Gruppo Mondadori
Risultati FY14

Presentazione alla comunità finanziaria

Milano, 12 Marzo 2015

MONDADORI

Agenda

- ***Highlights FY14***
- Focus sulle Aree di Business
- Risultati FY14
- Priorità e Outlook FY 2015

Highlights FY14

MONDADORI

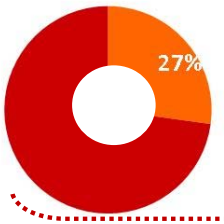
€ m

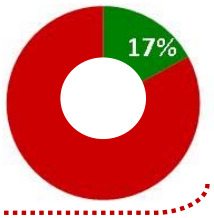
	Libri 2014	Libri 2013	Retail 2014	Retail 2013	Periodici Italia 2014	Periodici Italia 2013	Periodici Francia 2014	Periodici Francia 2013	Gruppo* 2014	Gruppo* 2013
Ricavi	336,6	334,3	211,2	225,0	297,0	326,1	340,9	353,9	1.177,5	1.275,8
EBITDA	45,1	46,2	8,9	(8,5)	3,1	(20,6)	35,0	26,7	67,1	(12,8)
Margin (%)	*13%*	*14%*	*4%*	*-4%*	*1%*	*-6%*	*10%*	*8%*	*6%*	*-1%*

-7,7% (-4,6% a perimetro omogeneo)

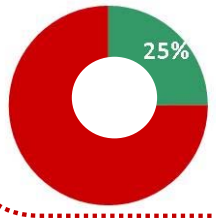
% sul Totale 2014

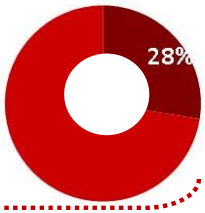
Ricavi





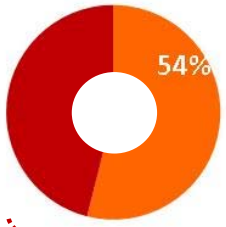
44%

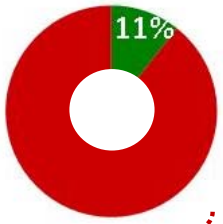




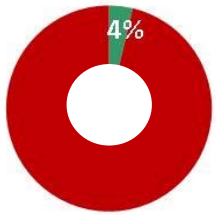
53%

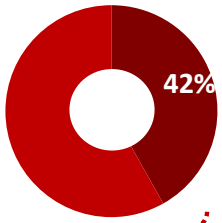
EBITDA





64%





46%

Altro*

Ricavi 3%

EBITDA -10%

** Nel Gruppo sono inoltre incluse le attività: Radio, Pubblicità, Digital e Holding*

Highlights FY14

Risultati in linea con la *guidance*

	OBIETTIVI	RISULTATI
EBITDA	In linea con il 2012	**Sostanzialmente in linea (€67,1 vs €68,1 m)**
RISULTATO NETTO	Pareggio	**Utile di €0,6 m**
PFN	Significativo miglioramento rispetto al 2013	**+€71,4 m vs 2013**
PFN/EBITDA	< 4,50x	**4,35x**

I 3 fondamentali risultati del FY14

1. Interventi sulla riduzione dei costi

"Cambio di passo": € 100 m entro fine 2015

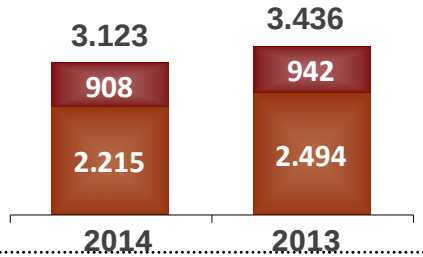
In linea con il piano programmato grazie al focus sull'**efficienza** e sulla **riduzione dei costi**:

A. **industriali, redazionali e logistici**
B. **personale**

	Periodici Italia	Periodici Francia
A	Efficientamento dei costi delle testate (carta e stampa, borderò e correzione bozze) Digitalizzazione dei processi redazionali	Revisione dei costi industriali e distributivi Digitalizzazione dei processi redazionali

B

Dipendenti del Gruppo



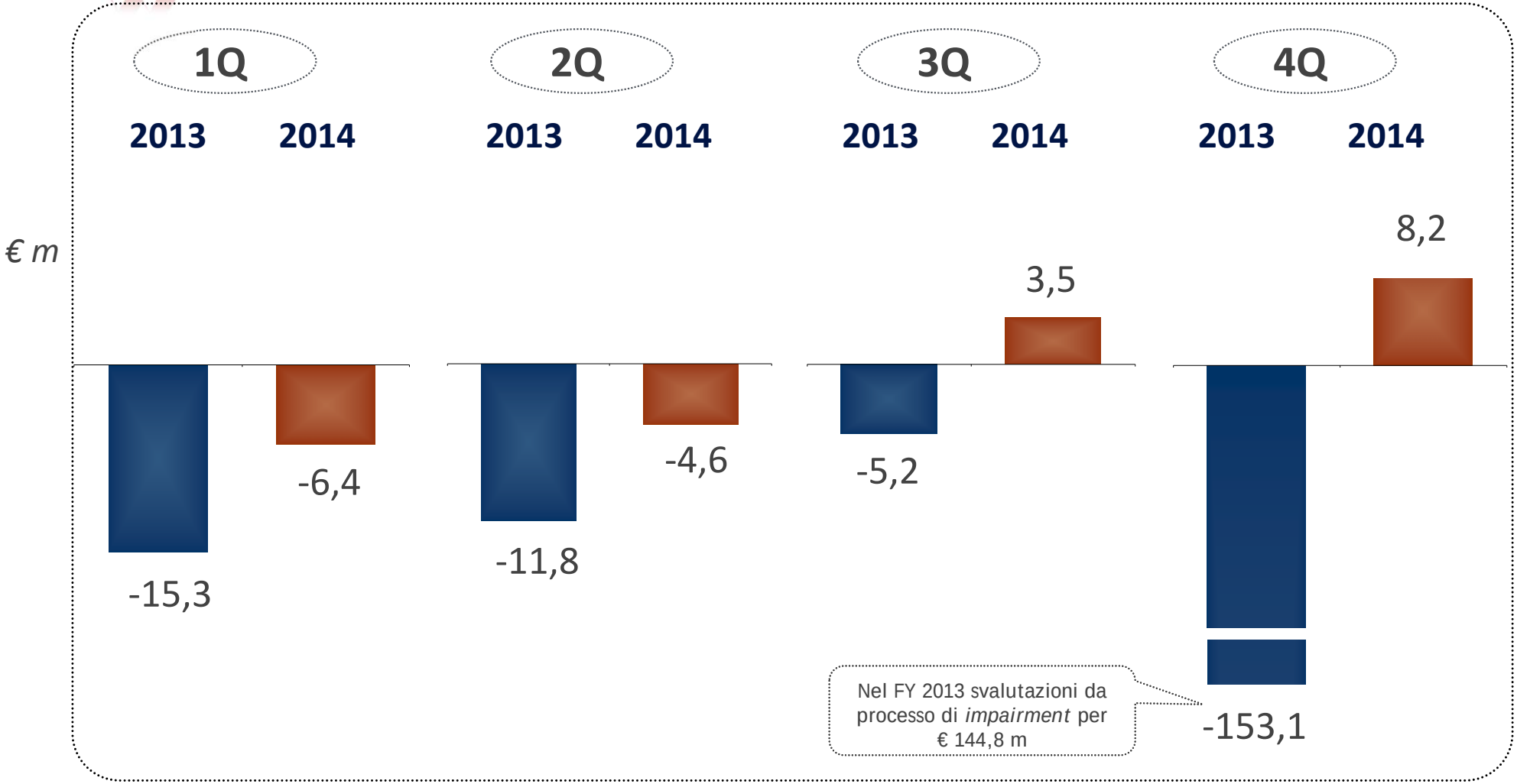
Totale: -9,1%

Francia: -3,6%

Italia: -11,2%

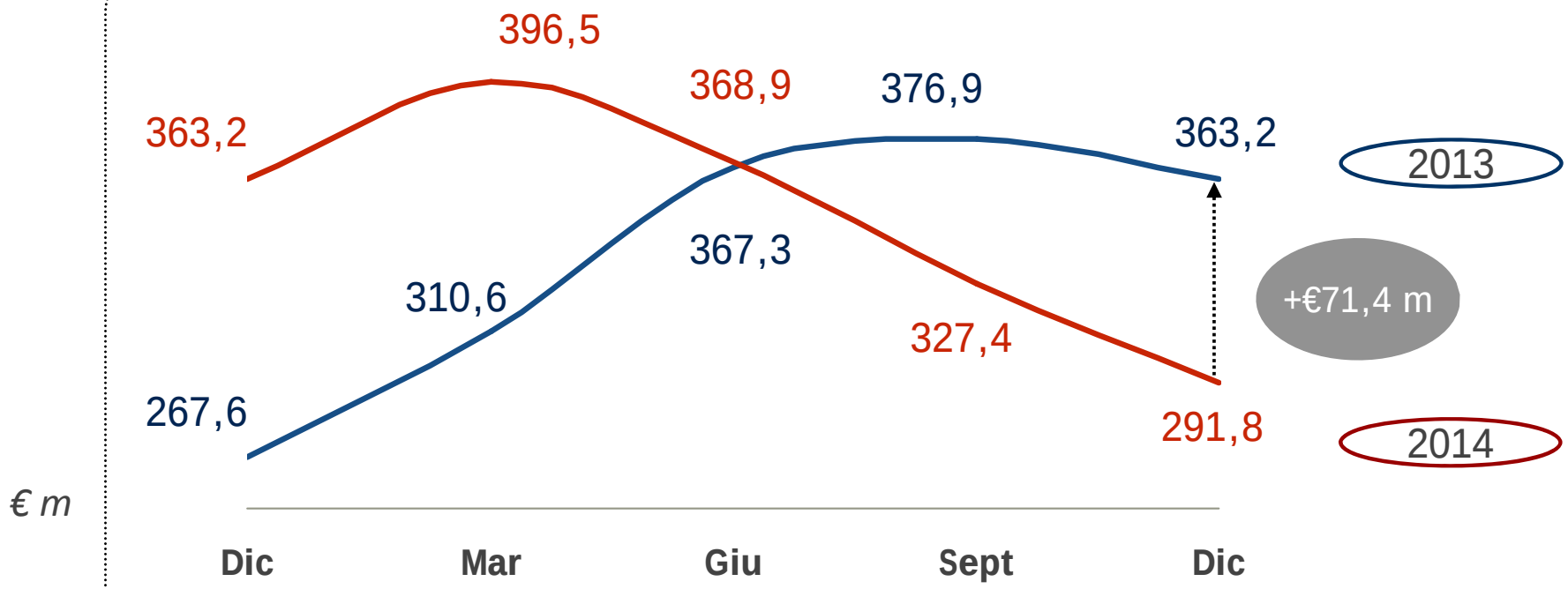
Highlights FY14

2. Ritorno dell'Utile Netto del Gruppo



Highlights FY14

3. Riduzione della Posizione Finanziaria Netta del Gruppo



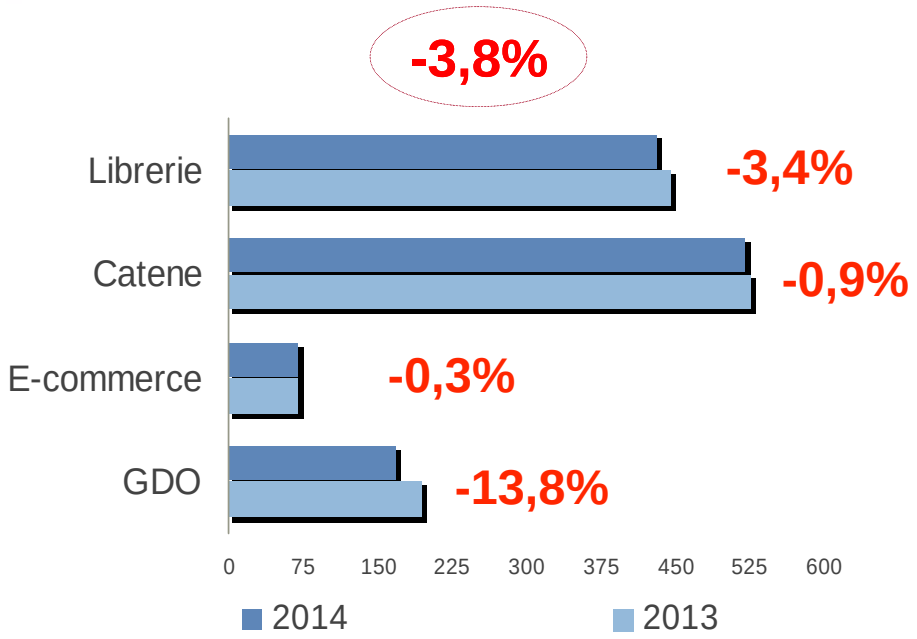
PFN/EBITDA **4,3 x**

Agenda

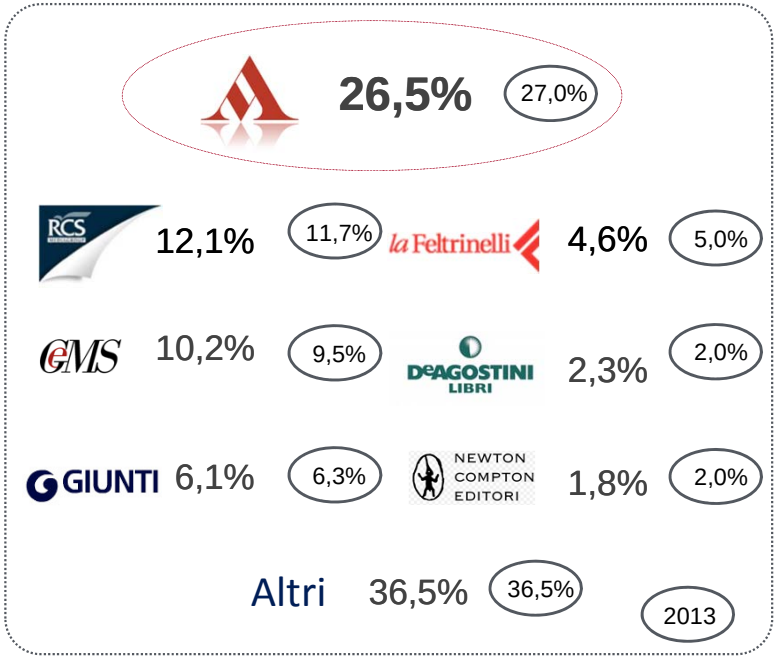
- Highlights FY14
- ***Focus sulle Aree di Business***
- Risultati FY14
- Priorità e Outlook FY 2015

Libri - Highlights FY14

Il mercato Trade nel 2014



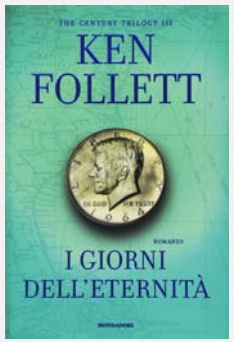
Quote di mercato 2014



Top seller e premi letterari 2014

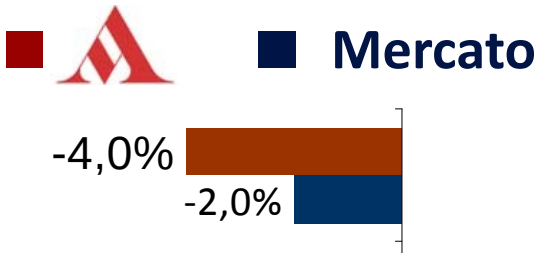
1°

4°



5°

Mondadori vs il mercato

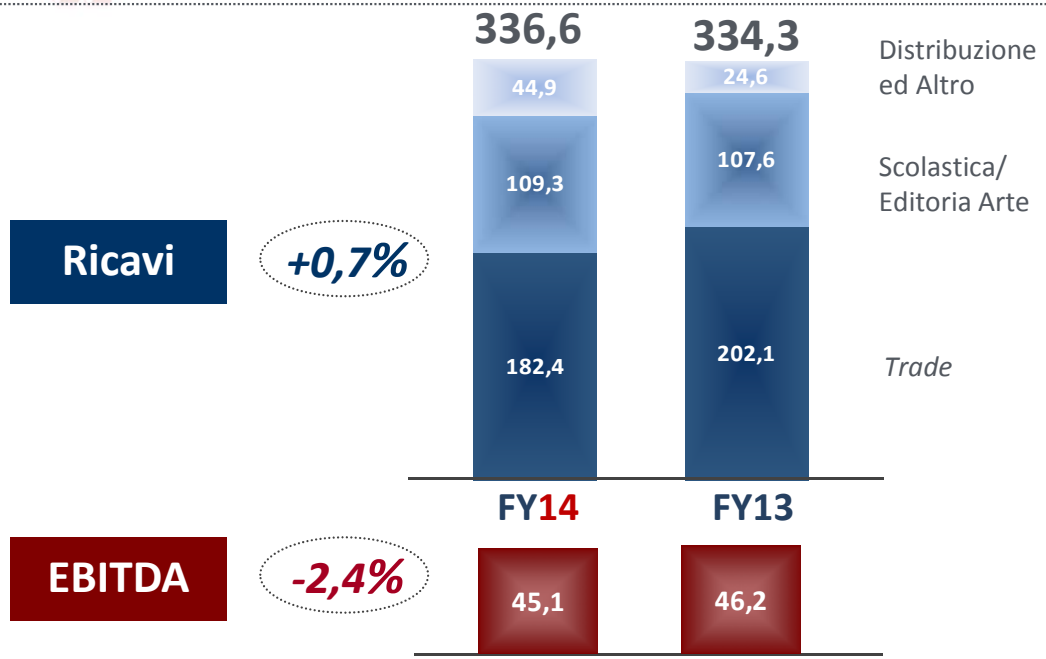


Mercato in calo in particolare nel canale della GDO, anche se con un *trend* di recupero nel secondo semestre (-1,9% nel 2H vs -6,6%)

Fonte: Nielsen, dicembre 2014 (dati a valore, esclusa GDO)

Libri - Highlights FY14

Performance 2014 (€m)



- Nr. **novità**: 2.795 titoli (2.634 nel 2013) di cui
  - 2.291 Trade
  - 504 Educational
- **Scolastica:** quota di mercato stabile al **13%**
- *E-book*
  - Nr. **titoli**: 8.000
  - *Download:* 2,1 milioni (+17% vs 2013)
  - **Quota** di mercato a circa il **35%**

RICAVI in crescita: positivi *trend* in ambito *Educational* e nelle attività di distribuzione

- **Libri *Trade***: flessione superiore al mercato per i marchi Edizioni Mondadori e Piemme
- **Libri *Educational:*** ricavi in crescita del 2% circa per il positivo andamento delle adozioni nei tre ordini di scuola e la *perfomance* dell'attività di gestione museale
- Ricavi relativi all'attività di **distribuzione** di Editori terzi in rilevante crescita

EBITDA in calo per un diverso mix di vendite; in crescita di oltre il 20% nell'*Educational*

Periodici - Highlights FY14

- **Primo editore del mercato** con una quota diffusionale del **31,3%**, in linea con l'anno precedente nonostante il minor numero di testate*
- **23 testate:**
  - 11 settimanali
  - 12 mensili/bimestrali
- **Leadership consolidata** nei segmenti **Arredamento, Attualità, Benessere, Cucina, Femminili** e **TV**

- Publisher di livello **internazionale** con **36 edizioni** pubblicate in **26 Paesi** tramite:
  - presenza diretta
  - *licensing*
  - *joint venture*
- **10° anniversario** del ***Grazia International Network*** (oltre 10 milioni di copie vendute al mese, 17 mln lettori, 16 mln visitatori unici al mese)

Numero edizioni

GRAZIA	24
IL MIO PAPA	3
INTERNI	3
casaviva	3
flair	2
ICON	1

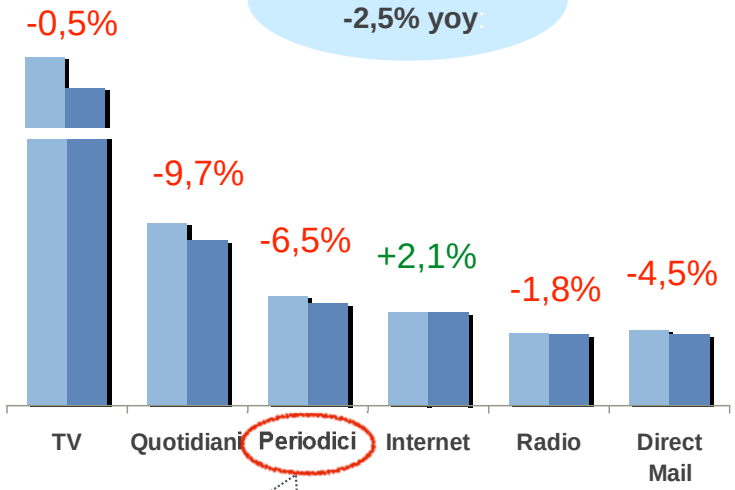
- **29 testate** di cui 7 settimanali e 22 mensili/bi-trimestrali
- **Terzo editore del mercato** a livello diffusionale e **secondo** nel mercato **pubblicitario**

** Nel 2014 10 testate in meno in portafoglio*

Periodici Italia - Highlights FY14

Mercato pubblicitario 2014

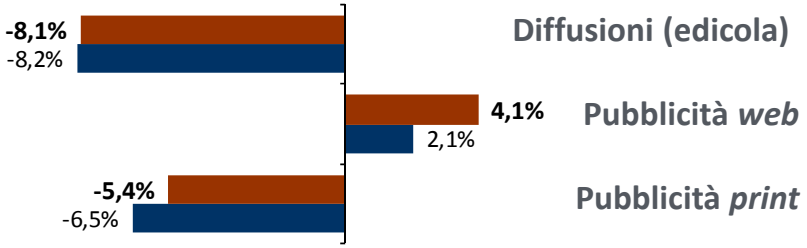
Totale Adv 2014:
-2,5% yoy



Mercato diffusioni 2014

	31,3%	31,2%			
CAIRO EDITORE	19,1%	18,1%	CONDÉ NAST	3,7%	4,2%
CASA EDITRICE UNIVERSO	10,2%	9,9%	GVE Guido Veneziani editore	3,7%	3,8%
HEARST magazines	6,0%	6,0%		3,2%	4,0%
RCS	4,8%	5,8%	PRS MEDIAGROUP	1,9%	0,7%
Altri	16,2%	16,3%			2013

Mercato



- Risultati **diffusionali** superiori al mercato
- *Performance* della raccolta **pubblicitaria** migliore del mercato (-3,4% a portafoglio omogeneo)

- **Raccolta complessiva** sui *brand* AME in calo del **-2,8%** (a portafoglio omogeneo)
- Le prime **3 testate**, che rappresentano il 56% della raccolta, hanno registrato un'incidenza della raccolta ***web*** sul totale pari al **18%** (per **Donna Moderna,** la raccolta **web** ha rappresentato il **30%** circa del totale di testata)

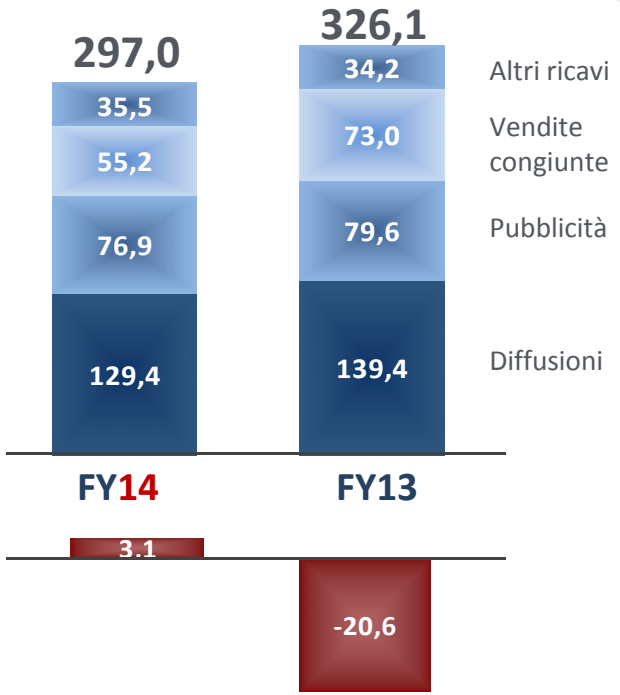
Fonte: pubblicità – Nielsen (dicembre 2014), dati a valore; diffusioni a valore - fonte interna Press-Di (dicembre 2014)

Periodici Italia - Highlights FY14

Performance 2014 (€m)

Ricavi -8,9%

EBITDA n.s.



Attività 2014

- **Ottimizzazione** del **portafoglio** e della **qualità** con:
  - lancio di nuove di testate (*Il mio papa*)
  - chiusura/cessione di testate in perdita
  - focalizzazione sui segmenti di *leadership*
- **Riduzione strutturale dei costi** di natura industriale, editoriale ed organizzativa

RICAVI delle testate Mondadori in calo dell'8,9% (**-7,6% a portafoglio omogeneo***):

- **ricavi diffusionali** in calo del 7,2% (**-5,0% a portafoglio omogeneo***)
- **ricavi pubblicitari** (*print+web*) in calo del 4,7% (**-2,8% a portafoglio omogeneo***)
- **vendite congiunte** in calo, ma con incremento della redditività percentuale
- ***Mondadori International***: ricavi +4,1% per effetto della crescita del Network Grazia

EBITDA in significativo miglioramento per le azioni intraprese, nonché per i minori oneri di ristrutturazione rispetto al 2013

(**+€39,5** milioni includendo anche gli effetti positivi della riorganizzazione delle attività pubblicitarie)

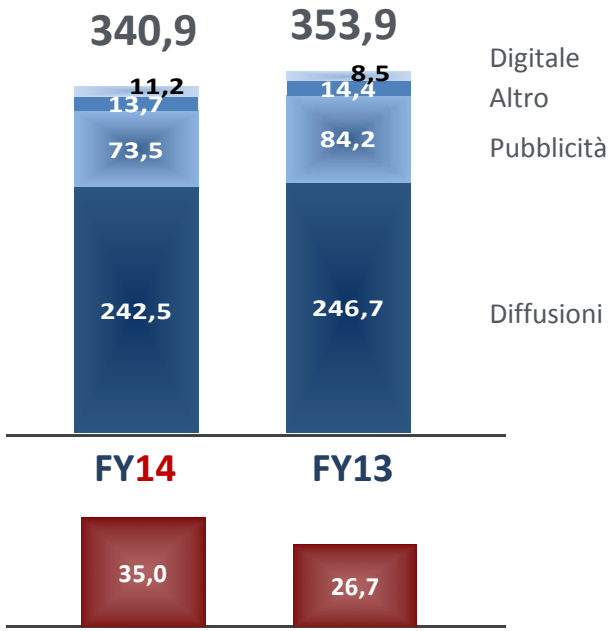
** Nel FY14 rispetto al FY13 10 testate in meno in portafoglio*

Periodici Francia - Highlights FY14

Performance 2014 (€m)

Ricavi -3,7%

EBITDA +31,1%



Quote di mercato 2014

Mercato pubblicitario (a volume)

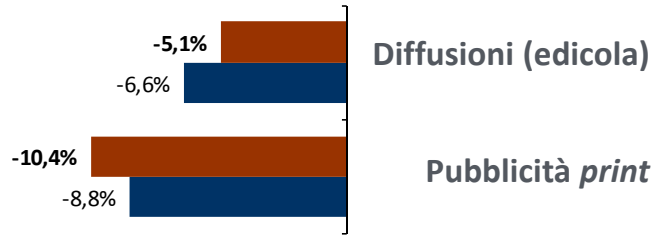
	2014	2013
Mondadori	10,9%	10,9%
Lagardère	11,7%	11,3%
Le Figaro	5,5%	5,3%
M	9,8%	9,2%
Condé Nast	4,9%	4,3%
Roularta Media Group	7,1%	7,4%
marie claire	4,9%	4,0%
M publicité	6,5%	6,9%
Altri	38,7%	40,7%

RICAVI delle testate Mondadori in calo del 3,7% (**-2,8% omogeneo***):

- **risultati diffusionali** in calo del 1,7% (**-1,0% omogeneo***) di cui edicola -5,1%, abbonamenti stabili e *digital* a +30,5%
- **ricavi pubblicitari** (*print+web*) in calo del 9,1% (**-7,7% omogeneo***) di cui il digitale (10% dei ricavi) è in crescita del 38%

EBITDA in crescita del 31% con una **marginalità del 10,3%** sui ricavi, per minori oneri di ristrutturazione e le attività di riduzione costi, i cui risparmi hanno permesso di sostenere investimenti in attività digitali e diversificazione

Mondadori vs il mercato



- Risultati **diffusionali** migliori del mercato
- Raccolta **pubblicitaria** in contrazione maggiore rispetto al mercato

** Nel FY14 rispetto al FY13 1 testata in meno in portafoglio*

Fonte: Adv – Kantar Media (dati a valore); diffusione – fonte interna

Periodici Francia - Highlights FY14

Strategia di diversificazione

-4,5%

+8,7%

Print: €316 m (93%)

Brand extension: €25 m (7%)

Diversificazione

Digitale

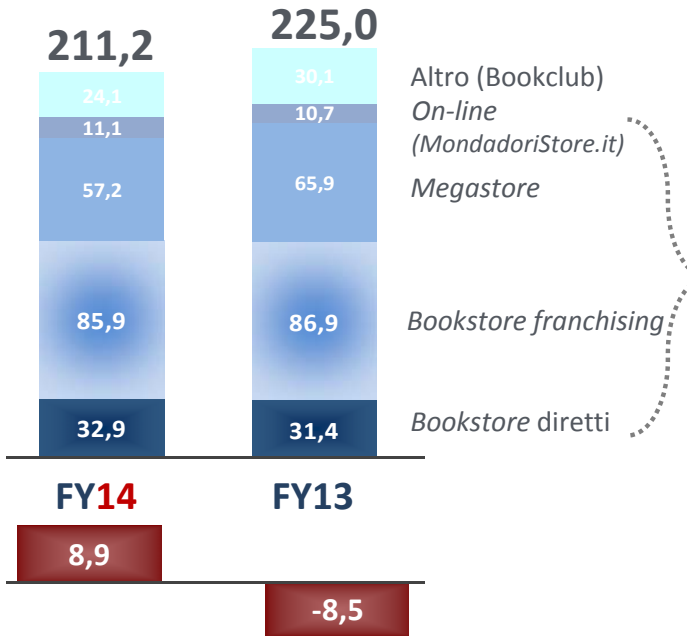
+32%
Natura Buy +27%
Properties +33%

Retail - Highlights FY14

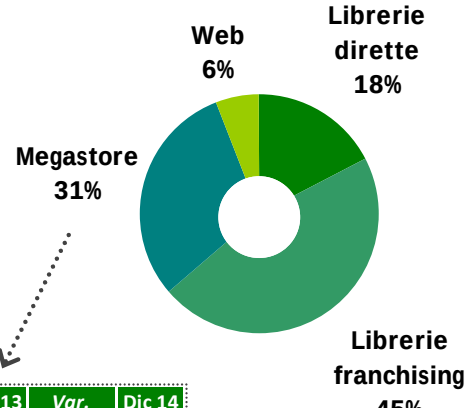
Performance 2014 (€m)

Ricavi -6,1%

EBITDA n.s.



Ricavi 2014* per canale



Diretti	Dic 13	Var.	Dic 14
Librerie	20	*1*	21
Megastore	8	*-1*	7
TOT PdV	**28**	***0***	**28**

Franchising	Dic 13	Var.	Dic 14
Franchising	356	*-33*	323
Point	190	*27*	217
TOT PdV	**546**	***-6***	**540**

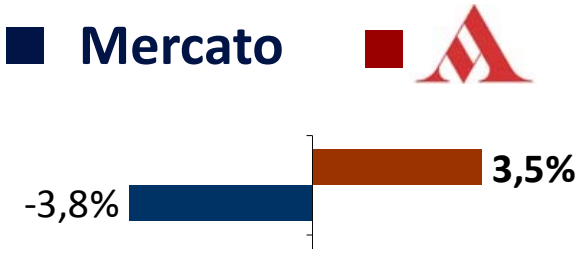
RICAVI:

- stabili i ricavi derivanti dai ***Bookstore* in *franchising*** (-1,2%) con un positivo *trend* nel Libro (+3,3%)
- ricavi delle vendite ***on-line*** in crescita del 4,1%
- positiva *performance* dei ***Bookstore* diretti** (+4,5%)
- ***Megastore*** (-7,0% omogeneo) penalizzati dalla *performance* dei prodotti di elettronica di consumo

EBITDA in netto miglioramento per effetto di:

- miglioramento della gestione operativa (razionalizzazione *network*)
- riduzione degli oneri di ristrutturazione
- plusvalenza generata dalla cessione di un *flagship store*

Contesto 2014 nel mercato del Libro = 76% dei ricavi*

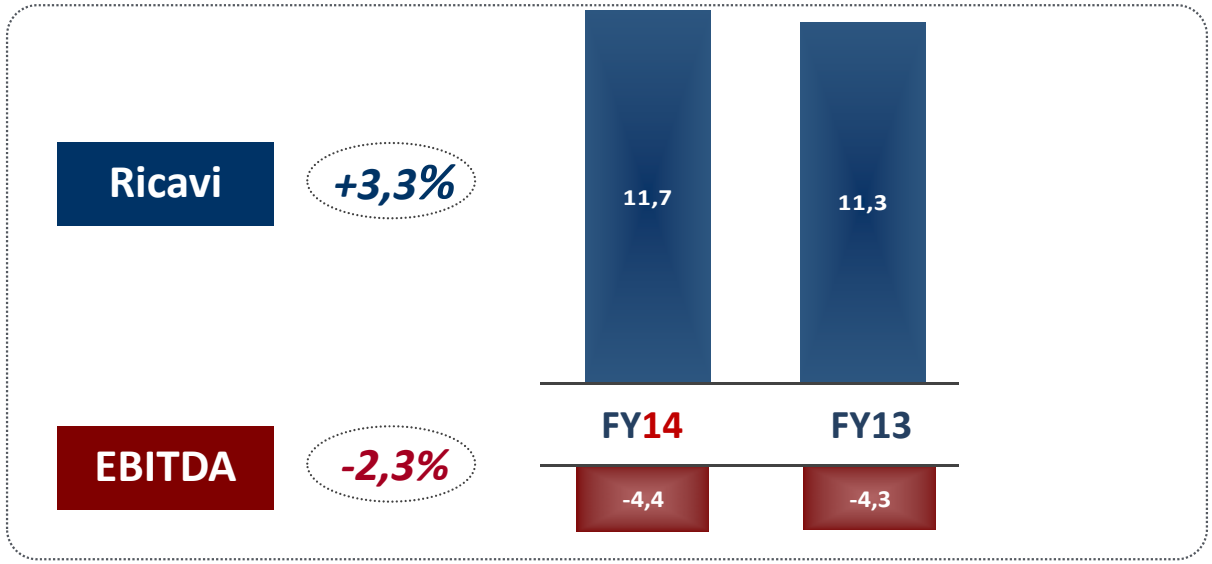


La *performance* di *Mondadori Retail* nel 2014 è stata **superiore di oltre 7 punti percentuali** rispetto al mercato, con un incremento della **quota** dal 14,0% al **15,0%**

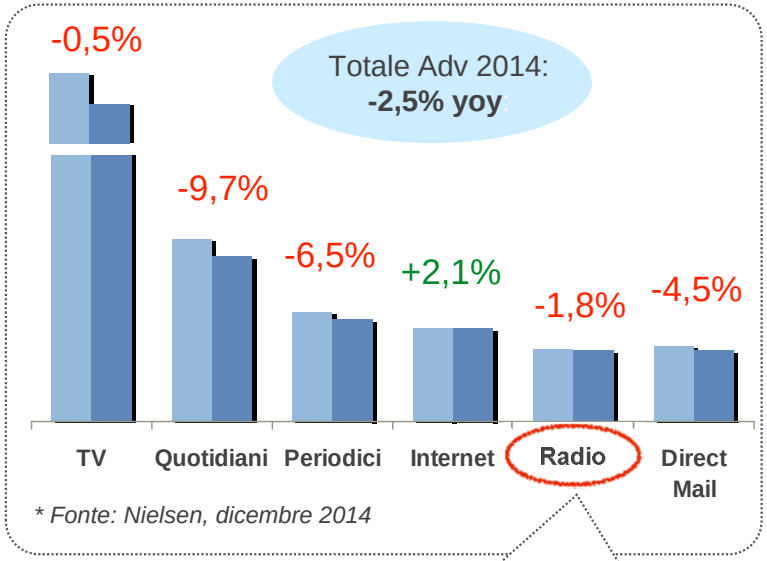
** Ricavi "Total Store", i canali non includono i Bookclub*

Radio R101 - Highlights FY14

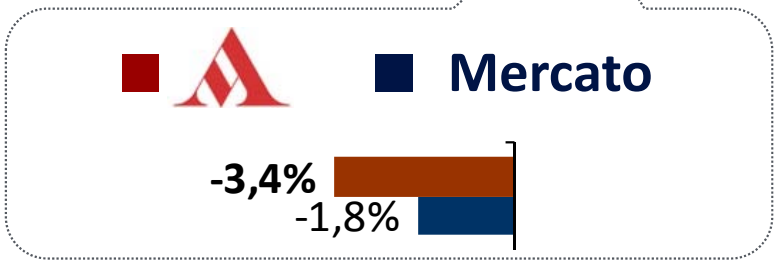
Performance 2014 (€m)



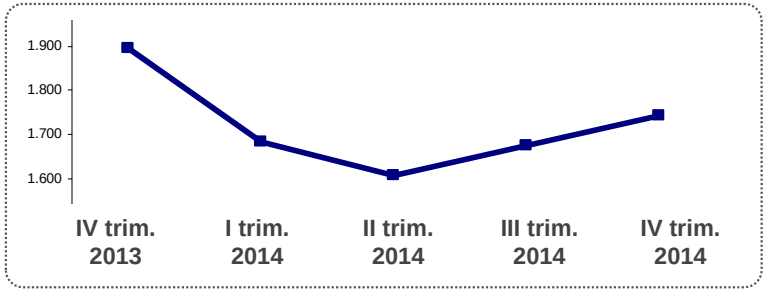
Contesto di mercato 2014



- **RICAVI: in crescita** per l'avvio del canale TV nel mese di giugno
- **ATTIVITA'**: - riposizionamento di R101, anche attraverso la collaborazione con *Radio Italia*
  - rilascio dell'*app* e *restyling* del sito www.r101.it
  - nuovo canale televisivo (66 digitale terrestre) per offrire un più ampio sistema di intrattenimento
- **EBITDA sostanzialmente in linea** al 2013: incremento dei ricavi compensato da maggiori costi in comunicazione sostenuti nella fase di rilancio dell'emittente e nell'avvio del nuovo canale TV

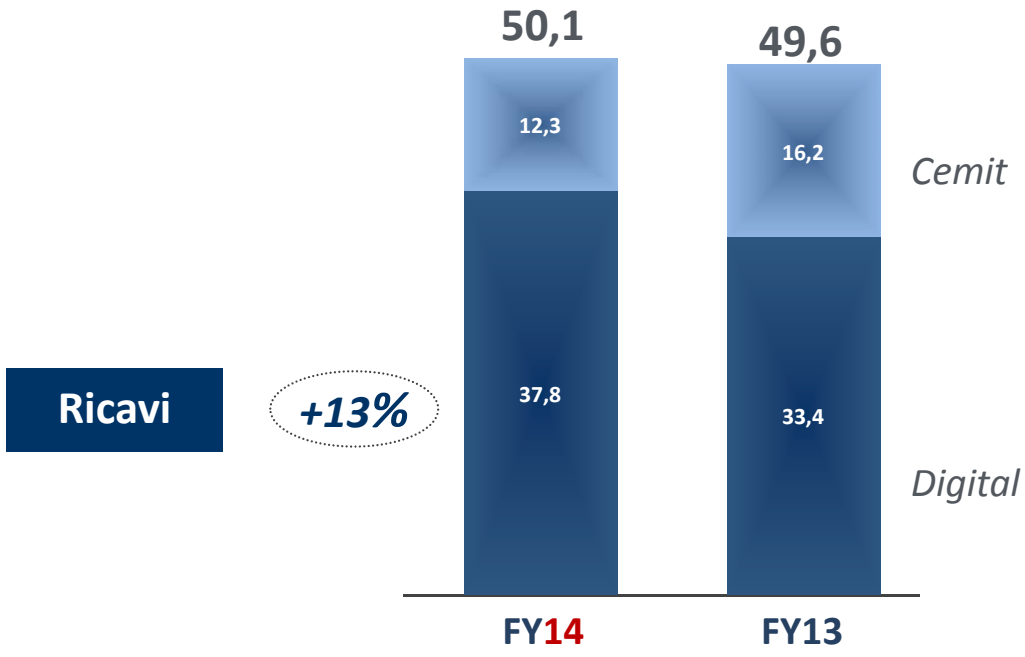


Dati ascolto 2014 – Giorno Medio



Digital - Highlights FY14

Performance 2014* (€m)



Properties Italia

Ricavi pubblicitari: +4,1% (Grazia.it +43,7%)

Audience: significativa crescita dei dati di traffico per un totale di **17,6 milioni** di **visitatori unici**

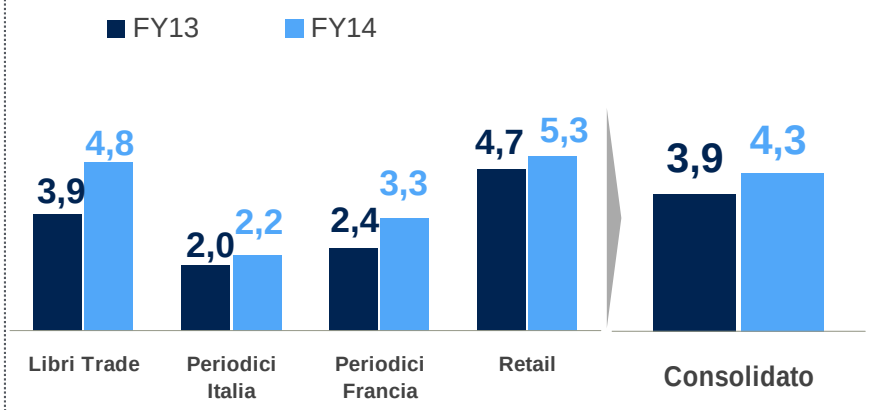
- *Grazia (+40%)*
- *Donna Moderna* (+35%)
- *Panorama* (+12%)

Properties Francia

- Ricavi pubblicitari: +38%
- Ricavi copie digitali: +31%
- *Audience:* **visitatori unici *website*** a 10 mln e ***mobile*** a 2,7 mln

- **RICAVI**: in crescita del **13%** le attività puramente digitali
- Acquisizione di *London-Boutiques.com* finalizzata alla creazione della piattaforma globale di *e-commerce* **Graziashop.com**, lanciata l'11 novembre
- Acquisizione della società ***Kiver***, agenzia di *digital marketing* specializzata nello sviluppo di iniziative digitali di promozione, *branding* e pubblicità interattiva, in sinergia con le attività di *Cemit*

% Ricavi *Digital* su Totali

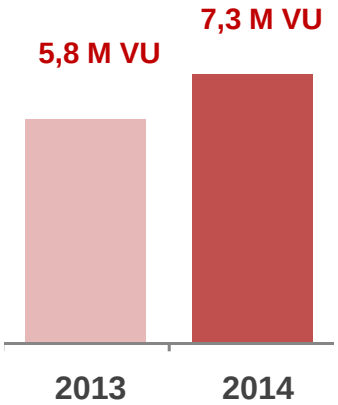


**I ricavi sono rilevati nelle diverse aree di attività del Gruppo e nella Holding*

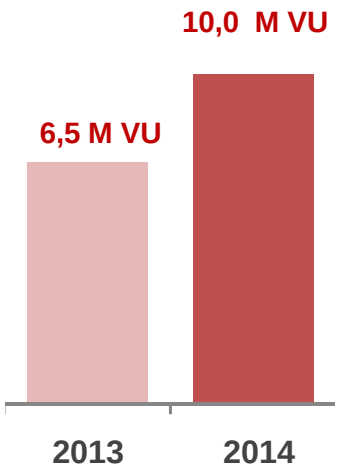
Digital - Highlights FY14

MONDADORI FRANCE

Evoluzione annuale



Fine anno **+54%**



VU: visitatori unici

Closer.fr
Auto Plus
GRAZIA .fr

rappresentano il 70% circa dell'*audience* complessiva

GRAZIA
news fashion magazine

Rivista

166.500 ex (DFP 2014) -8,9%

Tablet

15.000 numeri venduti al mese

Mobile

134.000 visitatori unici +77%

Web

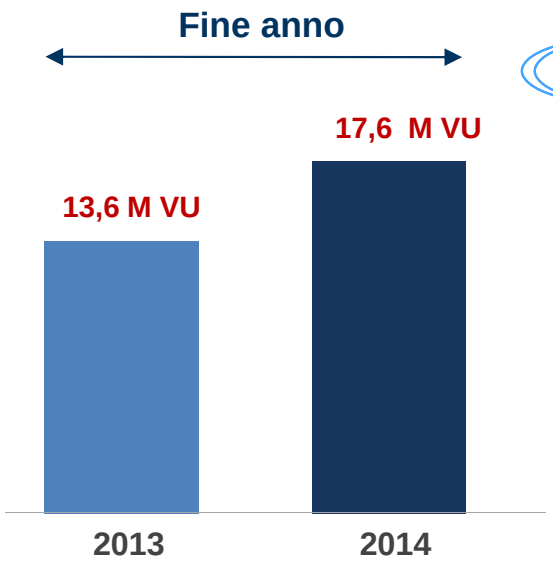
1,1 mn visitatori unici +26%

Social

336.000 fan +25%

Digital - Highlights FY14

MONDADORI



DONNA MODERNA.COM
GRAZIA.IT
PANORAMA.IT

rappresentano il 90% circa dell'*audience* complessiva

VU: visitatori unici

DONNA MODERNA

2015

Rivista

260.000 copie (ADS medio 2014) -8,4%

Tablet

9.000 numeri venduti (ADS medio 2014)

Mobile

6,4 mn visitatori unici

Web

4,2 mn visitatori unici

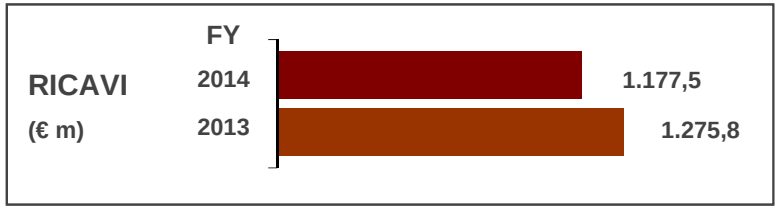
Social

876.000 fan +43%

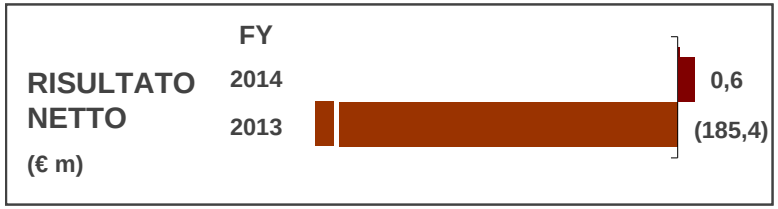
Agenda

- Highlights FY14
- Focus sulle Aree di Business
- ***Risultati FY14***
- Priorità e Outlook FY 2015

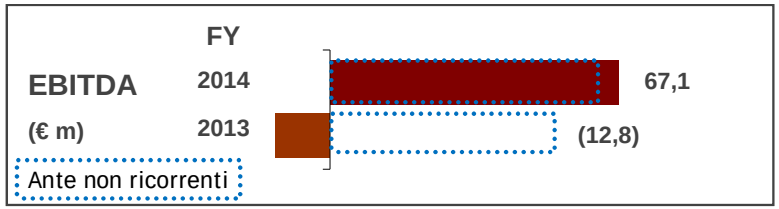
Risultati economici - FY14



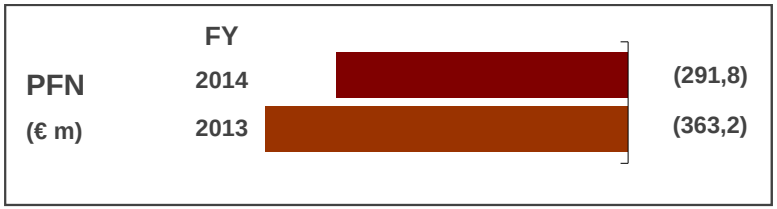
Ricavi -7,7% (**-4,6%** a perimetro omogeneo al netto del conferimento delle attività di raccolta pubblicitaria in *Mediamond*)



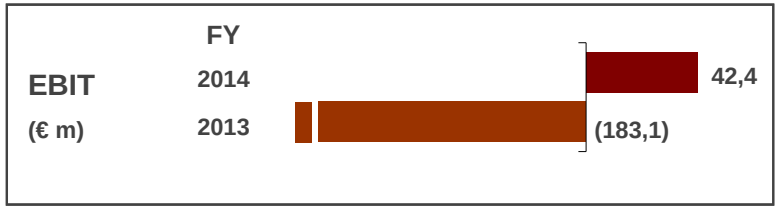
Utile netto positivo dopo 2 esercizi caratterizzati da significative perdite



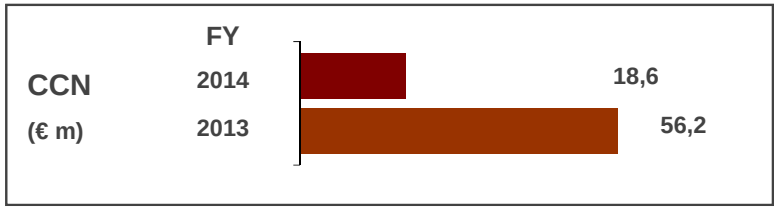
Miglioramento complessivo per la riduzione dei costi operativi complessivi. Organico in calo del 9,1% (-8,3% a pari perimetro)



Miglioramento di oltre **€70 milioni** di cui quasi 20 derivanti dalla generazione di cassa ordinaria



Nell'esercizio 2013 sostenuti €144,8 milioni per svalutazioni di *asset* immateriali e partecipazioni



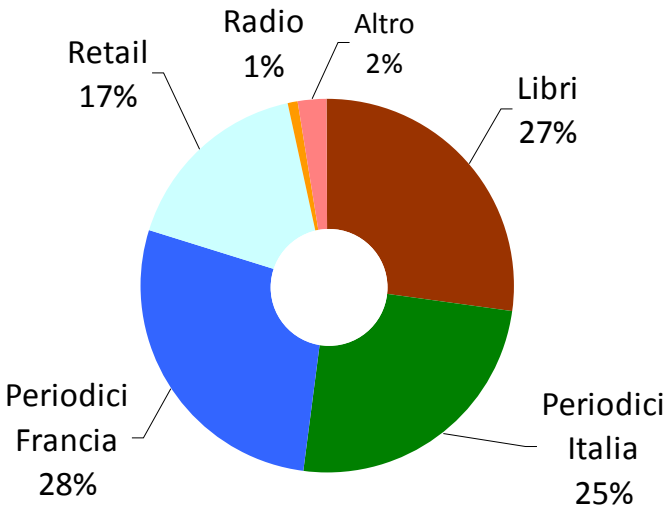
Efficiente gestione del Capitale Circolante: riduzione del rapporto tra CCN e ricavi all'1,6%

Ricavi per Area di Business - FY14

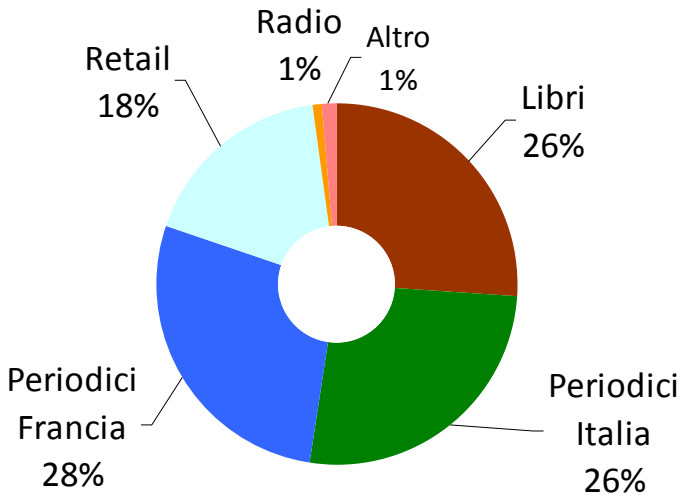
€ m	FY 2014	FY 2013	Var.
Libri	336,6	334,3	*0,7%*
Periodici Italia	297,0	326,1	*-8,9%*
Pubblicità	11,3	141,6	*n.s.*
Periodici Francia	340,9	353,9	*-3,7%*
Retail	211,2	225,0	*-6,1%*
Radio	11,7	11,3	*3,3%*
Altri Business e Corporate	29,6	35,0	*-15,6%*
Intercompany	-60,8	-151,4	*n.s.*
Ricavi Netti	**1.177,5**	**1.275,8**	***-7,7%***

A perimetro omogeneo, i ricavi risulterebbero in contrazione del **4,6%**

FY 2014

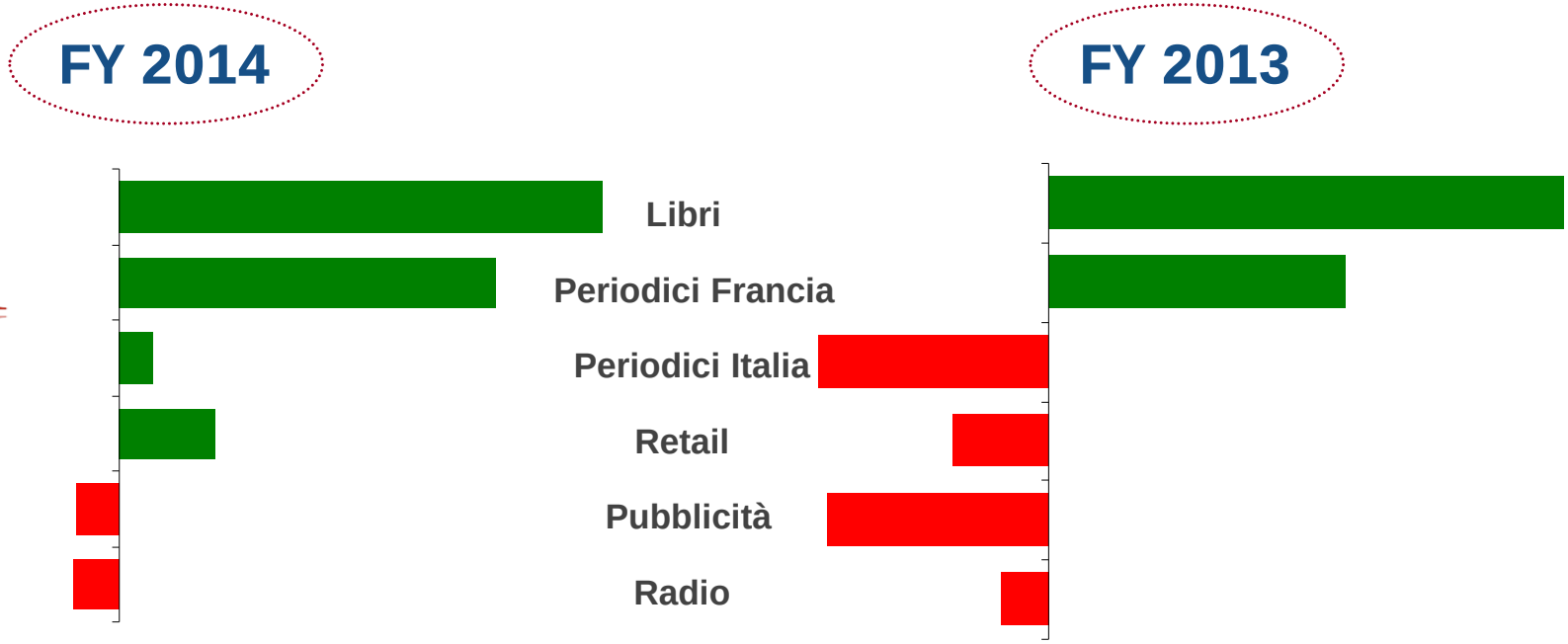


FY 2013

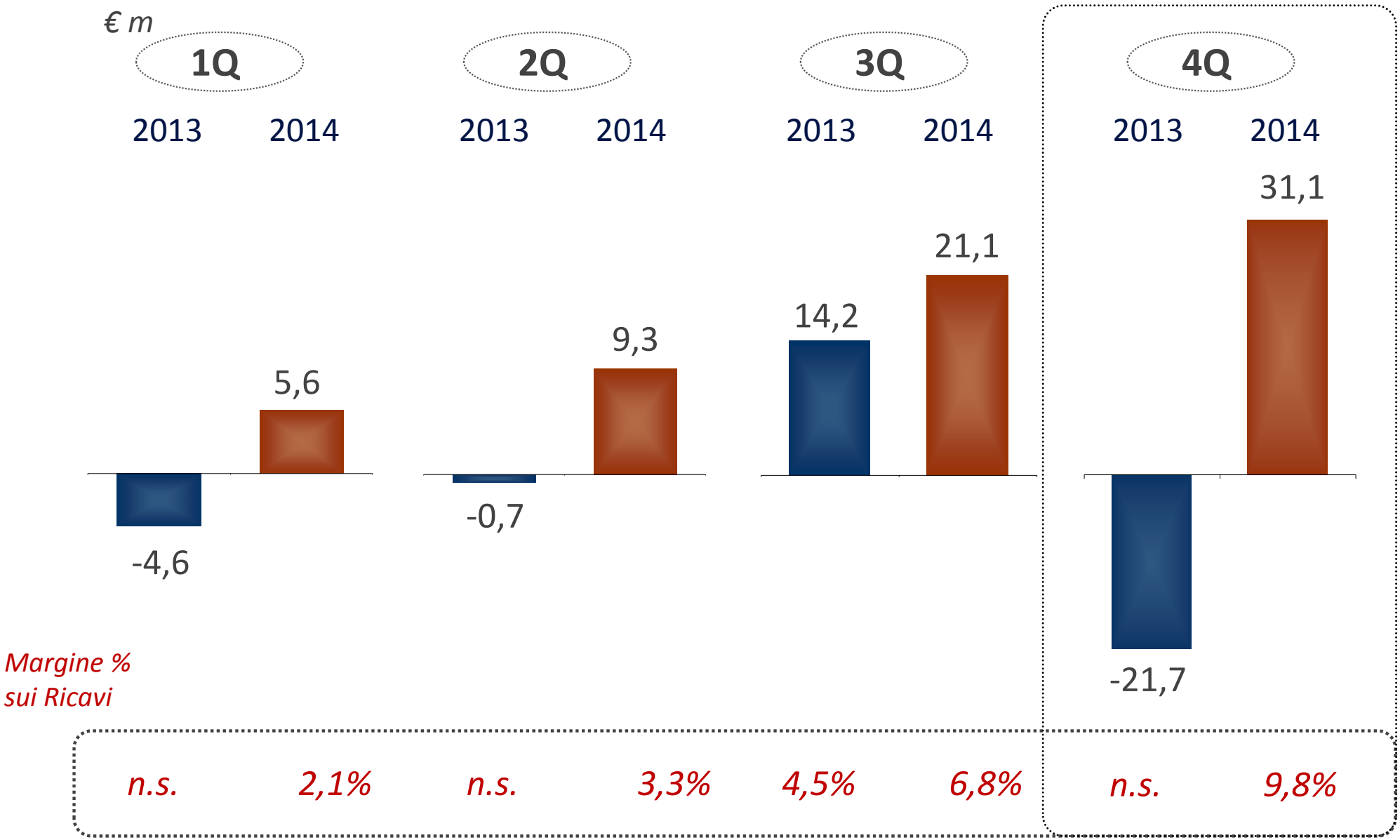


EBITDA per Area di Business - FY14

€ m	FY 2014	FY 2013	Margine % 2014	Margine % 2013	Var. (€ m)
Libri	45,1	46,2	13%	14%	-1,1
Periodici Italia	3,1	-20,6	1%	-6%	23,7
Pubblicità	-4,1	-19,9	n.s.	n.s.	15,8
Periodici Francia	35,0	26,7	10%	8%	8,3
Retail	8,9	-8,5	4%	-4%	17,4
Radio	-4,4	-4,3	-38%	-38%	-0,1
Altri Business e Corporate	-16,5	-32,4	n.s.	n.s.	15,9
EBITDA	**67,1**	**-12,8**	**5,7%**	**-1,0%**	**79,9**

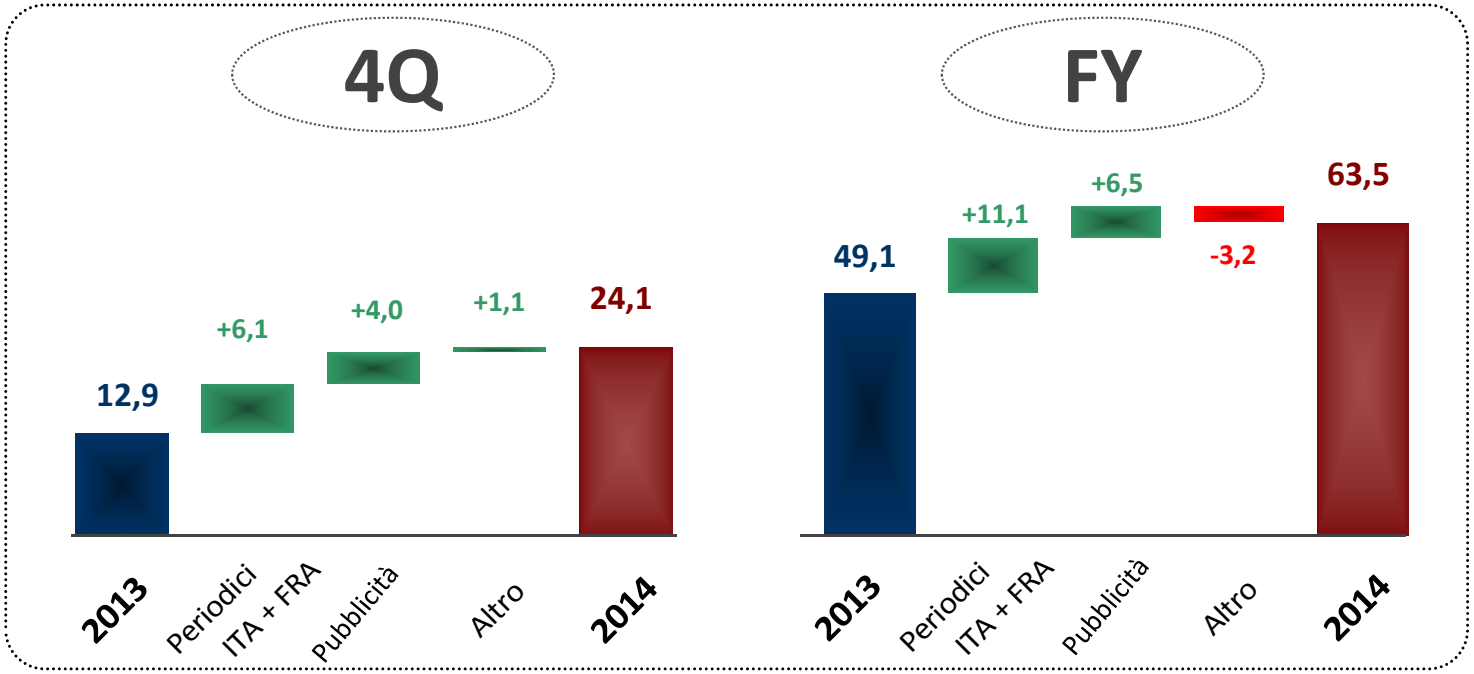


Evoluzione EBITDA per trimestre



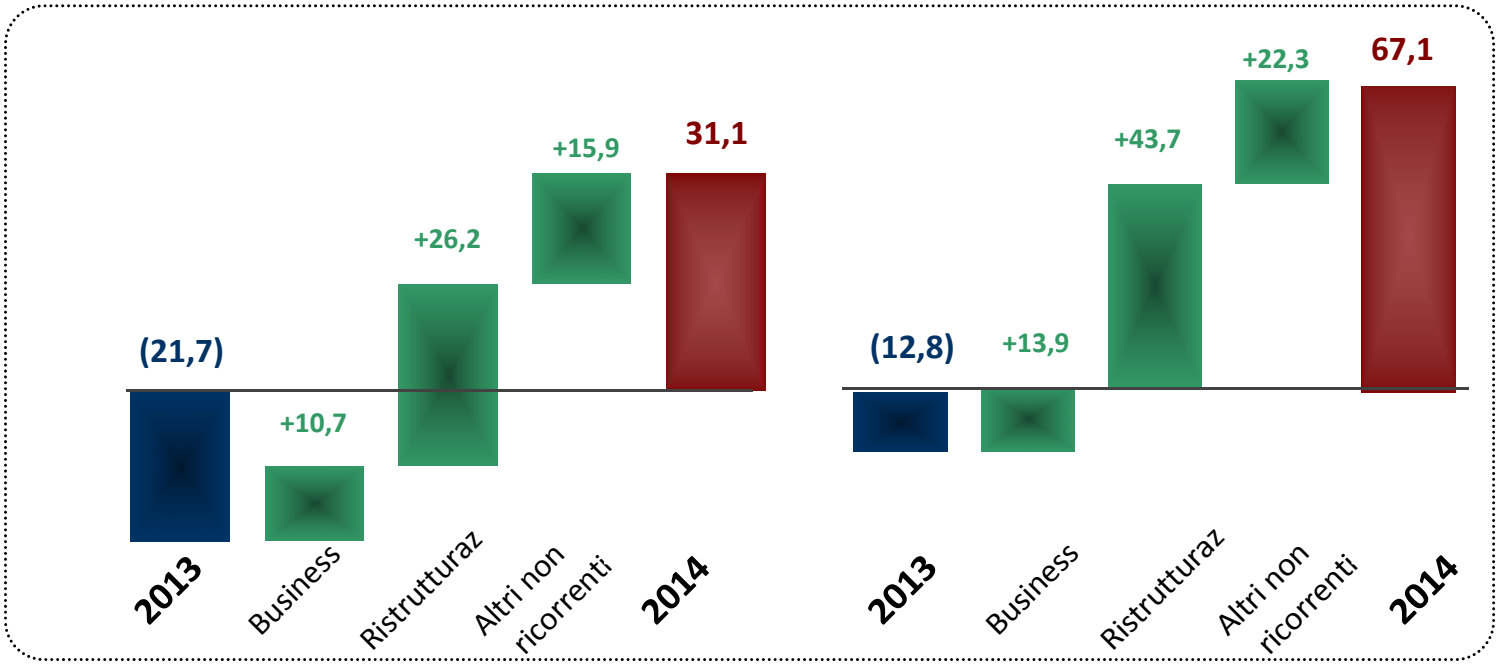
Evoluzione EBITDA - FY14

EBITDA ANTE NON RICORRENTI

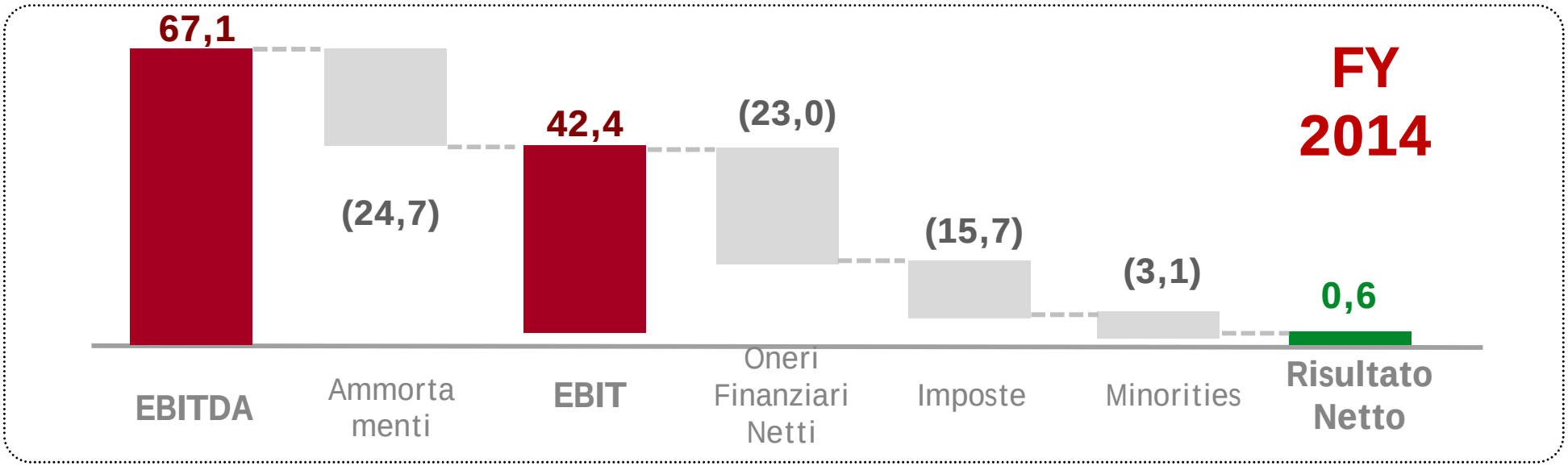


€ m

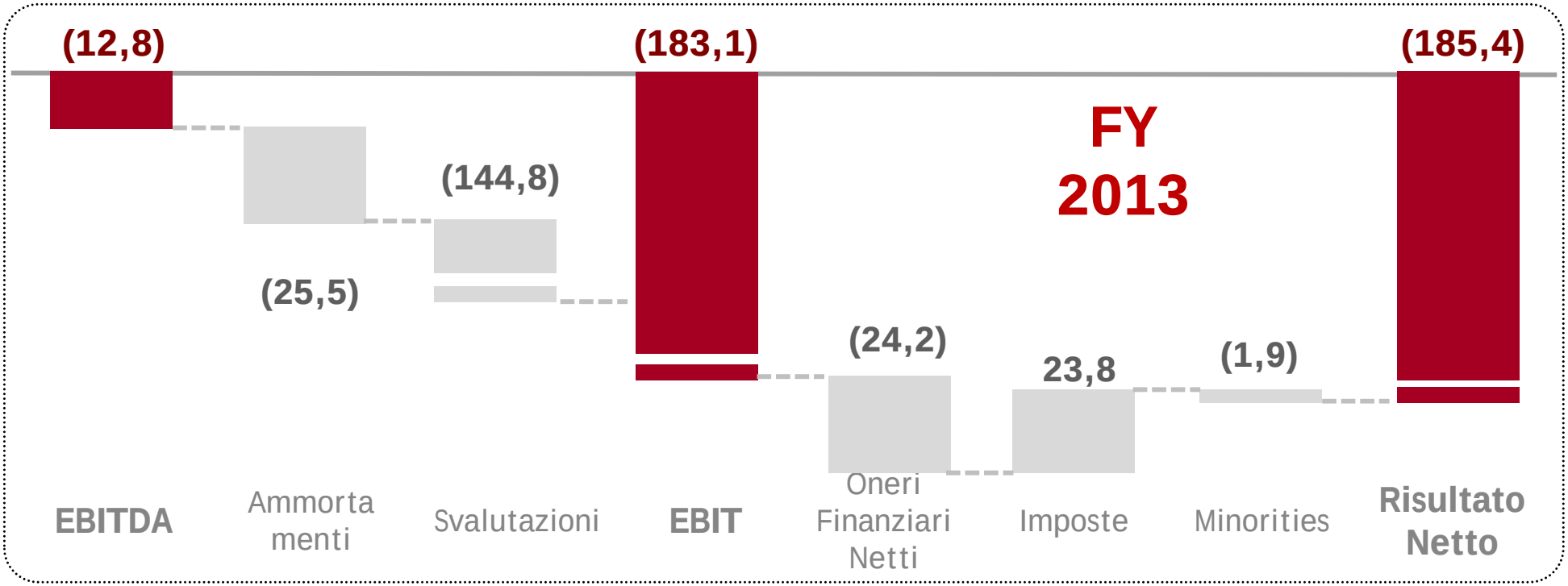
EBITDA REPORTED



Dall'EBITDA al Risultato Netto - FY14



€ m



Conto Economico – FY14

€m	FY 2014	Inc %	FY 2013	Inc %	Var. %
Ricavi netti	**1.177,5**	*100,0%*	**1.275,8**	*100,0%*	***-7,7%***
Costi operativi	-886,5	*-75,3%*	-973,5	*-76,3%*	*-8,9%*
Costo per il personale	-226,1	*-19,2%*	-243,4	*-19,1%*	*-7,1%*
Oneri e proventi diversi	-1,4		-9,8		*-85,7%*
EBITDA ante non ricorrenti	***63,5***	***5,4%***	***49,1***	***3,8%***	***29,3%***
Ristrutturazioni	-6,6		-50,4		n.s.
Componenti straordinarie (positive)/negative	10,2		-11,5		n.s.
EBITDA	**67,1**	*5,7%*	**-12,8**	*-1,0%*	***n.s.***
Ammortamenti e svalutazioni	-24,7	*2,1%*	-170,3	*13,3%*	*-85,5%*
EBIT	**42,4**	*3,6%*	**-183,1**	*-14,3%*	***n.s.***
Proventi (oneri) finanziari	-23,0	*2,0%*	-24,2	*1,9%*	*-5,1%*
Utile ante-imposte	**19,4**	*1,6%*	**-207,3**	*-16,2%*	***n.s.***
Imposte	-15,7	*-1,3%*	23,8	*1,9%*	*n.s.*
Utile di terzi	-3,1		-1,9		*n.s.*
Risultato netto	**0,6**	*0,1%*	**-185,4**	*-14,5%*	***n.s.***

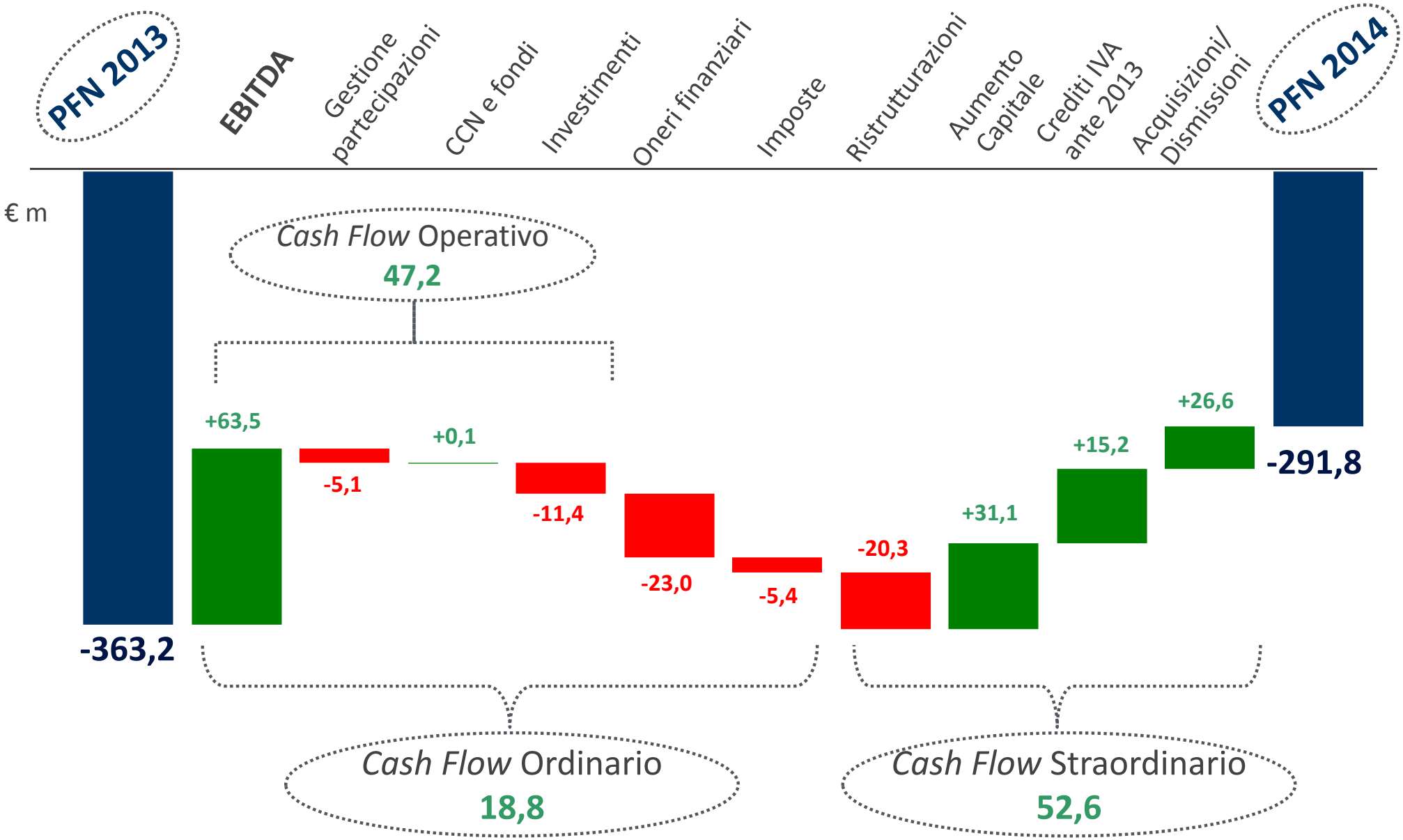
Posizione Finanziaria Netta - FY14

€ m	FY 2014	FY 2013
Posizione Finanziaria Netta Iniziale	-363,2	-267,6
EBITDA ante non ricorrenti	63,5	49,1
Gestione partecipazioni	-5,1	-9,5
Totale CCN e Fondi	0,1	-65,6
Investimenti	-11,4	-2,8
Cash Flow Operativo	**47,2**	**-28,7**
Oneri Finanziari	-23,0	-24,2
Imposte	-5,4	-11,2
Cash Flow Ordinario	**18,8**	**-64,1**
Rimborso credito IVA	15,2	8,5
Ristrutturazioni	-20,3	-37,8
Acquisizioni/Dismissioni	26,6	-2,2
Collocamento azioni nuove e azioni proprie	31,1	0,0
Cash Flow Straordinario	**52,6**	**-31,5**
Totale *Cash Flow*	**71,4**	**-95,6**
Posizione Finanziaria Netta Finale	-291,8	-363,2

Posizione Finanziaria Netta in **significativo miglioramento**:

- flusso di **cassa ordinario positivo per 18,8 milioni** di Euro per effetto dell'**ottimizzazione** della gestione del **CCN**;
- il flusso di cassa **straordinario** è pari a **€52,6 milioni**, di cui
  - €31,1 milioni per aumento di capitale
  - €23,9 milioni per la cessione di un *asset*

Cash Flow - FY14



Capitale Circolante Netto - FY14

Evoluzione del CCN

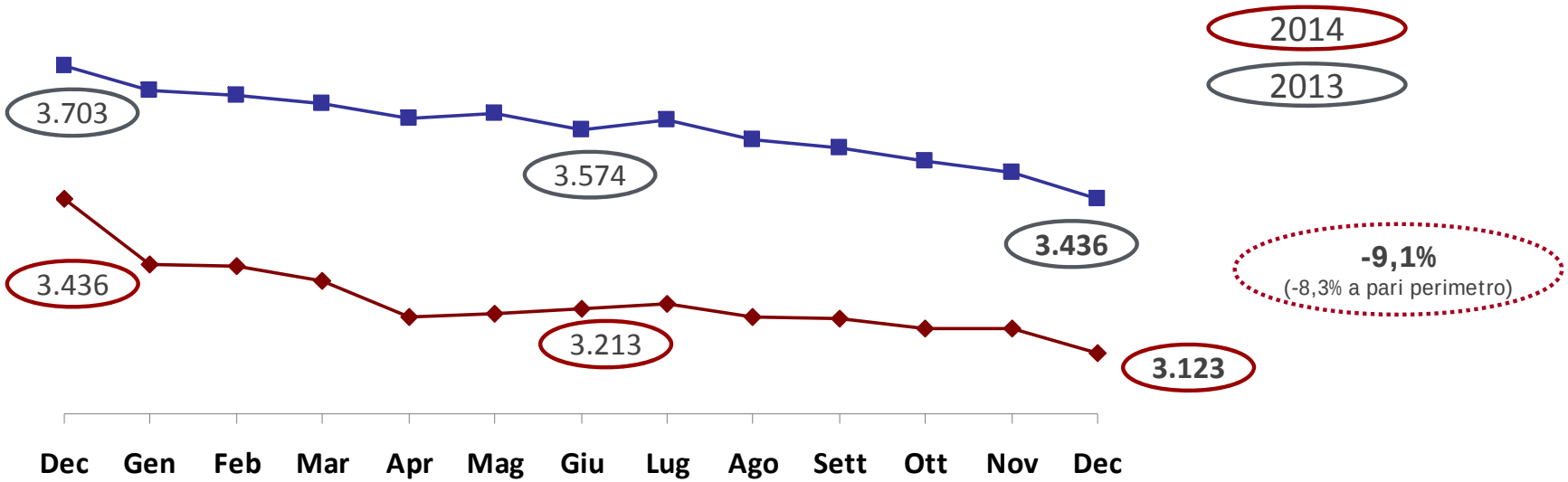
€ m	FY 2013	FY 2014	Delta 14/13
Magazzino	124,0	108,4	
Crediti Commerciali	312,4	268,7	
Debiti Commerciali	(380,7)	(347,4)	
Capitale Circolante Commerciale	**55,6**	**29,7**	***-25,9***
% sui ricavi	***4,4%***	***2,5%***	
Altre Attività / Passività (inclusi Crediti Tributari)	0,6	(11,1)	
Capitale Circolante Netto	**56,2**	**18,6**	***-37,6***
% sui ricavi	***4,4%***	***1,6%***	

Riduzione del rapporto tra CCN e ricavi

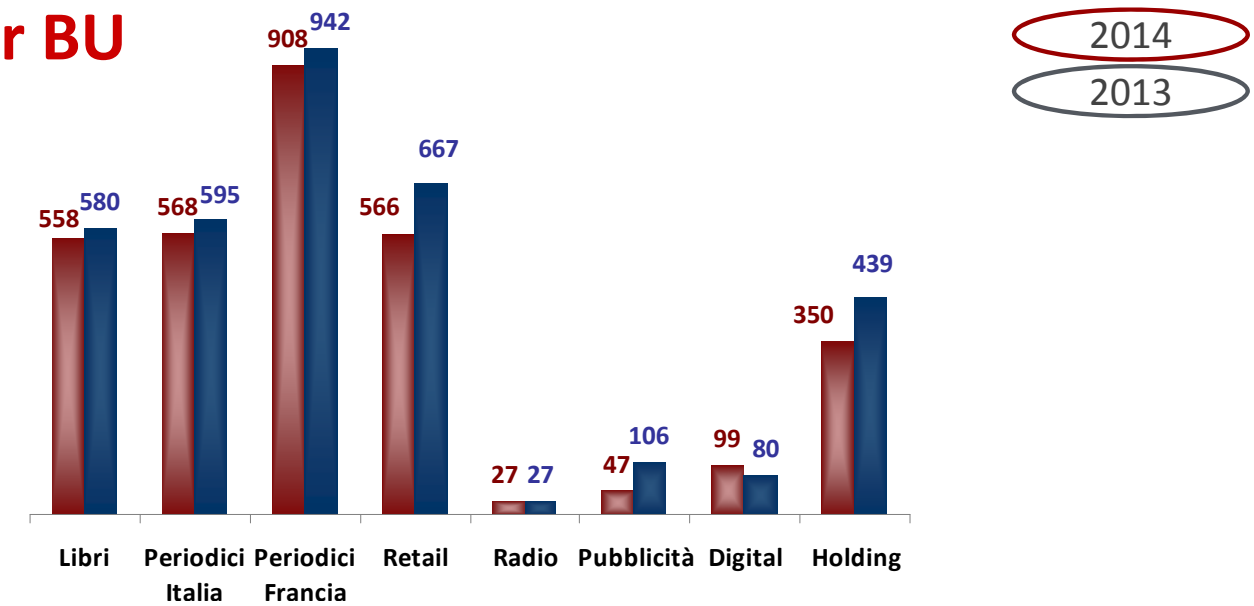
Incasso di crediti IVA pregressi

Evoluzione *Headcount* - FY14

Trend Headcount Totali



Headcount per BU



Agenda

- Highlights FY14
- Focus sulle Aree di Business
- Risultati FY14
- ***Priorità e Outlook FY 2015***

Priorità strategiche FY15

LIBRI

- **TRADE**: - ulteriore consolidamento della *leadership* del mercato
  - revisione dei processi editoriali ed operativi finalizzata al miglioramento strutturale della redditività
- **DIGITAL**: significativa crescita attesa nel prossimo triennio
- **EDUCATIONAL:** mantenimento della quota di mercato e della redditività registrate nel 2014 (pari ad oltre il 20%)

PERIODICI e PUBBLICITA'

- **PRINT**: efficientamento dei costi delle testate mediante la razionalizzazione delle strutture editoriali e l'integrazione con il *digital*
- **DIGITAL**: incremento atteso dell'*audience*; obiettivo di *breakeven* a livello operativo (in Francia già nel 2015)
- **INTERNATIONAL:** crescita di ricavi e redditività, anche per il contributo di *Grazia Shop*

RETAIL

- **PUNTI VENDITA**: - strategia di portafoglio/razionalizzazione
  - sviluppo del *network* in *franchising*
  - ulteriore focus sulla categoria merceologica del «Libro»
- **DIGITAL**: integrazione dell'offerta *multi-channel* con l'*e-commerce MondadoriStore.it*
- **REDDITIVITÀ:** continua riduzione della struttura dei costi operativi

DIGITAL

- **Focalizzazione verticale** nelle aree in cui Mondadori è *leader* attraverso la costruzione di un ecosistema integrato tra testata fisica e *web* al fine di valorizzarne i *brand*
- Sviluppo dell'attività di ***e-commerce*** (in una logica B2C e di *market place*)
- Diversificazione e sviluppo di nuove linee di ricavo in attività non tradizionali: ***marketing services***, per la valorizzazione degli *asset* di Mondadori (contenuti e dati di profilazione) anche in ottica B2B
- Costante ricerca di *partnership* con Terzi e acquisizioni strategiche sinergiche al *core business*

Outlook FY15

- La Società dal 2013 ha avviato con decisione azioni di ottimizzazione della struttura dei costi operativi e di razionalizzazione strategica del portafoglio di attività il cui esito positivo, congiuntamente al miglioramento della ***performance* dei business**, ha permesso di raggiungere nel 2014 un **margine operativo lordo** di **€67,1 milioni** e un **utile netto positivo**

- Alla luce del contesto attuale e degli interventi citati che proseguiranno anche nel corso del 2015, è ragionevole stimare per l'esercizio in corso **un margine operativo lordo per il Gruppo in significativa crescita a livello operativo**; parallelamente, proseguiranno le attività volte alla dismissione degli *asset non core*, che potrebbero generare una componente straordinaria positiva sostanzialmente in linea con quella registrata nell'esercizio 2014

- Coerentemente a quanto illustrato e pur in un contesto di ripresa degli investimenti e possibili variazioni di perimetro nell'Area *Digital*, anche la **Posizione Finanziaria Netta** è attesa in miglioramento rispetto a fine 2014

Outlook FY15

Tre anni di trasformazione

2013

Avviate azioni di:

- ridefinizione dell'assetto industriale e organizzativo
- contenimento dei costi operativi e di struttura

2014

- Conseguimento efficienze e recupero di redditività
- Costante attenzione alla generazione di cassa operativa
- Focus sulla crescita del digitale

Dal 2015…

Ricavi
+0,5/1,5%*

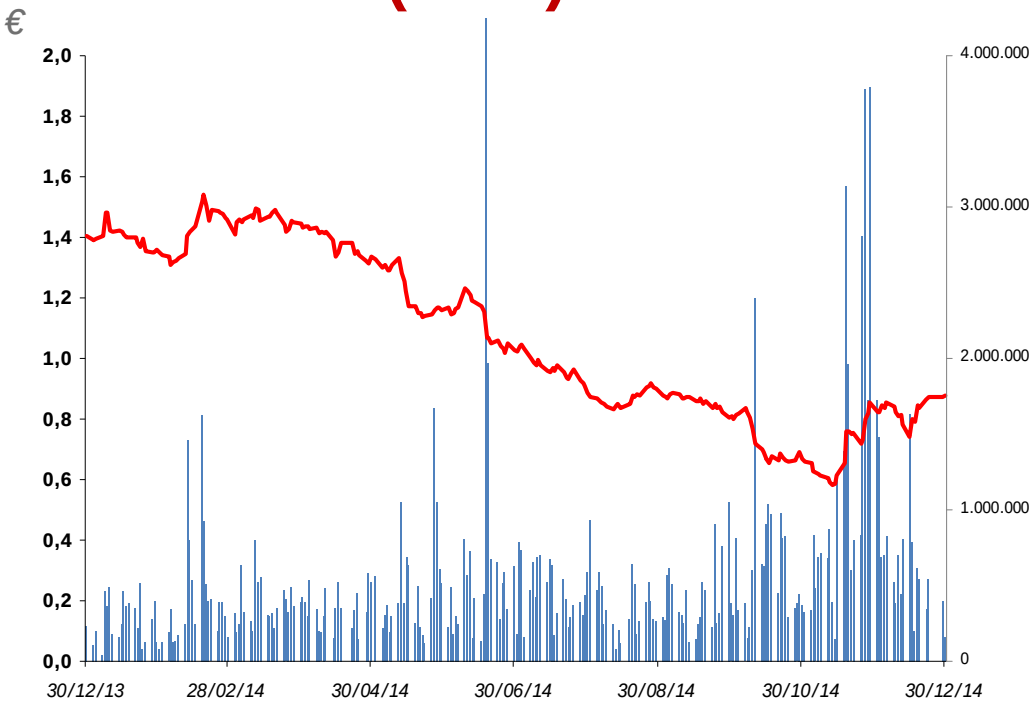
MOL
+10/15%*

** CAGR 2014-2017*

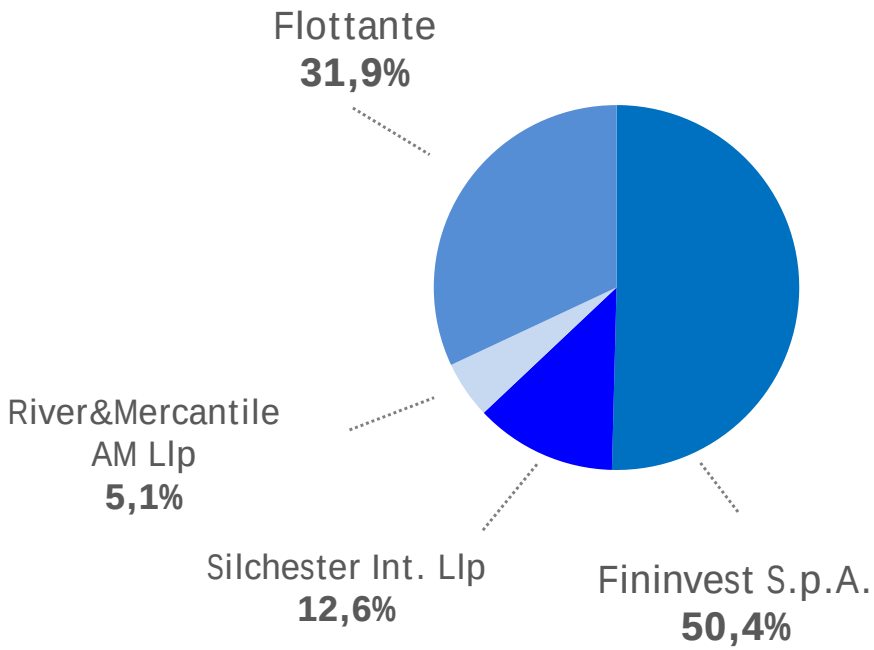
ALLEGATI

Company Profile

Andamento del titolo (2014)



Azionariato (ad oggi)



Mondadori in Borsa

Ticker	MN IM (Bloomberg), MN.MI (Reuters)
Capitalizzazione di mercato	€270 m
N. Azioni capitale sociale	261.458.340
Media azioni negoziate (ultimi 30 gg)	1.045.000

Stato Patrimoniale – FY14

€m	31.12.2014	31.12.2013	*Delta*
Crediti commerciali	268,7	312,4	*-43,7*
Magazzino	108,4	124,0	*-15,6*
Debiti Commerciali	-347,4	-380,7	*33,3*
Altre attività / (passività)	-11,1	0,6	*-11,7*
CCN	18,6	56,2	*-37,6*
Immobilizzazioni Immateriali	601,6	617,5	*-15,9*
Immobilizzazioni Materiali	37,1	43,9	*-6,8*
Partecipazioni	39,6	38,6	*1,0*
ATTIVO FISSO NETTO	678,3	700,0	*-21,7*
Fondi e TFR	-116,0	-134,4	*18,4*
CAPITALE INVESTITO NETTO	**580,9**	**621,9**	***-41,0***
PATRIMONIO NETTO	289,1	258,7	*-41,0*
PFN	291,8	363,2	*-41,0*
TOTALE FONTI	**580,9**	**621,9**	***-41,0***

EBITDA ante oneri non ricorrenti

12 mesi

€ m	FY 2014	FY 2013	Margine % 2014	Margine % 2013	Var. (€ m)
Libri	46,0	49,9	14%	15%	-4,0
Periodici Italia	4,6	-6,4	2%	-2%	11,0
Pubblicità	-5,2	-11,7	n.s.	n.s.	6,5
Periodici Francia	35,8	35,7	10%	10%	0,0
Retail	0,2	-0,4	0%	0%	0,6
Radio	-4,4	-4,0	n.s.	n.s.	-0,4
Holding & Altro	-13,3	-14,1	n.s.	n.s.	0,8
EBITDA	**63,5**	**49,1**	**5,4%**	**3,8%**	**14,5**

4° trimestre

€ m	4Q14	4Q13	Var. (€ mio)
Libri	9,6	10,2	-0,6
Periodici Italia	0,1	-6,2	6,3
Pubblicità	-0,3	-4,3	4,0
Periodici Francia	12,5	12,7	-0,2
Retail	5,5	5,2	0,3
Radio	-0,2	-1,3	1,1
Holding & Altro	-3,0	-3,3	0,3
EBITDA	**24,1**	**12,9**	**11,2**
Margin %	*7,6%*	*3,7%*	

Conto Economico – 4Q14

€m	4Q 2014	Inc %	4Q 2013	Inc %	Var. %
Ricavi netti	317,9	100,0%	344,5	100,0%	-7,7%
Costi operativi	-229,5	-72,2%	-259,9	-75,4%	-11,7%
Costo per il personale	-58,7	-18,5%	-59,0	-17,1%	-0,6%
Oneri e proventi diversi	-5,6		-12,7		-55,9%
EBITDA ante non ricorrenti	*24,1*	*7,6%*	*12,9*	*3,7%*	*86,3%*
Ristrutturazioni	-2,3		-28,5		n.s.
Componenti straordinarie (positive)/negative	9,3		-6,1		n.s.
EBITDA	31,1	9,8%	-21,7	-6,3%	n.s.
Ammortamenti e svalutazioni	-7,5	-2,3%	-151,8	-44,1%	n.s.
EBIT	23,6	7,4%	-173,5	-50,4%	n.s.
Proventi (oneri) finanziari	-5,2	-1,6%	-7,6	-2,2%	-31,4%
Utile ante-imposte	18,4	5,8%	-181,0	-52,5%	n.s.
Imposte	-9,1	-2,9%	28,2	8,2%	n.s.
Utile di terzi	-1,1		-0,2		n.s.
Risultato netto	8,2	2,6%	-153,1	-44,4%	n.s.

4Q14 per Area di Business

RICAVI

€ m	4Q14	4Q13	Var.
Libri	97,7	100,1	-2,4%
Periodici Italia	69,5	73,0	-4,8%
Pubblicità	3,7	36,5	ns
Periodici Francia	86,7	91,0	-4,7%
Retail	66,3	71,6	-7,4%
Radio	3,9	2,4	60,9%
Holding & Altro	8,3	8,8	-6,3%
Intercompany	-18,2	-38,8	ns
Ricavi Netti	**317,9**	**344,5**	**-7,7%**

EBITDA

€ m	4Q14	4Q13	Var. (€ mio)
Libri	9,3	7,2	2,1
Periodici Italia	-1,1	-10,9	9,8
Pubblicità	-0,3	-10,8	10,4
Periodici Francia	12,7	4,9	7,9
Retail	14,9	-1,7	16,6
Radio	-0,2	-1,2	1,0
Holding & Altro	-4,2	-9,2	5,0
EBITDA	**31,1**	**-21,7**	**52,8**

A perimetro omogeneo, i ricavi risulterebbero in contrazione del 4,0%

Margine %	***9,8%***	***-6,3%***

Forward-looking Statements

Talune dichiarazioni contenute in questo documento, in particolare quelle riguardanti ogni possibile futura performance del Gruppo Mondadori, costituiscono o potrebbero costituire “forward looking statements” e, a tal riguardo, comportano alcuni rischi ed incertezze.
I risultati e gli sviluppi effettivi del Gruppo Mondadori potrebbero discostarsi in misura significativa dalle previsioni espresse o implicite nelle dichiarazioni sopracitate a causa di molteplici fattori.
Ogni riferimento alla passata performance del Gruppo Mondadori non dovrebbe essere considerata un’indicazione della sua futura evoluzione.
La presente comunicazione non costituisce un’offerta di vendita o una sollecitazione a sottoscrivere o ad acquistare strumenti finanziari.

Investor Relations

Tel: +39 02 75423695

invrel@mondadori.it