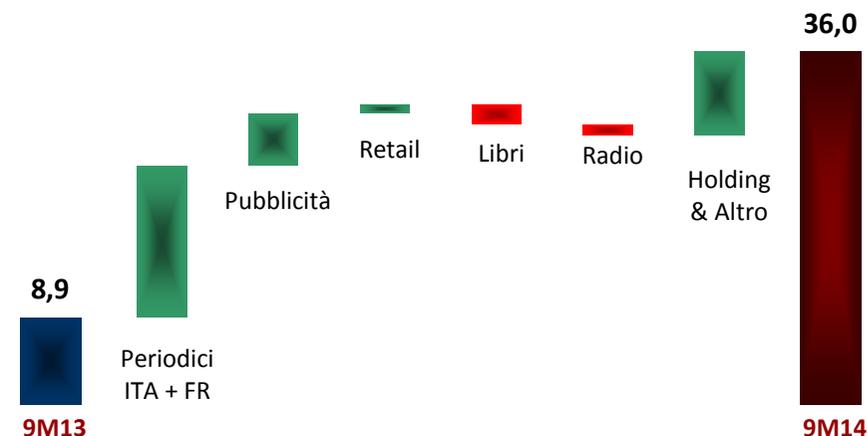
A perimetro omogeneo, i ricavi risulterebbero in contrazione del **4,8%**



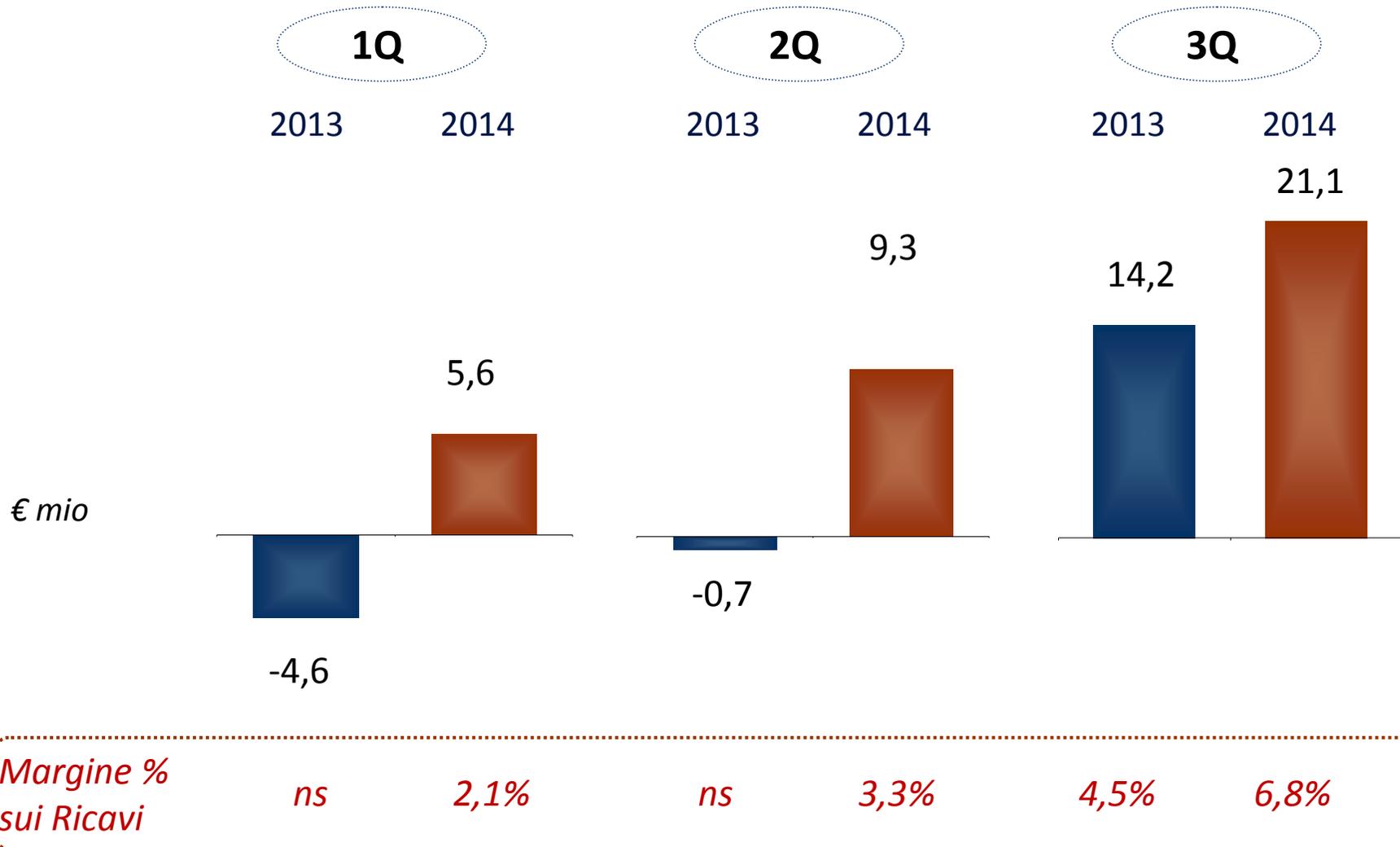
EBITDA

| € 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%**

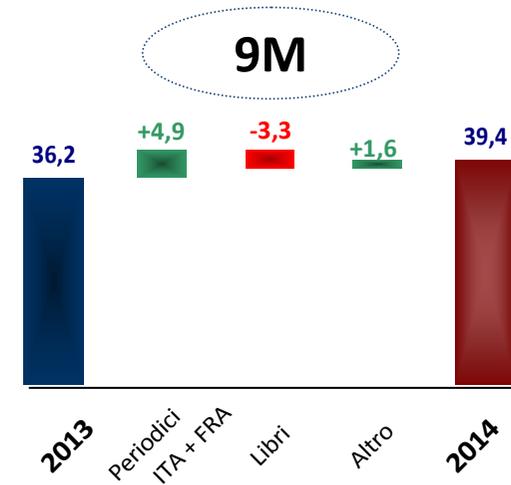
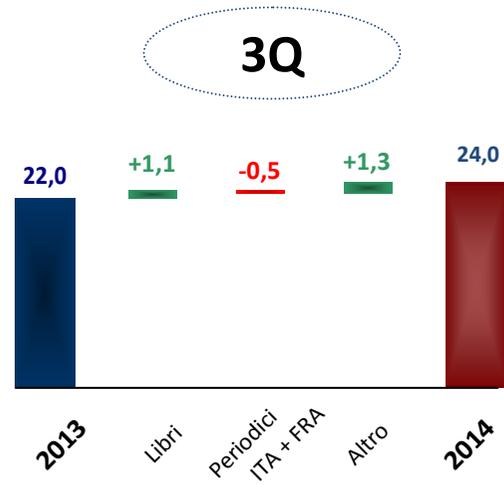
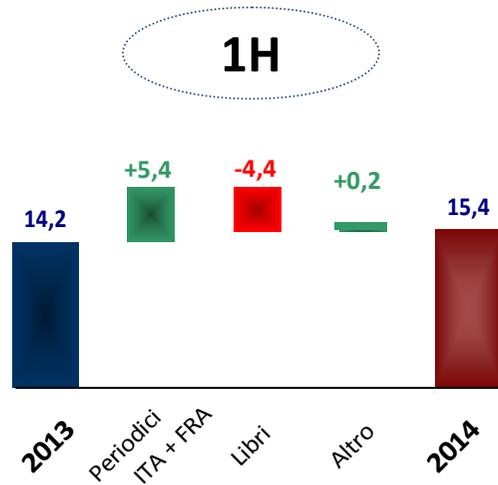


EBITDA 2013-2014 per trimestre



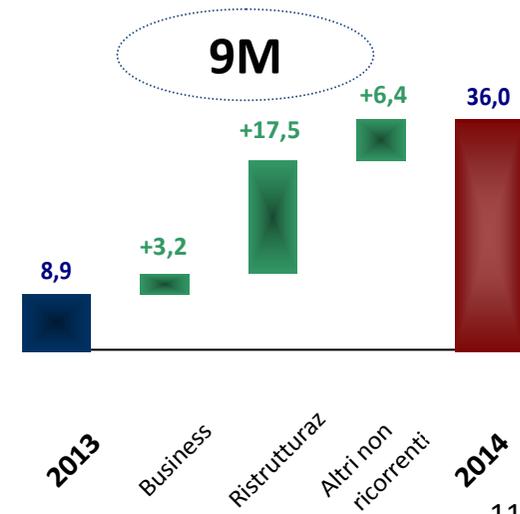
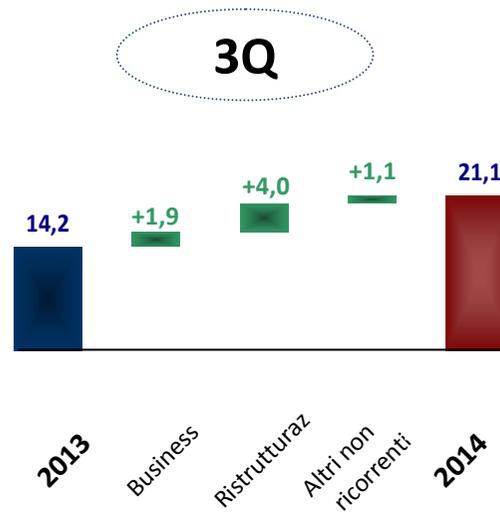
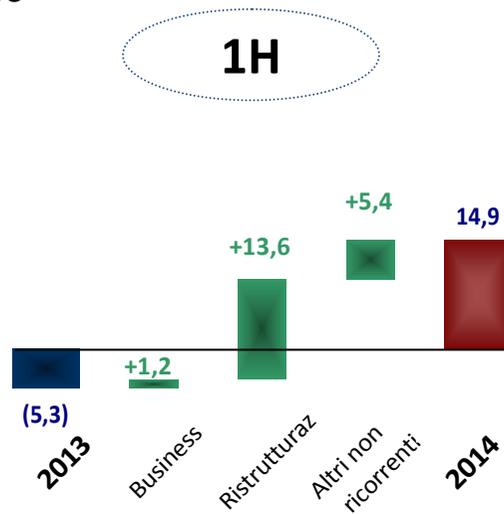
EBITDA 9M14

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 |

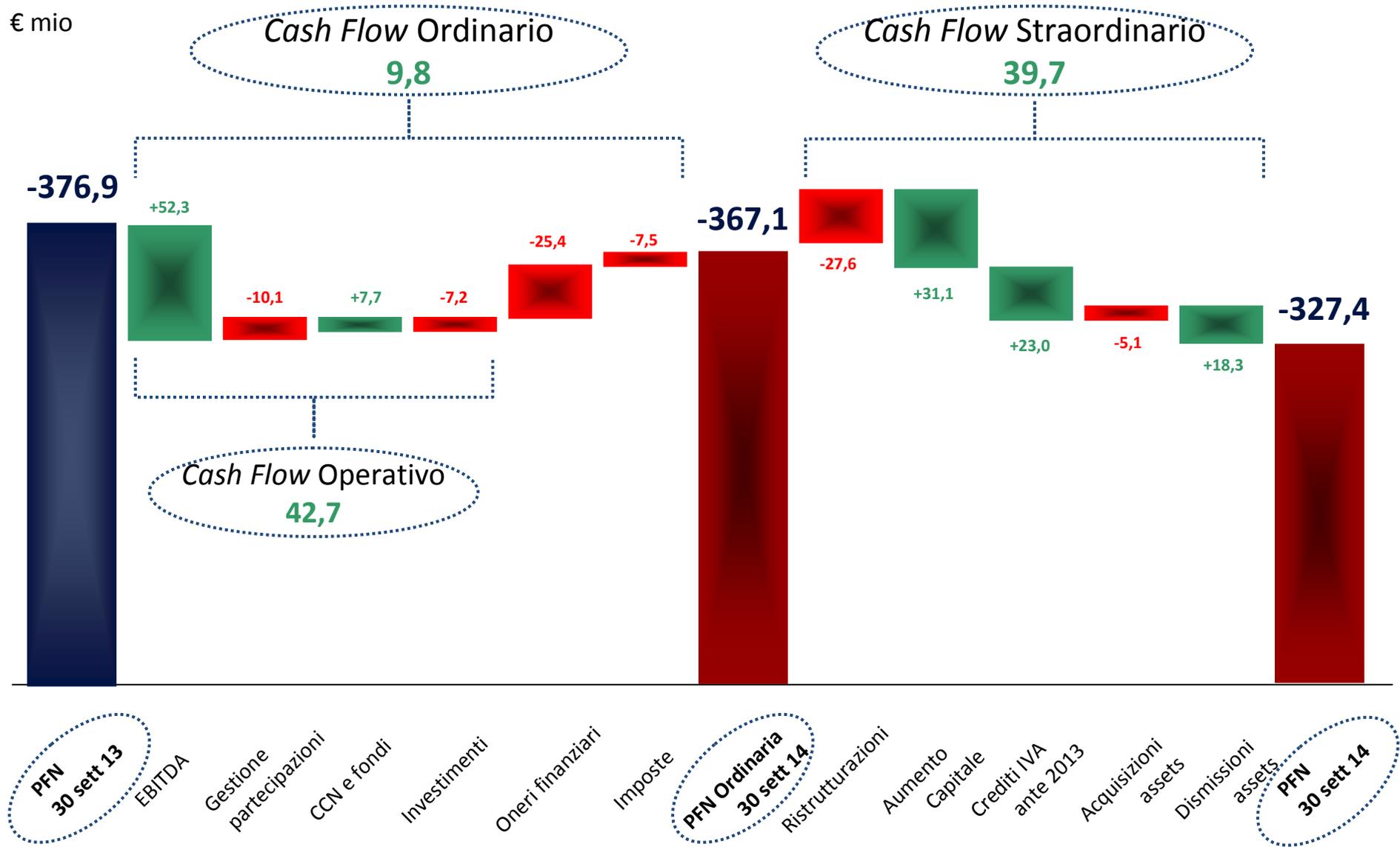
Posizione Finanziaria Netta in significativo miglioramento:

- 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

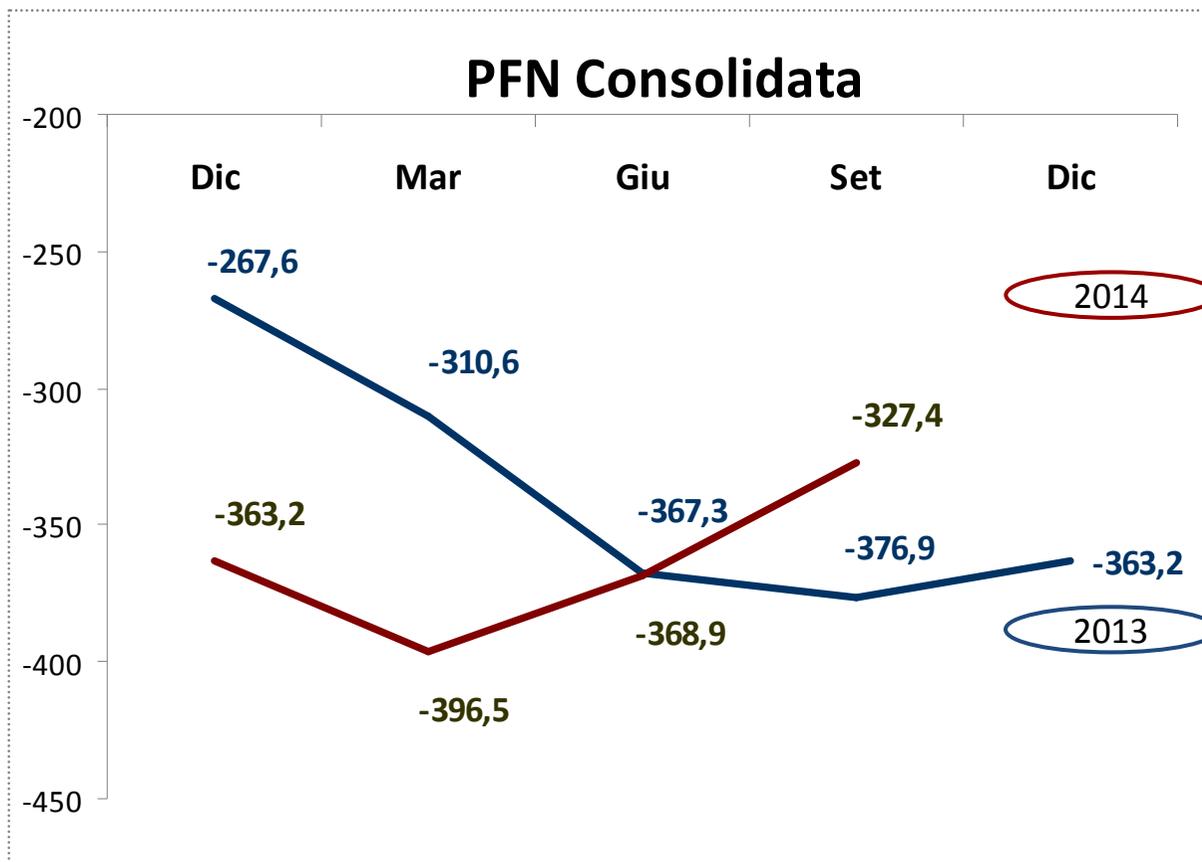


Cash Flow LTM al 30.09.14

€ mio



Evoluzione Posizione Finanziaria Netta

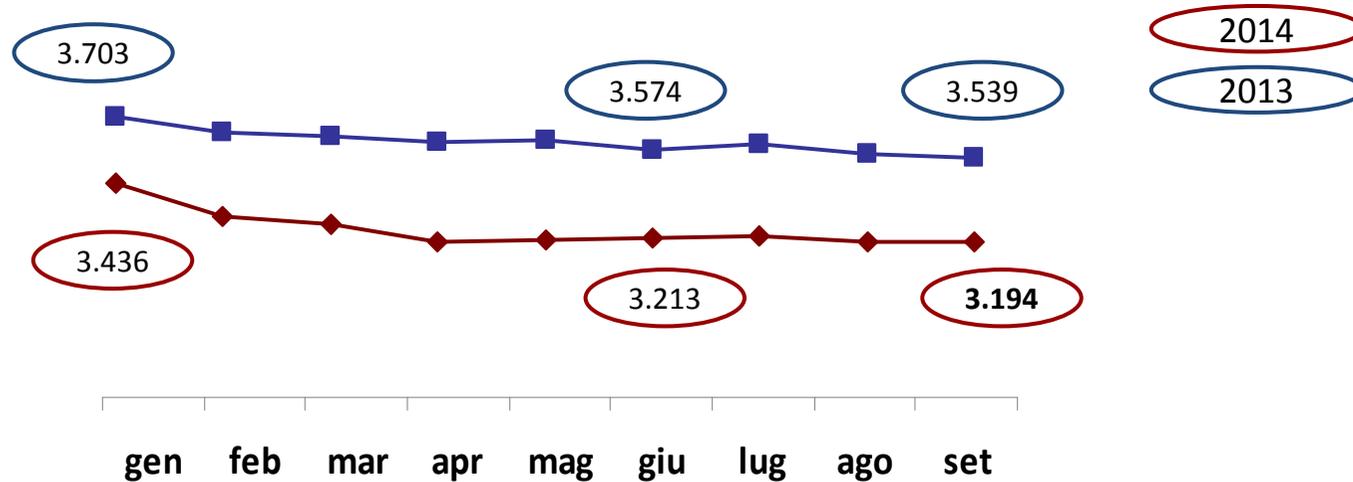


+ €35,8 milioni vs Dic 2013
+ €49,5 milioni vs Set 2013

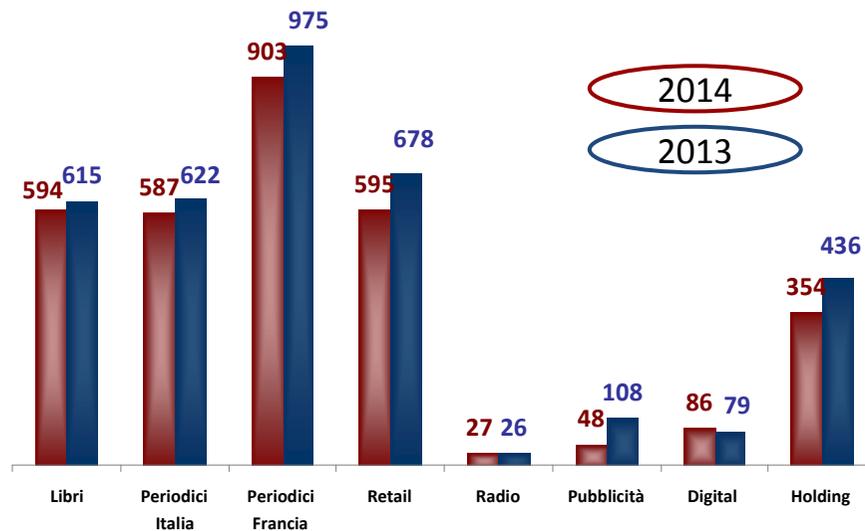


Headcount al 30.09.2014

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

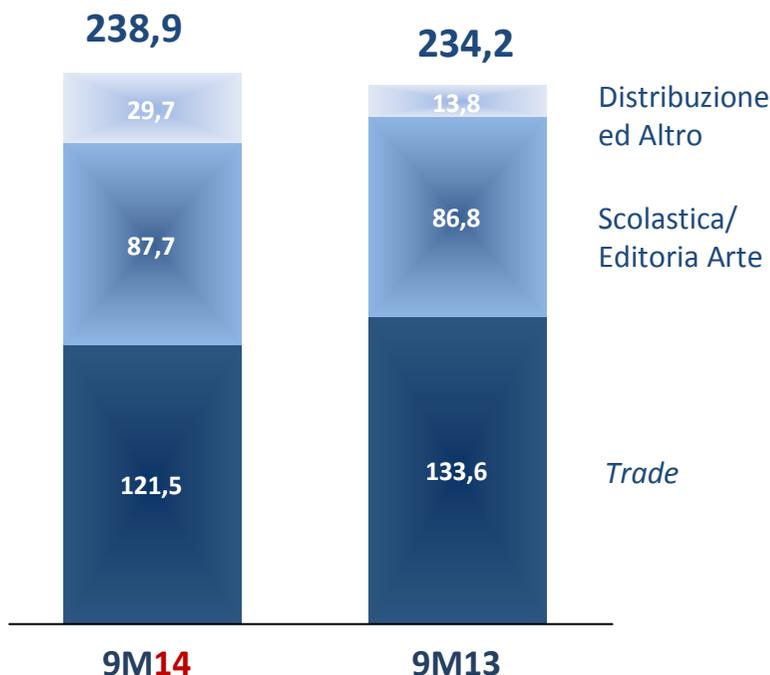
-  Highlights 9M14
-  Contesto di mercato
-  Risultati 9M14
-  ***Aree di Business***
-  Outlook FY 2014



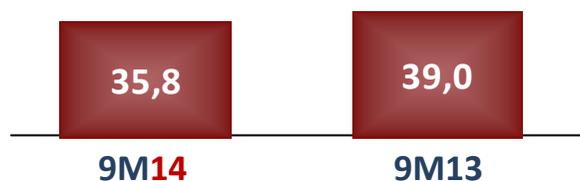
Libri: highlights

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

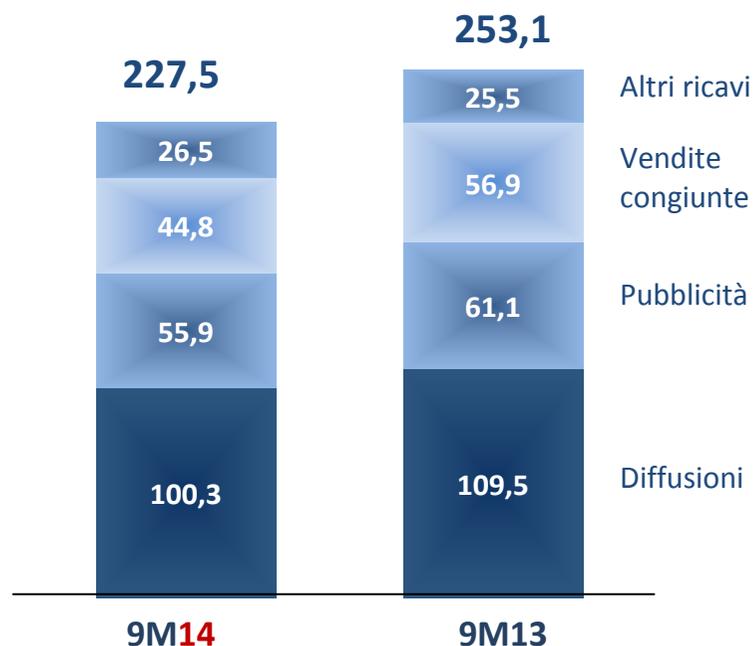


EBITDA in contrazione per l'effetto di un diverso mix di vendite; in crescita di oltre il 10% nel comparto *Educational*

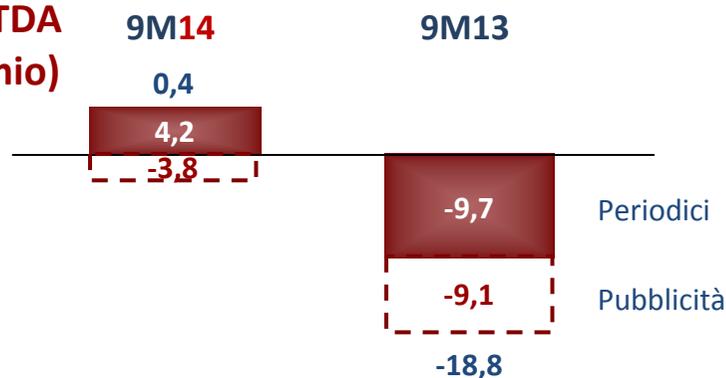
Periodici Italia: highlights

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)

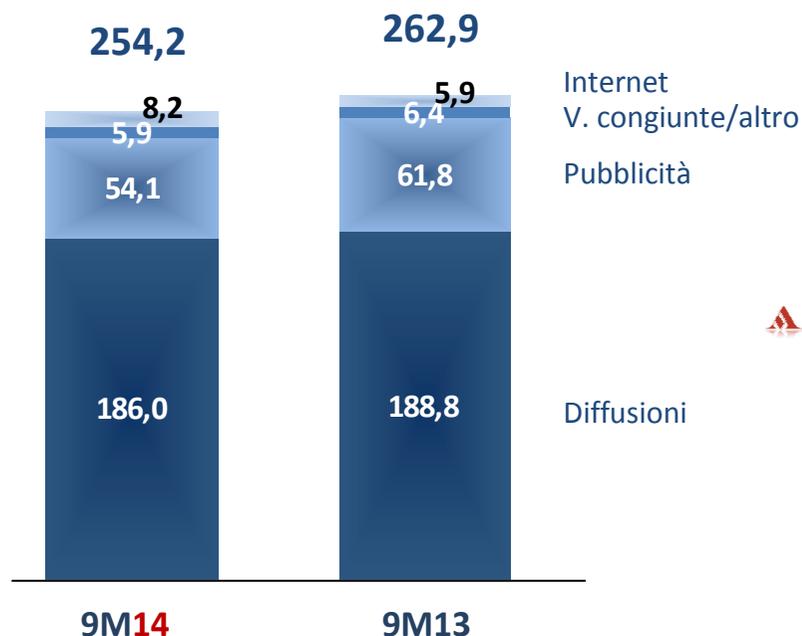


* Nei 9M14 rispetto ai 9M13 10 testate in meno in portafoglio

Periodici Francia: highlights

Ricavi
(€ mio)

-3,3%



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

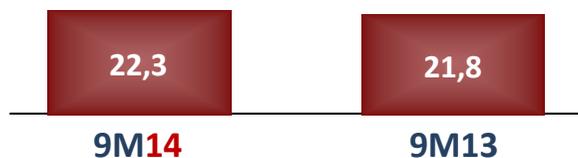
- diffusioni edicola: -5,4% vs -8,0% (fonte interna, dati ad agosto); positiva performance di *Top Santé* (+19%), *Pleine Vie* (+10%) e *Closer* (+6%)
- pubblicità: -10,3% vs -8,6% (rielaborazione su dati *Kantar Media* ad agosto)



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



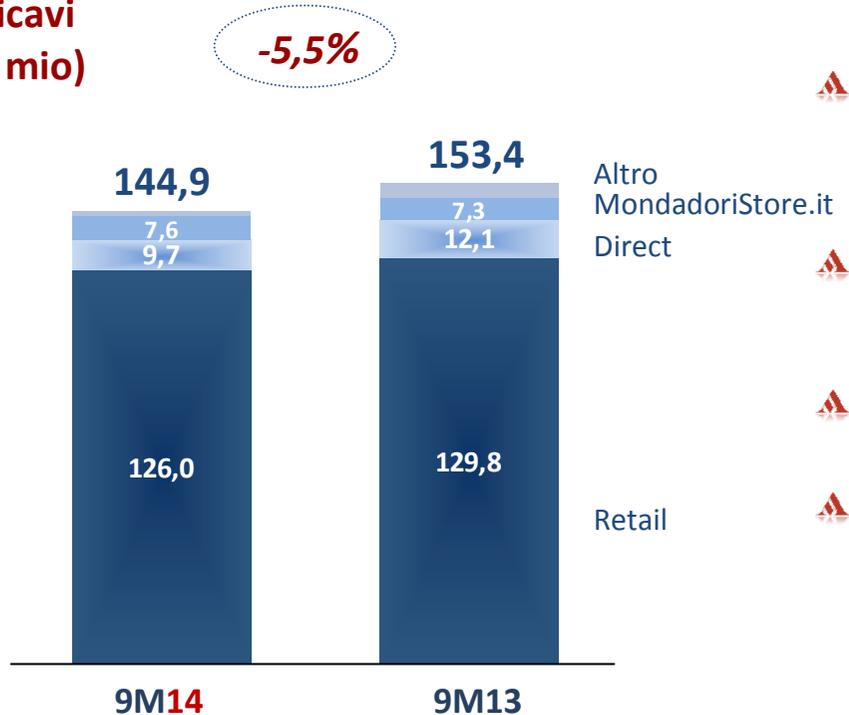
* Nei 9M14 rispetto ai 9M13 1 testata in meno in portafoglio

¹ Fonte: Nielsen, agosto

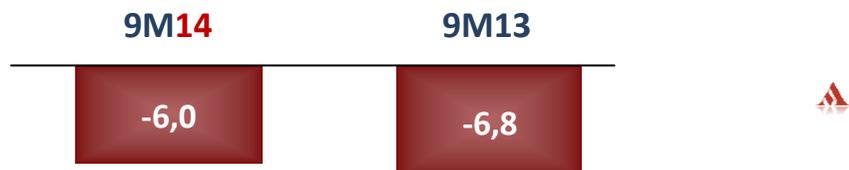
² Fonte: Nielsen, luglio

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

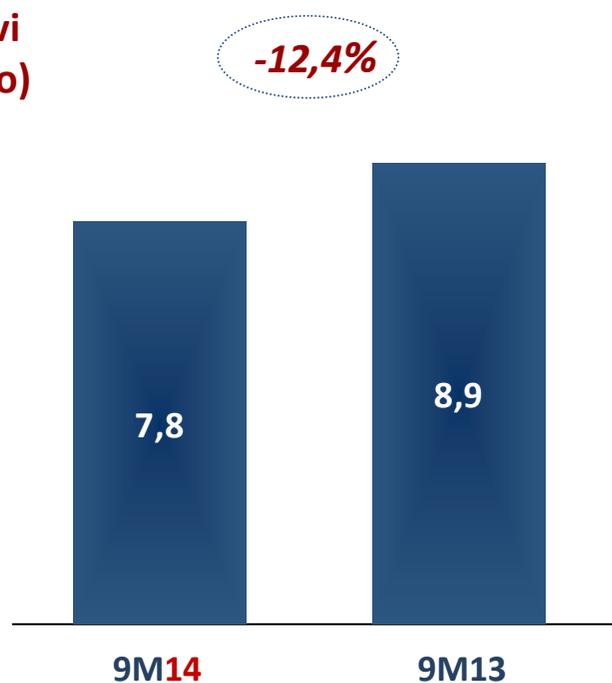
MondadoriStore recentemente premiato quale "Insegna dell'Anno – Italia 2014-2015" per la categoria **Librerie**

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

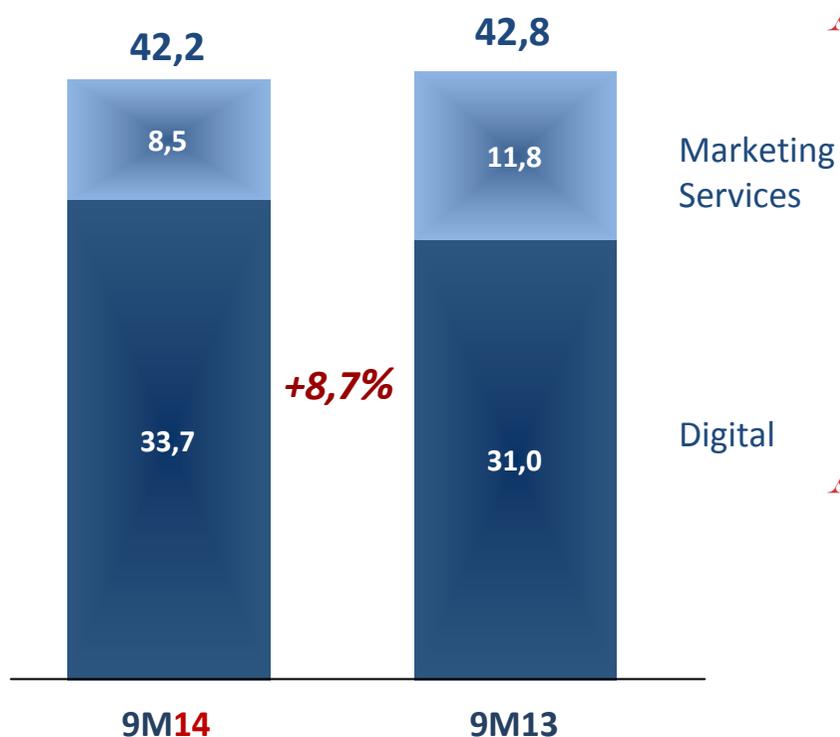


EBITDA in calo nei 9M14 per effetto della contrazione della raccolta pubblicitaria e di maggiori costi in comunicazione sostenuti nella fase di rilancio dell'emittente



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 **marginale 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