

Comunicato stampa

Informazione al pubblico ai sensi della delibera CONSOB n.11971 del 14 maggio 1999 3 successive modifiche

Approvato dal Consiglio di Amministrazione il resoconto intermedio di gestione al 30.09.2014

- **RICAVI CONSOLIDATI A 859,6 MILIONI DI EURO: -4,8% A PERIMETRO OMOGENEO (-7,7% RISPETTO AI 931,2 MILIONI DI EURO DEL 30.09.2013)**

• **MARGINE OPERATIVO LORDO CONSOLIDATO A 36 MILIONI DI EURO: IN SIGNIFICATIVO MIGLIORAMENTO RISPETTO AGLI 8,9 MILIONI DI EURO DEL 30.09.2013**

- **RISULTATO NETTO CONSOLIDATO A -7,5 MILIONI DI EURO RISPETTO AI -32,3 MILIONI DI EURO DEL 30.09.2013**

RISULTATO NETTO DEL TERZO TRIMESTRE POSITIVO PER 3,5 MILIONI DI EURO RISPETTO AI -5,2 MILIONI DI EURO DEL TERZO TRIMESTRE 2013

- **POSIZIONE FINANZIARIA NETTA A -327,4 MILIONI DI EURO IN SENSIBILE MIGLIORAMENTO RISPETTO AL DATO DI FINE DICEMBRE 2013 (-363,2 MILIONI DI EURO) E DEL 30 SETTEMBRE 2013 (-376,9 MILIONI DI EURO): ATTESO SIGNIFICATIVO MIGLIORAMENTO PER FINE ESERCIZIO RISPETTO AL 2013**

§

PROSEGUE IL RECUPERO DI REDDITIVITÀ: PREVISTO PER L'INTERO ESERCIZIO UN MARGINE OPERATIVO LORDO SUPERIORE AL DATO DEL 2012

Segrate, 13 novembre 2014 – Il Consiglio di Amministrazione di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., riunitosi oggi sotto la presidenza di Marina Berlusconi, ha esaminato e approvato il resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2014, presentato dall'Amministratore delegato Ernesto Mauri.

LO SCENARIO DI MERCATO

Il quadro macroeconomico internazionale continua a essere caratterizzato da un progressivo rallentamento delle economie emergenti e da una relativa stabilità di quelle mature.

I settori in cui opera il Gruppo Mondadori hanno cominciato a registrare, in Italia e in Francia, flessioni progressivamente meno accentuate rispetto ai periodi precedenti.

L'ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 30 SETTEMBRE 2014

I dati del Gruppo Mondadori al 30 settembre 2014 confermano, con una più marcata accelerazione, il miglioramento e il recupero di redditività già evidenziati nel primo semestre dell'esercizio; in particolare il terzo trimestre, con ricavi sostanzialmente allineati a quelli del precedente esercizio, registra un risultato netto positivo dopo un prolungato trend negativo (sette trimestri).

Nel contesto di mercato sopra delineato, il Gruppo ha registrato nei primi nove mesi del 2014 **ricavi consolidati di 859,6 milioni di euro**, in riduzione del 4,8% considerando il conferimento delle attività di raccolta pubblicitaria della concessionaria a Mediamond S.p.A., avvenuto nel mese di gennaio 2014 (-7,7% rispetto ai 931,2 milioni di euro al 30 settembre 2013).

Alla flessione dei ricavi è stata contrapposta una maggiore riduzione dei costi operativi, in calo di circa 86 milioni di euro, che ha consentito un significativo miglioramento del **marginale operativo lordo**, salito a **36 milioni di euro** rispetto agli 8,9 milioni di euro dell'esercizio precedente.

A tale performance ha contribuito per oltre il 50% l'area Periodici (Italia e Francia) per l'effetto combinato della maggiore efficienza derivante dalle azioni sui prodotti, della riduzione dei costi operativi e di minori oneri di ristrutturazione.

Il **risultato operativo consolidato** è stato pari a **18,8 milioni di euro**, rispetto ai -9,6 milioni di euro del 2013, con ammortamenti di attività materiali e immateriali per complessivi 17,2 milioni di euro (18,5 milioni di euro nei primi nove mesi 2013).

Il **risultato prima delle imposte** è positivo per **1 milione di euro**, rispetto a un risultato negativo di 26,2 milioni di euro dell'esercizio precedente; nel periodo gli oneri finanziari sono ammontati a 17,8 milioni di euro (16,6 milioni di euro nel pari periodo 2013).

Il **risultato netto consolidato**, dopo il risultato di pertinenza di terzi, si attesta a **-7,5 milioni di euro** rispetto a una perdita di 32,3 milioni di euro dello stesso periodo del 2013.

Il **cash flow** degli ultimi dodici mesi è stato positivo per **49,5 milioni di euro**, risultato di un flusso positivo ordinario per 9,8 milioni di euro e straordinario per 39,7 milioni, quest'ultimo prevalentemente correlato all'aumento di capitale finalizzato a giugno e agli effetti dell'operazione di conferimento in Mediamond.

La **posizione finanziaria netta** al 30 settembre 2014 è risultata, di conseguenza, in sensibile miglioramento, attestandosi a **-327,4 milioni di euro** rispetto ai -363,2 milioni di euro di fine 2013 (-376,9 milioni di euro al 30 settembre 2013).

RISULTATI DELLE AREE DI BUSINESS

• **LIBRI**

Il mercato dei libri trade, proseguendo l'andamento negativo della prima parte dell'anno nei canali libreria e grande distribuzione, evidenzia anche nel terzo trimestre una contrazione, seppur in misura meno accentuata, rispetto al corrispondente periodo del 2013 (pari allo 0,9% a valore; fonte Nielsen: dati a settembre).

Nei nove mesi, la flessione è del -4,3% a valore (fonte Nielsen, dati a settembre); il calo, a valore, è stato più accentuato sul canale Grande Distribuzione Organizzata (-13,5%, fonte Nielsen, dati a settembre).

I ricavi complessivi dell'area Libri nei primi nove mesi del 2014 si sono attestati a **238,9 milioni di euro**, in crescita del 2% rispetto ai 234,2 milioni di euro dello stesso periodo del 2013. Positiva la *performance* del terzo trimestre, in cui l'incremento, rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, è stato del 10,2%.

Le case editrici del Gruppo Mondadori hanno confermato complessivamente la propria leadership con una quota di mercato del 26% (esclusa la GDO). Nel periodo in esame, il Gruppo è presente con 11 titoli nella classifica dei 25 libri più venduti.

Nel comparto **libri trade**, l'andamento dei ricavi del Gruppo, nei primi nove mesi dell'esercizio in corso, è stato influenzato dalle dinamiche di mercato e da una programmazione editoriale che prevede la pubblicazione delle opere degli autori più affermati negli ultimi mesi dell'esercizio.

Nel mese di settembre è stato lanciato il primo fra i titoli più rilevanti in pubblicazione entro l'anno: *I giorni dell'eternità*, l'ultimo romanzo di Ken Follett che ha conquistato il primo posto assoluto nelle classifiche di vendita (120.000 copie in soli 15 giorni).

Per quanto riguarda il mercato digitale degli e-book, la quota del Gruppo è stabile a circa il 40%, con un'offerta di 8.000 titoli a catalogo.

Nel comparto **libri educational**, il Gruppo ha registrato, nei primi nove mesi del 2014, ricavi in crescita rispetto allo stesso periodo del 2013, per effetto del positivo andamento delle adozioni della scuola primaria.

Nell'ambito delle attività museali si registrano ricavi in crescita per effetto delle ottime performance ottenute nella gestione delle concessioni e dell'organizzazione di mostre, e dell'editoria a esse connesse.

Il **marginale operativo lordo** dell'area Libri, pari a 35,8 milioni di euro, diminuisce rispetto al 2013 (39 milioni di euro) per effetto di un diverso *mix* di ricavi derivante dal significativo incremento dell'attività di distribuzione per terzi caratterizzata da una minore redditività percentuale; in particolare, il comparto educational presenta un margine operativo lordo in crescita di oltre il 10% rispetto all'esercizio precedente.

• **PERIODICI ITALIA**

Nel terzo trimestre dell'anno in corso i mercati di riferimento hanno registrato ulteriori flessioni rispetto allo stesso periodo del 2013, ma in misura meno accentuata rispetto ai primi due trimestri: nel periodo di riferimento il mercato

delle diffusioni è calato dell'8,7% (fonte interna, dati ad agosto); la raccolta pubblicitaria dell'8,7% (fonte Nielsen, dato a settembre).

In questo contesto l'area dei Periodici Italia ha proseguito nel trend del primo semestre, registrando un andamento migliore rispetto al settore di riferimento per diffusioni e pubblicità. Mondadori si conferma leader di mercato con una quota a valore del 32,2%, in crescita rispetto al 30,5% al 30 settembre 2013.

I ricavi complessivi dell'area sono stati di **227,5 milioni di euro**, in flessione del 10,1% rispetto ai 253,1 milioni di euro (-8,7% a portafoglio omogeneo, considerando testate chiuse e cedute).

I ricavi relativi ai **magazine Mondadori** sono stati influenzati dall'andamento negativo dei mercati di riferimento, ma registrano *performance* migliori.

In particolare:

- i ricavi diffusionali sono calati dell'8,4% (-6,2% a portafoglio omogeneo);
- i ricavi pubblicitari dei brand Mondadori (web+print) hanno registrato una flessione del 7% rispetto all'esercizio precedente;
- i ricavi di prodotti collaterali, seppur in calo rispetto ai primi nove mesi del 2013, hanno evidenziato un incremento della redditività percentuale;
- i siti Mondadori hanno registrato ricavi in crescita del 4,1%, rispetto allo stesso periodo del 2013, per effetto delle *performance* di Grazia.it (+34,9%) e di Donnamoderna.com (+1,1%), a fronte di un andamento del mercato Internet che registra un incremento medio dello 0,1% (fonte Nielsen, dato a settembre). Positivi rispetto al 2013 anche i dati di traffico per Grazia.it (+49%), Donnamoderna.com (+34%) e Panorama.it (+9,5%).

Nonostante la flessione dei ricavi, il **marginale operativo lordo** registra un sensibile miglioramento, passando da -9,7 a 4,2 milioni di euro.

Considerando le efficienze derivanti dalle azioni intraprese sui prodotti e dagli interventi di riduzione dei costi operativi e di struttura dell'area Periodici Italia, combinate con gli effetti positivi della riorganizzazione delle attività di raccolta pubblicitaria in Italia, il Gruppo ha registrato nei primi nove mesi dell'esercizio un **miglioramento complessivo** del margine operativo lordo aggregato delle due attività di **19,2 milioni di euro**, rispetto al corrispondente periodo del 2013.

I ricavi di Mondadori Pubblicità si sono attestati a 7,6 milioni di euro e non sono comparabili con quelli dello stesso periodo del 2013, per il conferimento delle attività di raccolta pubblicitaria in Mediamond, joint-venture pariteticamente partecipata da Mondadori Pubblicità e da Publitalia 80'.

Attività Internazionali

Nei primi nove mesi dell'anno Mondadori International Business S.r.l. ha registrato ricavi in crescita del 6% circa rispetto al corrispondente periodo del 2013, per effetto del consolidamento delle edizioni del *Grazia International Network*, presente in 23 Paesi; del lancio, avvenuto nel novembre 2013, della prima licenza internazionale del *magazine* maschile *Icon*, e delle attività di raccolta pubblicitaria sul mercato italiano per il quotidiano spagnolo *El Pais*, a partire da ottobre 2013.

È stato dato ulteriore impulso alle attività del *Grazia International Network* con il recentissimo lancio di *Graziashop.com*, la piattaforma integrata di *fashion e-commerce* che consentirà alla *community* di *Grazia* nel mondo, costituita da 17 milioni di lettori e 16 milioni di utenti unici al mese, e a tutto il pubblico femminile appassionato, di accedere all'acquisto di capi selezionati provenienti dalle *boutique* più alla moda a livello internazionale.

• PERIODICI FRANCIA

Nel periodo in esame i mercati di riferimento in Francia hanno continuato a registrare segnali di contrazione sia per le vendite in edicola (-8% fonte interna, agosto) sia per la raccolta pubblicitaria (-8,6%, rielaborazione interna di dati Kantar Media, agosto). In questo contesto Mondadori France ha registrato *performance* diffusionali migliori del mercato.

Nei primi nove mesi del 2014 i ricavi consolidati di Mondadori France si sono attestati a **254,2 milioni di euro** in calo del 3,3% rispetto ai 262,9 milioni di euro del 30 settembre 2013; a portafoglio omogeneo, considerando la cessione di *Le Film Français* avvenuta a fine 2013 e del differente numero di uscite di alcune testate, il calo si limita al 2,3%.

I ricavi relativi alla raccolta della **pubblicità** hanno registrato un andamento difforme tra prodotto cartaceo e prodotto *on-line*: il print ha registrato un -12,5% (-10,3% a portafoglio costante), in miglioramento rispetto ai dati del primo semestre; il web è cresciuto del 36% (a portafoglio costante).

Il dato aggregato dei ricavi pubblicitari mostra quindi una flessione del 6,5% rispetto al corrispondente periodo del 2013.

I ricavi relativi alla **diffusione**, che rappresentano oltre il 70% del totale, sono diminuiti dell'1,4% (-1% a portafoglio omogeneo):

- i ricavi di vendita sul canale edicola hanno registrato una flessione del 5,5% (5,4% a perimetro omogeneo), rispetto al mercato di riferimento che cala dell'8%, anche per effetto della crescita significativa di *Top Santé* (+19%), *Pleine Vie* (+10%) e *Closer* (+6%);
- i ricavi di vendita sul canale abbonamenti sono calati dell'1,5% (-0,7% a portafoglio costante).

Nei primi nove mesi del 2014 le attività digitali, a portafoglio omogeneo, hanno registrato una significativa crescita dei ricavi (+37%), per effetto dello sviluppo delle attività di NaturaBuy, dei ricavi pubblicitari e delle vendite di copie digitali.

Il **marginale operativo lordo** dell'area, nonostante la diminuzione dei ricavi, è cresciuto del 2,3% (22,3 milioni di euro rispetto ai 21,8 milioni di euro dei primi nove mesi del 2013), per effetto delle attività di razionalizzazione delle strutture e di contenimento dei costi redazionali, industriali e generali. Questo processo, iniziato nei trimestri precedenti, prosegue nell'ottica di un ulteriore adeguamento dell'organizzazione alle trasformazioni del mercato.

Da gennaio 2014 la raccolta pubblicitaria relativa al digitale è gestita internamente da apposite strutture trasversali. Alcuni tra i principali siti web sono stati rinnovati e ulteriormente sviluppati, con nuove funzionalità per *tablet* e *smartphone*: questi interventi hanno generato riflessi positivi sull'*audience* che ha raggiunto 6,6 milioni di visitatori unici, +26% rispetto al 2013 (fonte Nielsen, dati ad agosto), con un picco di 7,8 milioni a gennaio; sul *mobile* l'aumento dei visitatori unici è stato del 77% rispetto al 2013 (fonte Nielsen, dato a luglio).

È proseguita inoltre l'attività finalizzata a creare nuove efficienze, attraverso un piano di riduzione della struttura, su base volontaria, e un progetto di concentrazione del personale in un'unica sede entro i primi mesi del 2015.

• **RETAIL**

Il mercato del *retail* ha continuato a mostrare segni di debolezza dei consumi; in questo contesto, il canale che meglio è riuscito a contenere la perdita di ricavi è stato quello delle catene, a differenza delle librerie indipendenti e della GDO.

I ricavi complessivi dell'area hanno continuato a risentire della situazione stagnante dei consumi: nei primi nove mesi dell'anno si sono attestati a **144,9 milioni di euro**, in flessione del 5,5% rispetto ai 153,4 milioni di euro dell'analogo periodo del 2013, pur mostrando segnali di recupero rispetto al primo semestre, chiuso con un calo dell'8,9% rispetto all'esercizio precedente.

Nella composizione dei ricavi per tipologia di prodotto:

- il libro risulta preminente con il 75% del totale: l'andamento delle vendite è stato di 9 punti percentuali migliore del mercato di riferimento (-4,3% a valore), consentendo di incrementare la market share di Mondadori Retail al 14,7% dal 13,4%;
- l'elettronica di consumo ha continuato a registrare contrazioni superiori all'andamento di settore;
- il canale dei *club* ha proseguito nel trend negativo, registrando nel periodo in esame una flessione dei ricavi di circa il 20%;
- le vendite *on-line*, realizzate tramite il sito *mondadoristore.it*, sono cresciute di circa il 4%.

L'andamento delle vendite di libri ha consentito di mitigare l'effetto negativo sul **marginale operativo lordo** (-6 milioni di euro rispetto ai -6,8 milioni di euro dei primi nove mesi del 2013), derivante dalla contrazione dei ricavi del club e del *consumer electronic*.

Tale indicatore, se declinato per tipologia di punto vendita, rispetto ai primi nove mesi del 2013, mostra un miglioramento per le librerie dirette, rimane stabile per le librerie in *franchising*, registra una flessione per i *multicenter*.

In presenza di uno scenario economico recessivo, sono proseguite le azioni, già intraprese nel primo semestre, finalizzate al recupero di redditività.

In particolare:

- progressiva revisione del *network*, con interventi di razionalizzazione dei punti vendita e del *format*, per sviluppare un nuovo *concept* di libreria del futuro;
- attività di miglioramento dell'offerta commerciale, supportata da iniziative promozionali, di comunicazione e *advertising*;
- proseguimento delle azioni di riorganizzazione dei processi operativi e degli organici.

Mondadori Store ha recentemente ottenuto il riconoscimento di “Insegna dell’anno Italia 2014-2015” per la catena di librerie che offre la migliore esperienza di acquisto in termini di prezzo, assortimento e servizio.

- **RADIO**

Nei primi nove mesi del 2014 il mercato radiofonico, dopo un avvio decisamente positivo, ha invertito la tendenza per attestarsi al -3,1% (fonte Nielsen, dati a settembre).

Nel contesto descritto, la raccolta pubblicitaria di *R101* ha ottenuto, nei nove mesi del 2014, *performance* inferiori al *trend* di mercato, confermando l’andamento del primo semestre.

I ricavi, compresi quelli relativi al sito *web* e alle altre iniziative della radio, registrano una contrazione del 12,4% a **7,8 milioni di euro** (8,9 milioni di euro dei primi nove mesi del 2013).

Il **marginale operativo lordo** (-4,2 milioni di euro rispetto ai -3,1 milioni di euro dei primi nove mesi del 2013) risente dell’andamento negativo della raccolta pubblicitaria e dei maggiori costi di promozione e comunicazione sostenuti nella fase di rilancio dell’emittente, avvenuto nei primi mesi dell’anno in corso.

Le principali azioni messe in atto nel 2014, per incrementare l’audience e mitigare gli effetti negativi del *trend* di mercato, hanno riguardato:

- il processo di riposizionamento di *R101*, partner dei concerti di grandi artisti della scena italiana e internazionale;
- la campagna istituzionale televisiva volta a rafforzare la *brand awareness* dell’emittente;
- l’intervento su grafica e contenuti del sito *r101.it*, con il rilascio della nuova *app* della radio;
- l’arricchimento della proposta musicale con l’avvio, nell’ottica di un sistema integrato con la radio, di *R101 TV*, sul canale 66 del digitale terrestre.

DIGITAL

L’area Digital Innovation ha proseguito in questi ultimi mesi le azioni finalizzate al consolidamento della struttura centrale, l’adeguamento delle piattaforme di gestione degli utenti e dei contatti nell’ambito del sistema CRM, gli interventi tecnologici orientati a una più ampia valorizzazione dei contenuti editoriali del Gruppo.

Nel periodo in esame i ricavi delle attività puramente digitali sono cresciuti, complessivamente in Italia e in Francia, dell’8,7%, mentre i ricavi del settore marketing services (Cemit) sono calati rispetto ai primi nove mesi del 2013.

§

Informazioni sul personale

Al 30 settembre 2014 il personale dipendente in forza alle società del Gruppo, a tempo indeterminato e determinato, risulta composto da 3.194 persone, in calo di 242 unità (-7%) rispetto a dicembre 2013 e di 345 unità (-9,7%) rispetto a settembre 2013.

Al netto delle operazioni straordinarie che hanno modificato il perimetro del Gruppo la riduzione del numero dei dipendenti si attesta al 6,3% rispetto alla fine del 2013 e al 9% rispetto ai dodici mesi precedenti.

Nei primi nove mesi dell’anno il costo del personale, al netto delle operazioni straordinarie e dei minori oneri di ristrutturazione, si è ridotto dell’8,1% rispetto al settembre 2013.

§

Situazione finanziaria e patrimoniale

La posizione finanziaria netta al 30 settembre 2014 è in miglioramento di 35,8 milioni di euro, rispetto al 31 dicembre 2013, e di 49,5 milioni di euro, rispetto allo stesso periodo dell’esercizio precedente.

Negli ultimi dodici mesi, il flusso di cassa ordinario è stato positivo per 9,8 milioni di euro per effetto dell’ottimizzazione della gestione del capitale circolante netto che ha controbilanciato gli esborsi dell’attività di investimento.

I primi nove mesi dell’esercizio in corso, influenzati anche dalla stagionalità tipica del settore, hanno registrato un assorbimento ordinario di 8,6 milioni di euro (-82,5 milioni di euro nei primi nove mesi del 2013) e un flusso di cassa straordinario pari a 44,4 milioni, di cui 31,1 milioni di euro derivanti dall’aumento di capitale avvenuto lo scorso giugno; nel saldo netto dell’attività di acquisizione e cessione di asset sono stati 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.

§

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

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, in Italia e 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.

§

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Oddone Pozzi dichiara, ai sensi del comma 2 art. 154 bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente Resoconto intermedio di gestione corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili della società.

§

La documentazione relativa alla presentazione dei risultati al 30 settembre 2014 è disponibile presso il meccanismo di stoccaggio autorizzato 1Info (www.1info.it), su www.borsaitaliana.it e su www.mondadori.it (sezione Investor Relations).

PUBBLICAZIONE RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2014

Il resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2014 approvato dal Consiglio di Amministrazione è reso disponibile entro la data odierna presso la sede legale della Società, il meccanismo di stoccaggio autorizzato 1Info (www.1info.it), su www.borsaitaliana.it e www.mondadori.it (sezione Investor Relations).

In allegato:

- Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata (allegato 1)
- Conto economico consolidato (allegato 2)
- Conto economico consolidato del terzo trimestre (allegato 3)

Media Relations Mondadori
Tel. +39 02 75423159
Email: pressoffice@mondadori.it

Web: www.mondadori.it
Feed RSS: <http://www.mondadori.it/Extra/RSS-Feed>
Twitter: <https://twitter.com/mondadori>

Allegato 1

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata (in milioni di euro)

Attivo	30 settembre 2014	31 dicembre 2013
Attività immateriali	616,1	617,5
Investimenti immobiliari	3,1	3,2
Terreni e fabbricati	8,1	8,5
Impianti e macchinari	9,8	11,7
Altre immobilizzazioni materiali	17,6	20,5
Immobili, impianti e macchinari	35,5	40,7
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	36,7	38,2
Altre partecipazioni	0,4	0,4
Totale partecipazioni	37,1	38,6
Attività finanziarie non correnti	0,3	2,7
Attività per imposte anticipate	48,7	58,4
Altre attività non correnti	32,6	22,3
Totale attività non correnti	773,4	783,4
Crediti tributari	52,3	68,5
Altre attività correnti	102,2	89,3
Rimanenze	112,4	124,0
Crediti commerciali	285,0	312,4
Titoli ed altre attività finanziarie correnti	14,6	13,8
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	31,1	65,7
Totale attività correnti	597,6	673,7
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	1.371,0	1.457,1
Passivo	30 settembre 2014	31 dicembre 2013
Capitale sociale	68,0	64,1
Riserva sovrapprezzo azioni	12,0	170,6
Altre riserve e risultati portati a nuovo	177,0	177,4
Utile (perdita) dell'esercizio	(7,5)	(185,4)
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	249,5	226,7
Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti	30,8	32,0
Totale patrimonio netto	280,3	258,7
Fondi	63,1	83,9
Indennità di fine rapporto	45,6	50,4
Passività finanziarie non correnti	322,0	398,8
Passività per imposte differite	78,4	77,0
Altre passività non correnti	-	-
Totale passività non correnti	509,1	610,1
Debiti per imposte sul reddito	0,5	0,3
Altre passività correnti	219,4	220,1
Debiti commerciali	310,3	321,3
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	51,4	46,6
Totale passività correnti	581,6	588,3
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	1.371,0	1.457,1

Allegato 2

Conto economico consolidato (in milioni di euro)

	Periodo al 30/09/14	% sui ricavi	Periodo al 30/09/13	% sui ricavi	Delta %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni (*)	859,6	100,0%	931,2	100,0%	(7,7%)
Costi per il personale (**)	169,9	19,8%	206,1	22,1%	(17,6%)
Costi per materie prime, suss., di consumo e merci (***)	151,4	17,6%	128,7	13,8%	17,6%
Costi per servizi	480,9	55,9%	553,4	59,4%	(13,1%)
Godimento beni di terzi (****)	26,5	3,1%	31,6	3,4%	(16,1%)
Oneri (proventi) diversi	(7,9)	(0,9%)	1,5	0,2%	n.s.
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	(2,8)	(0,3%)	(1,0)	(0,1%)	n.s.
Rettifiche per fattori non ricorrenti: (positive)/negative	3,4		27,3		
Margine operativo lordo al netto dei fattori non ricorrenti	39,4		36,2		8,8%
Margine operativo lordo	36,0	4,2%	8,9	1,0%	n.s.
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	7,2	0,8%	8,6	0,9%	(16,3%)
Ammortamenti delle attività immateriali	10,0	1,2%	9,9	1,1%	1,0%
Risultato operativo	18,8	2,2%	(9,6)	(1,0%)	n.s.
Proventi (oneri) finanziari netti	(17,8)	(2,1%)	(16,6)	(1,8%)	7,2%
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-		-	-	
Risultato del periodo prima delle imposte	1,0	0,1%	(26,2)	(2,8%)	n.s.
Imposte sul reddito	6,5	0,8%	4,4	0,5%	47,7%
Risultato di pertinenza di terzi	(2,0)	(0,2%)	(1,7)	(0,2%)	17,6%
Risultato netto	(7,5)	(0,9%)	(32,3)	(3,5%)	n.s.

(*) Considerato il conferimento del ramo d'azienda di Mondadori Pubblicità S.p.A. a Mediamond S.p.A., i ricavi registrano un decremento pari al 4,8%.

(**) Considerato il conferimento del ramo d'azienda di Mondadori Pubblicità S.p.A. a Mediamond S.p.A. e al netto dei costi di ristrutturazione, il costo per il personale registra un decremento pari al 8,1%.

(***) Include la voce di bilancio "Decremento (incremento) delle rimanenze".

(****) Inclusi nella voce di bilancio "Oneri (proventi) diversi".

Allegato 3

Conto economico consolidato del terzo trimestre 2014 (in milioni di euro)

	3° trim. 2014	% sui ricavi	3° trim. 2013	% sui ricavi	Delta %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni (*)	310,4	100,0%	318,9	100,0%	(2,7%)
Costi per il personale (**)	52,5	16,9%	58,1	18,2%	(9,6%)
Costi per materie prime, suss., di consumo e merci (***)	54,9	17,7%	48,4	15,2%	13,4%
Costi per servizi	164,2	52,9%	181,6	56,9%	(9,6%)
Godimento beni di terzi (****)	8,8	2,8%	10,2	3,2%	(13,7%)
Oneri (proventi) diversi	8,3	2,7%	5,2	1,6%	59,6%
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	(0,6)	(0,2%)	(1,2)	(0,4%)	(50,0%)
Rettifiche per fattori non ricorrenti: (positive)/negative	2,9		7,8		
Margine operativo lordo al netto dei fattori non ricorrenti	24,0		22,0		9,1%
Margine operativo lordo	21,1	6,8%	14,2	4,5%	48,6%
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	2,4	0,8%	2,9	0,9%	(17,2%)
Ammortamenti delle attività immateriali	3,5	1,1%	3,2	1,0%	9,4%
Risultato operativo	15,2	4,9%	8,1	2,5%	87,7%
Proventi (oneri) finanziari netti	(5,5)	(1,8%)	(6,1)	(1,9%)	(9,8%)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-		-		
Risultato del periodo prima delle imposte	9,7	3,1%	2,0	0,6%	n.s.
Imposte sul reddito	5,4	1,7%	6,5	2,0%	(16,9%)
Risultato di pertinenza di terzi	(0,8)	(0,3%)	(0,7)	(0,2%)	14,3%
Risultato netto	3,5	1,1%	(5,2)	(1,6%)	n.s.

(*) Considerato il conferimento del ramo d'azienda di Mondadori Pubblicità S.p.A. a Mediamond S.p.A., i ricavi registrano un decremento pari al 0,7%.

(**) Considerato il conferimento del ramo d'azienda di Mondadori Pubblicità S.p.A. a Mediamond S.p.A. e al netto dei costi di ristrutturazione, il costo per il personale registra un decremento pari all'1,1%.

(***) Include la voce di bilancio "Decremento (incremento) delle rimanenze".

(****) Inclusi nella voce di bilancio "Oneri (proventi) diversi".