Gruppo Mondadori
Risultati 1Q15

Investor Presentation - Conference call

12 Maggio 2015

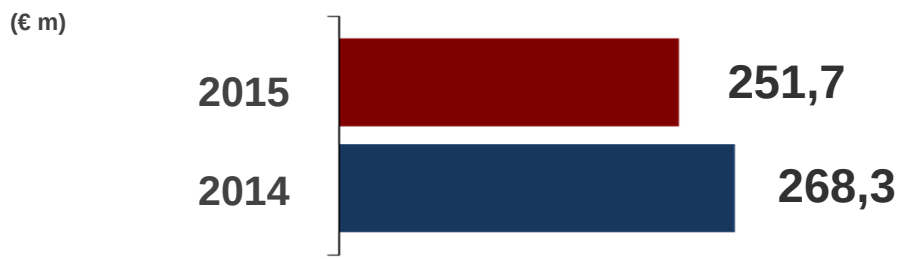
MONDADORI

Agenda

- ***Highlights 1Q15***
- Risultati 1Q15
- Focus sulle Aree di Business
- Outlook FY 2015

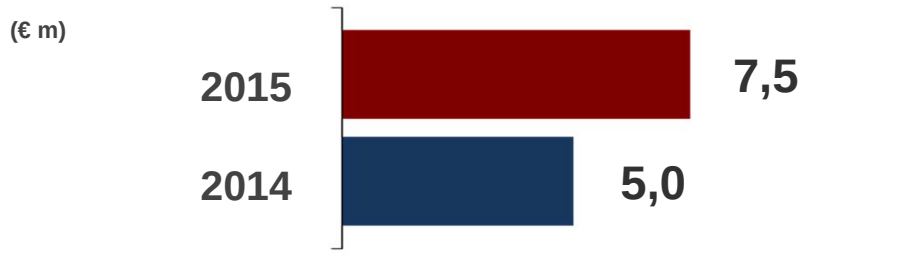
Highlights 1Q15

RICAVI



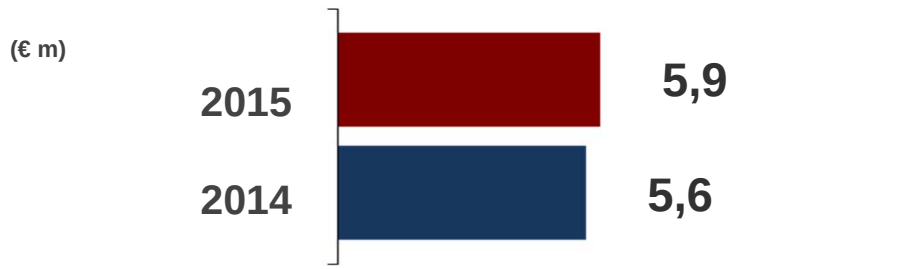
-6,2%

EBITDA ante non ricorrenti



+48,8%

EBITDA



+4,7%

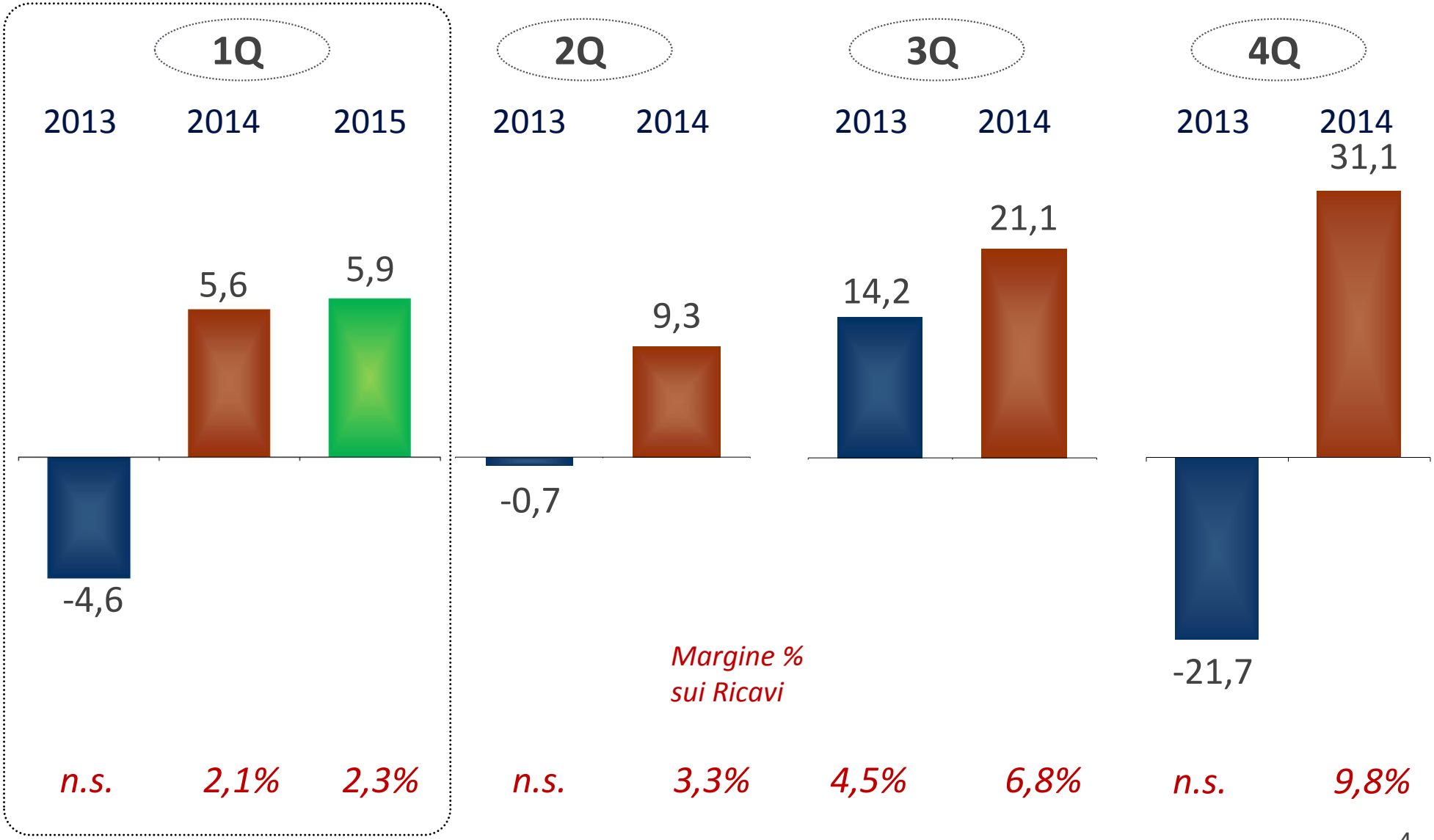
Posizione Finanziaria Netta

+19,5%

Highlights 1Q15

€ m

Continuo miglioramento dell'EBITDA per trimestre

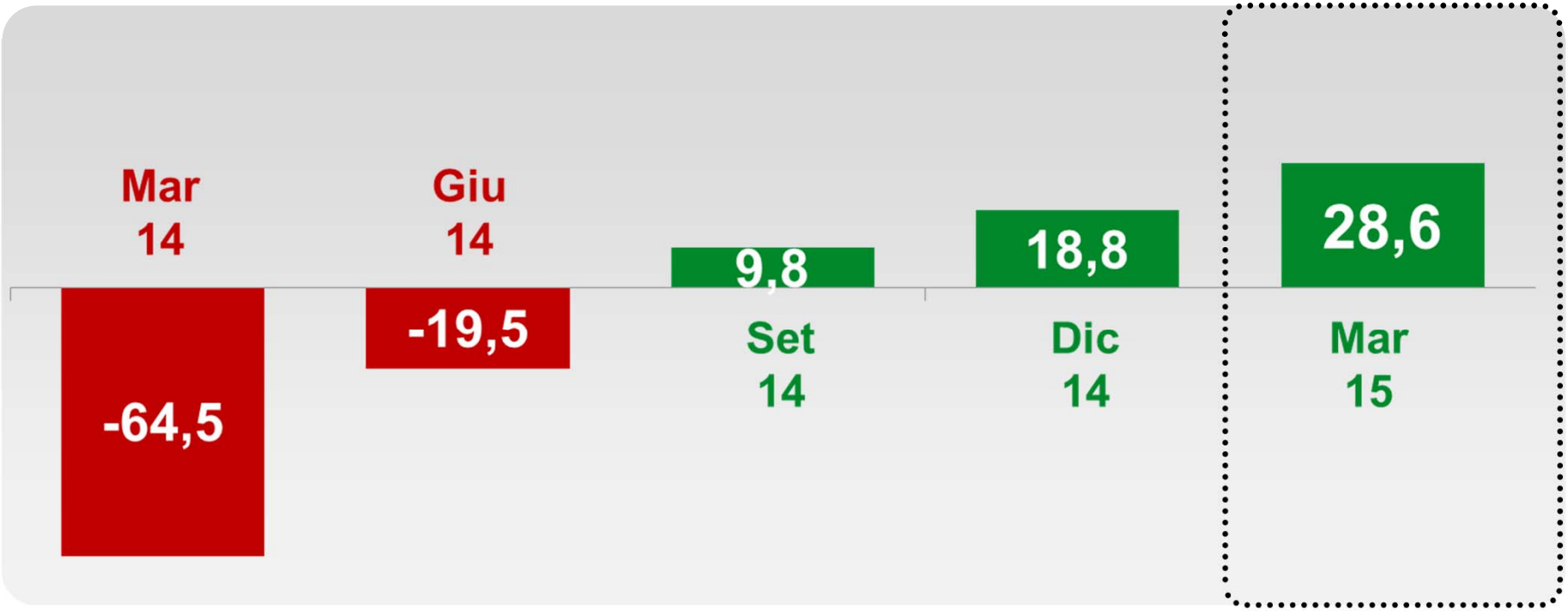


Highlights 1Q15

Confermato il *trend* di incremento della generazione di cassa

€ m

Cash Flow Ordinario LTM



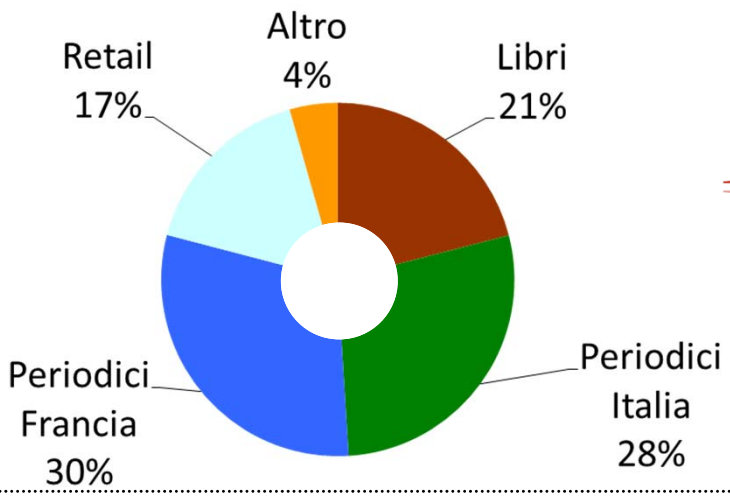
Agenda

- Highlights 1Q15
- ***Risultati 1Q15***
- Focus sulle Aree di Business
- Outlook FY 2015

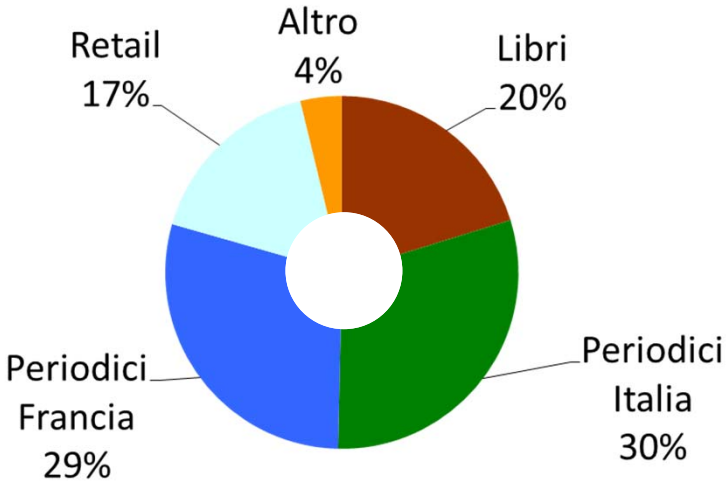
Ricavi per Area di Business - 1Q15

€ m	1Q 2015	1Q 2014	Var.
Libri	55,8	56,8	-1,8%
Periodici Italia*	74,6	84,7	-11,9%
Periodici Francia	79,9	81,7	-2,2%
Retail	44,0	47,2	-6,8%
Radio	2,9	2,6	9,5%
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	8,8	7,5	17,4%
Intercompany	-14,3	-12,2	n.s.
Ricavi Netti	**251,7**	**268,3**	**-6,2%**

1Q 2015



1Q 2014



** Nell'area Periodici Italia dal 1° gennaio 2015 sono incluse le attività dell'area Pubblicità*

EBITDA per Area di Business - 1Q15

EBITDA ANTE NON RICORRENTI

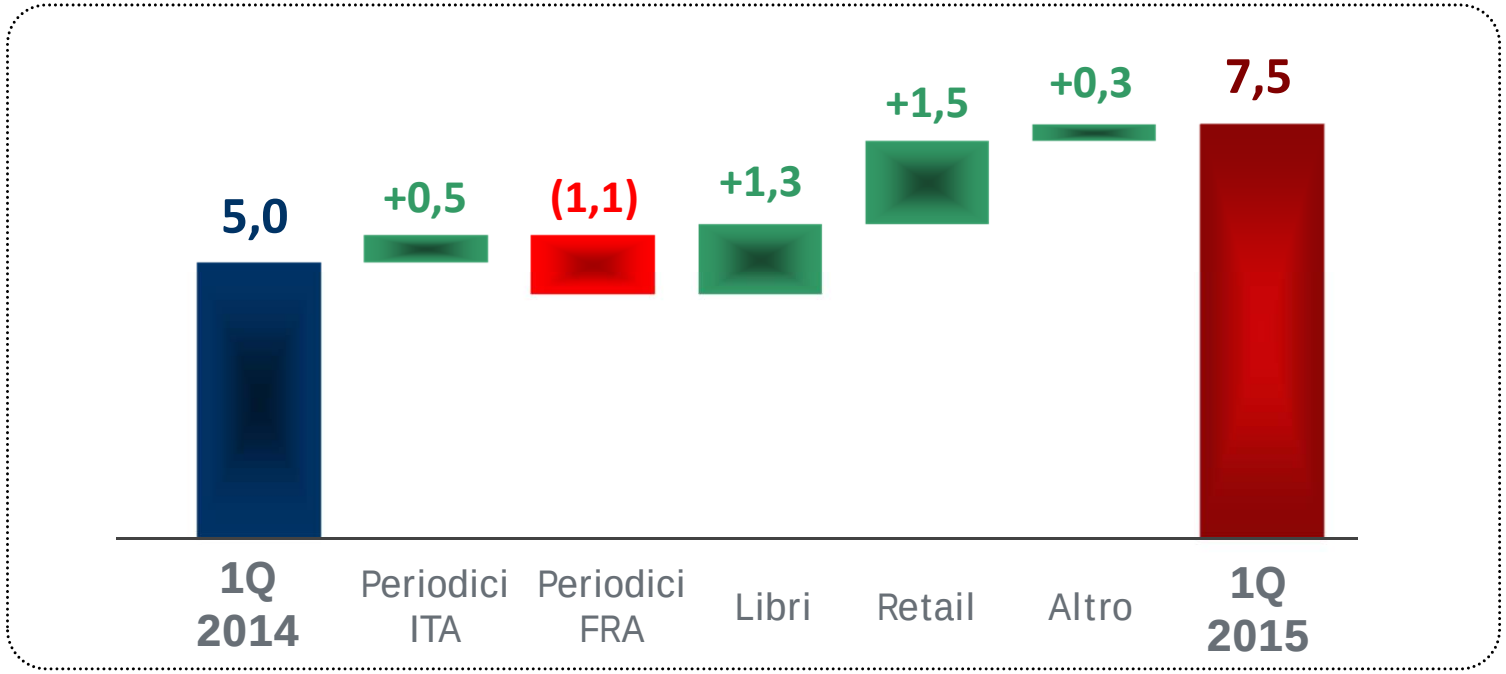
€ m	1Q 2015	1Q 2014	Margine % 2015	Margine % 2014	Var. (€ m)
Libri	2,7	1,4	5%	2%	1,3
Periodici Italia	6,5	6,0	9%	7%	0,5
Periodici Francia	4,7	5,8	6%	7%	-1,1
Retail	-1,9	-3,4	-4%	-7%	1,5
Radio	-1,3	-1,2	n.s.	n.s.	-0,1
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	-3,2	-3,6	n.s.	n.s.	0,4
EBITDA	**7,5**	**5,0**	**3,0%**	**1,9%**	**2,5**

EBITDA REPORTED

€ m	1Q 2015	1Q 2014	Margine % 2015	Margine % 2014	Var. (€ m)
Libri	0,3	1,3	1%	2%	-1,0
Periodici Italia	6,3	6,9	8%	8%	-0,6
Periodici Francia	4,8	5,2	6%	6%	-0,4
Retail	-1,9	-3,7	-4%	-8%	1,8
Radio	-1,1	-1,2	n.s.	n.s.	0,1
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	-2,5	-2,9	n.s.	n.s.	0,4
EBITDA	**5,9**	**5,6**	**2,3%**	**2,1%**	**0,3**

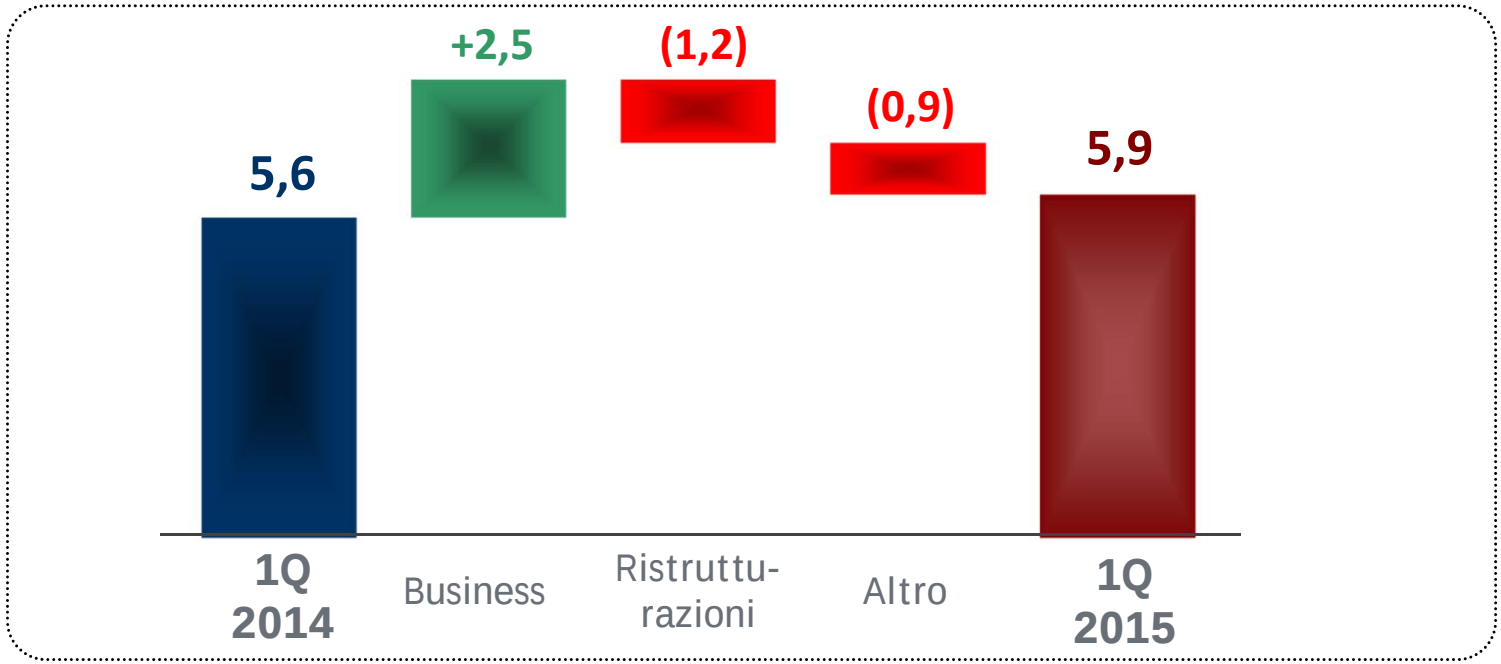
Evoluzione EBITDA - 1Q15

EBITDA ANTE NON RICORRENTI

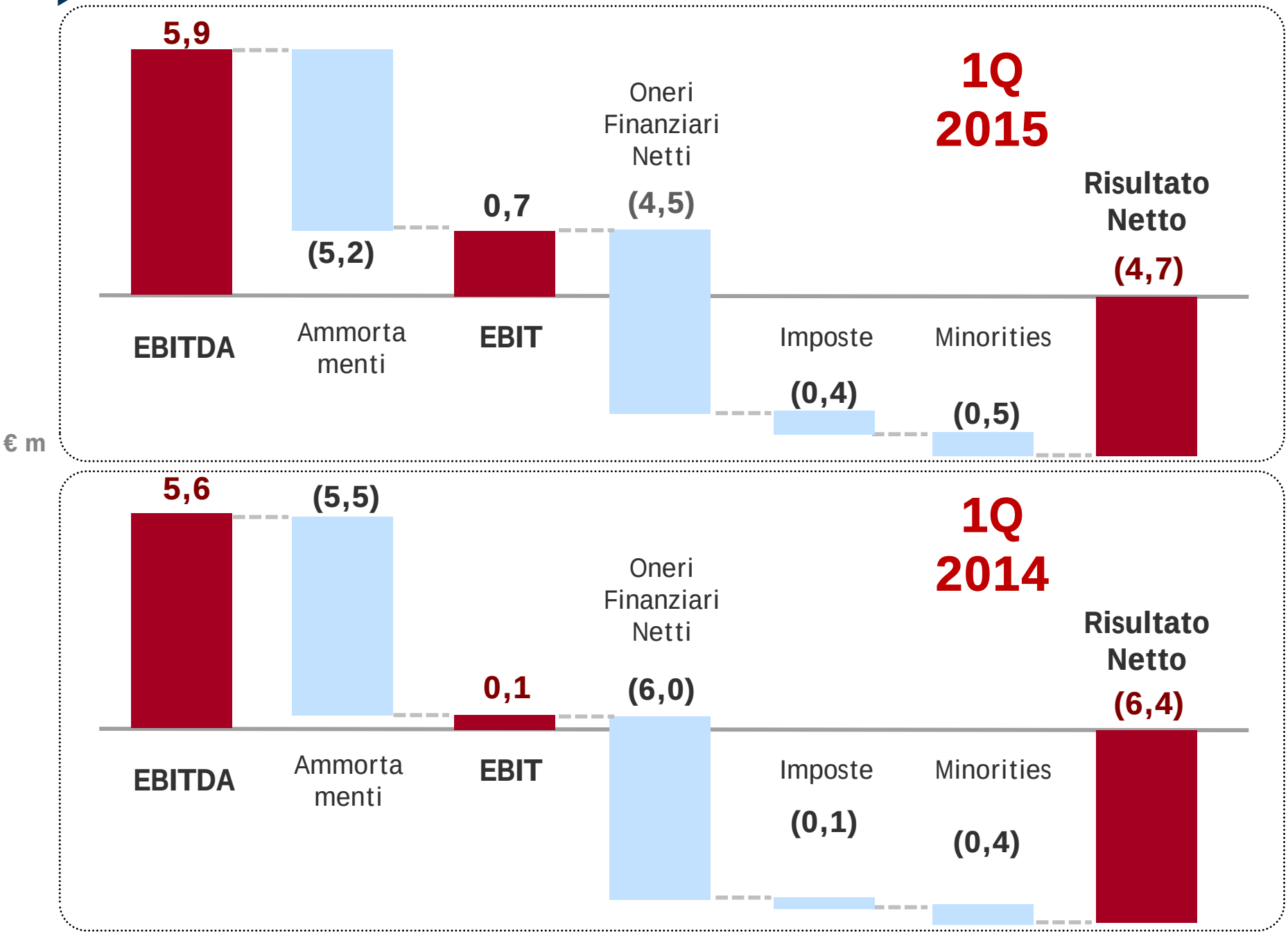


€ m

EBITDA REPORTED



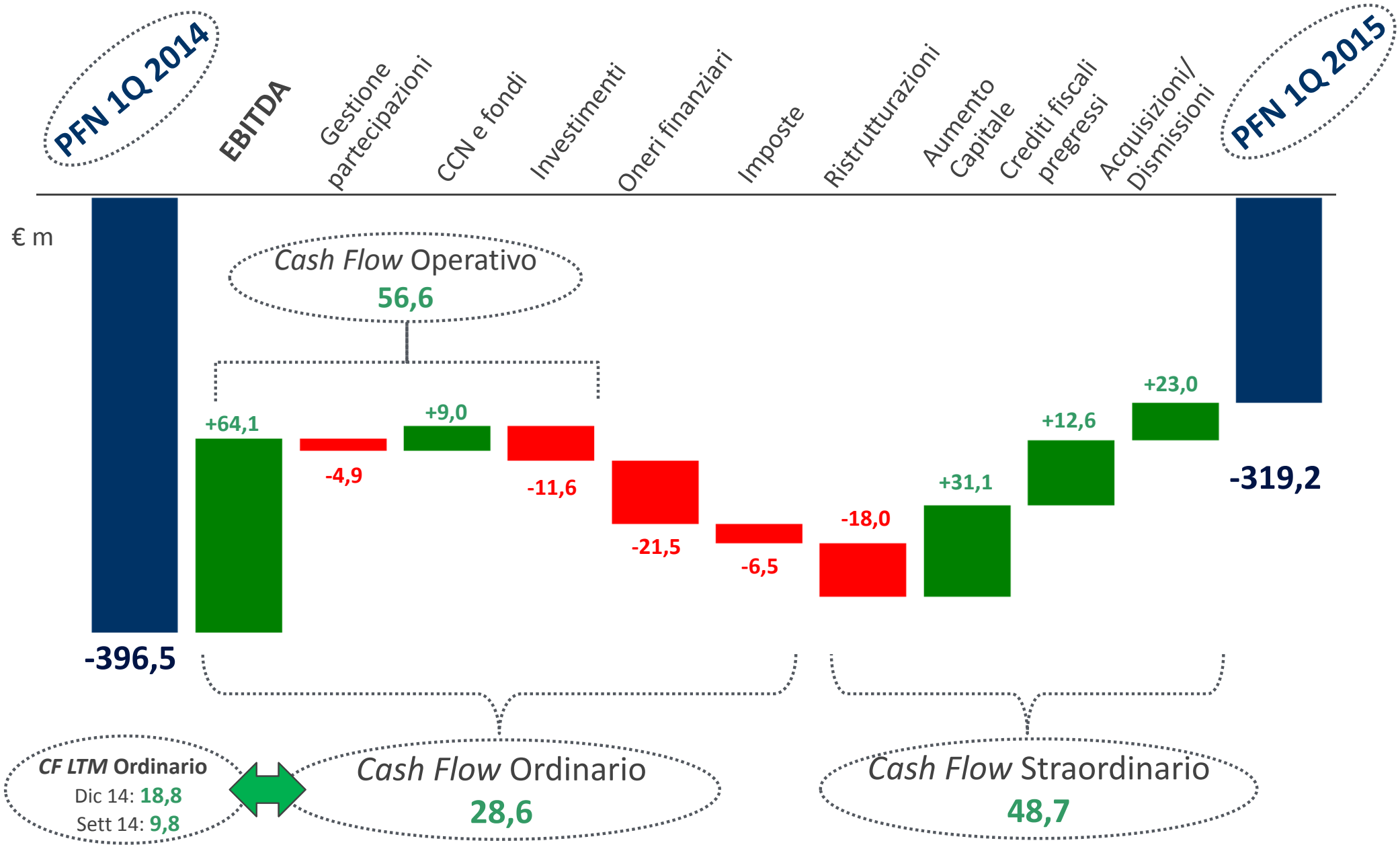
Dall'EBITDA al Risultato Netto - 1Q15



Conto Economico – 1Q15

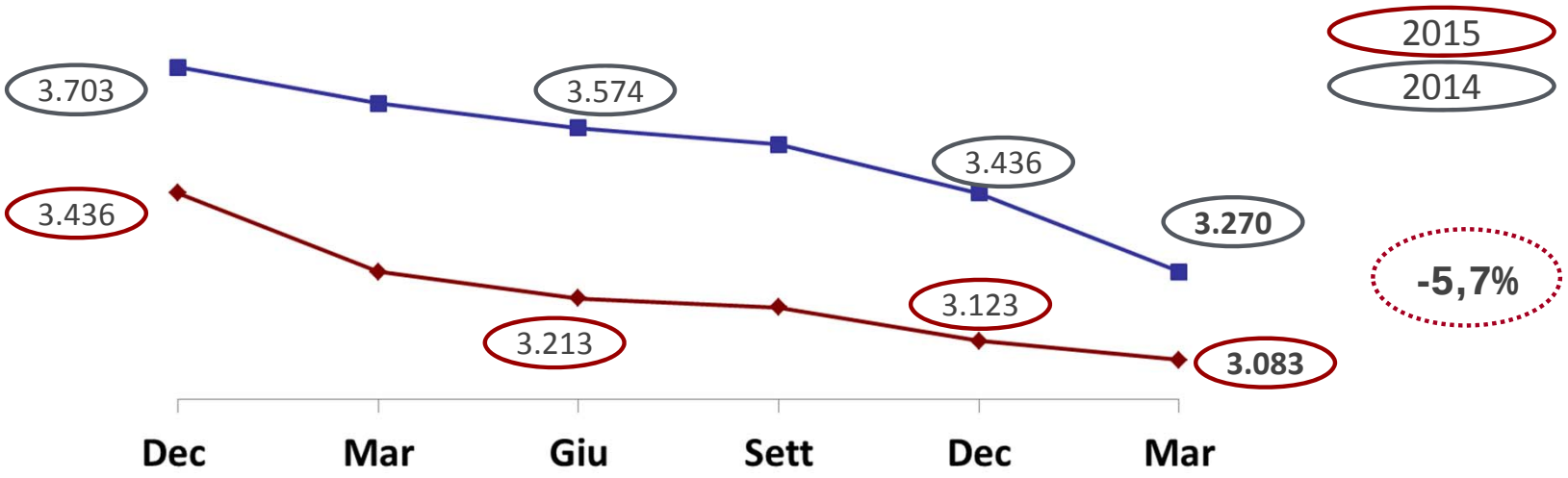
€m	1Q 2015	Inc %	1Q 2014	Inc %	Var. %
Ricavi netti	**251,7**	**100,0%**	**268,3**	**100,0%**	**-6,2%**
Costo del venduto	99,7	39,6%	112,8	42,0%	-11,7%
Costi variabili	49,8	19,8%	51,8	19,3%	-3,8%
Costi fissi di struttura	41,5	16,5%	44,9	16,7%	-7,4%
Costo del personale	54,2	21,5%	58,1	21,7%	-6,7%
Oneri/(proventi) diversi	-2,5	-1,0%	-5,4	-2,0%	-53,4%
Risultato collegate	-1,5	-0,6%	-1,2	-0,4%	-30,2%
EBITDA ante non ricorrenti	***7,5***	***3,0%***	***5,0***	***1,9%***	***48,8%***
Ristrutturazioni	-3,0		-1,8		67,8%
Componenti straordinarie positive/(negative)	1,5		2,4		-39,2%
EBITDA	**5,9**	**2,3%**	**5,6**	**2,1%**	**4,7%**
Ammortamenti e svalutazioni	5,2	-2,0%	5,5	-2,1%	-7,2%
EBIT	**0,7**	**0,3%**	**0,1**	**0,0%**	**n.s.**
Proventi (oneri) finanziari	-4,4	1,8%	-6,0	2,2%	-25,0%
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-0,1				n.s.
Utile ante-imposte	**-3,8**	**-1,5%**	**-5,9**	**-2,2%**	**34,6%**
Imposte	0,4	0,2%	0,1	0,1%	n.s.
Utile di terzi	0,5	0,2%	0,4	0,2%	n.s.
Risultato netto	**-4,7**	**-1,9%**	**-6,4**	**-2,4%**	**27,2%**

Cash Flow LTM - 1Q15

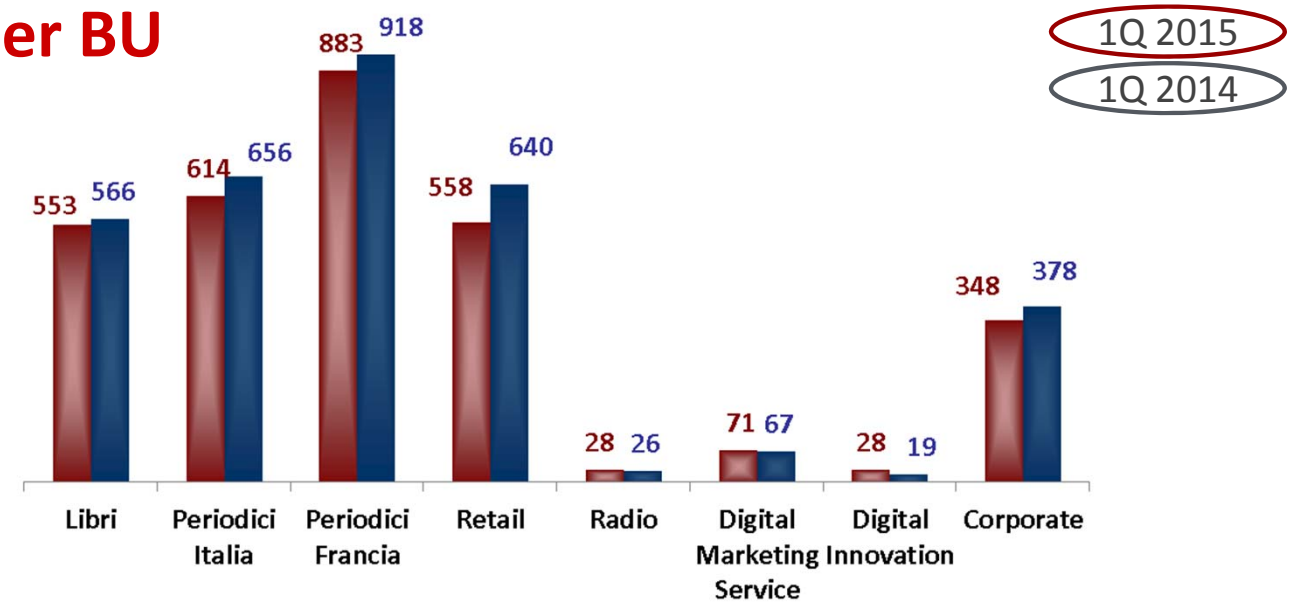


Evoluzione *Headcount* – 1Q15

Trend Headcount Totali



Headcount per BU

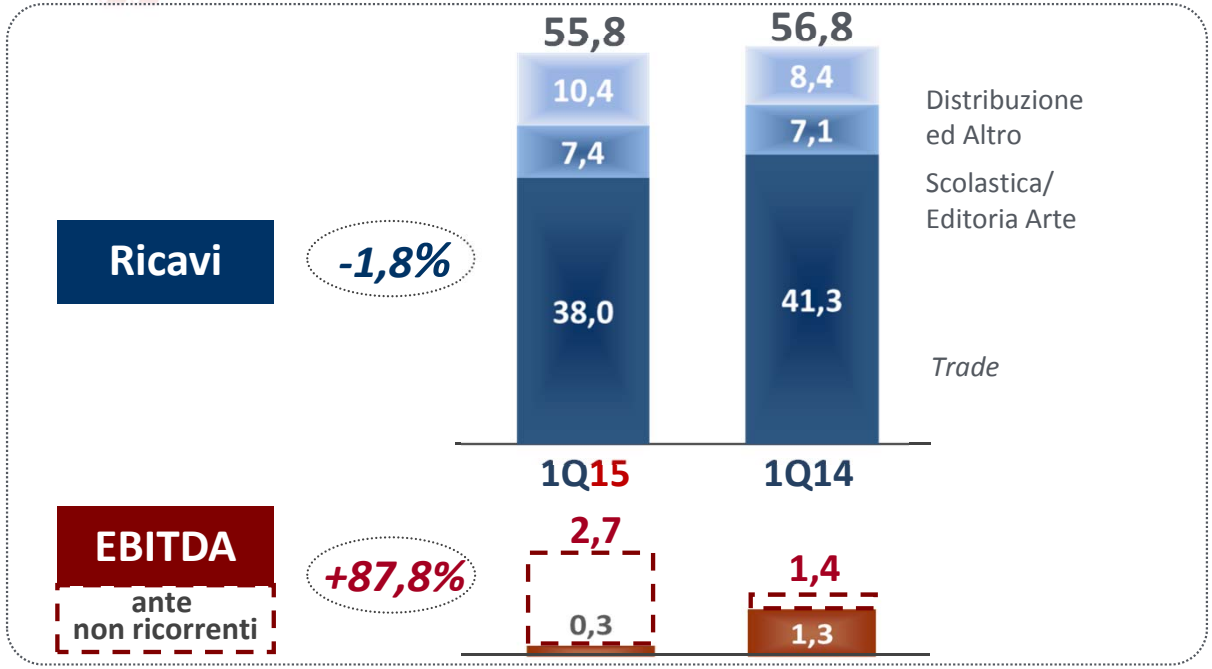


Agenda

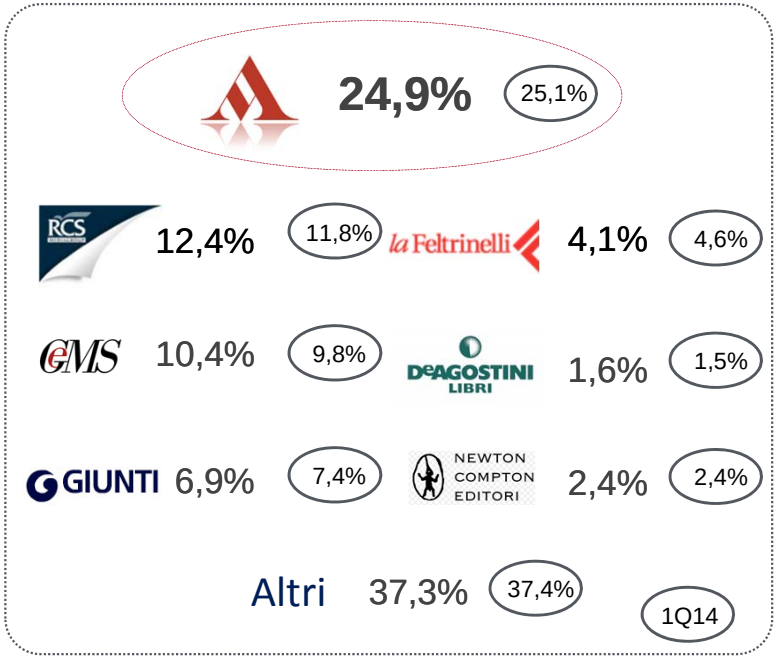
- Highlights 1Q15
- Risultati 1Q15
- ***Focus sulle Aree di Business***
- Outlook FY 2015

Libri - Highlights 1Q15

Performance 1Q 2015 (€m)



Quote di mercato 1Q 2015

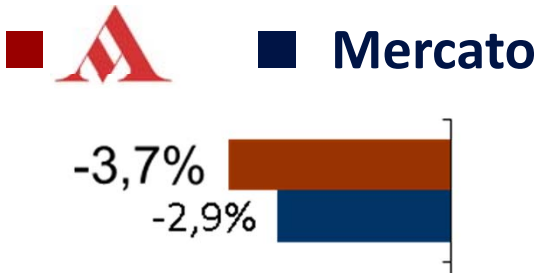


RICAVI in calo:

- **Libri *Trade***: flessione superiore al mercato, influenzata da una selettiva politica editoriale mirata ad incrementarne la redditività; ricavi degli *e-book* in crescita del 23%
- **Libri *Educational:*** ricavi in crescita del 3% (nonostante trimestre non sia significativo per stagionalità)
- Ricavi relativi all'attività di **distribuzione** e gestione servizi per Editori terzi in rilevante crescita (+24%)

EBITDA ante non ricorrenti in crescita da 1,4 a **2,7 milioni di Euro** per effetto di una più efficace gestione dei processi operativi

Mondadori vs il mercato



Mercato in calo, in particolare nel canale della GDO (-8,5% rispetto a -13,4% del 2014)

Fonte: GFK, marzo 2015 (dati a valore)

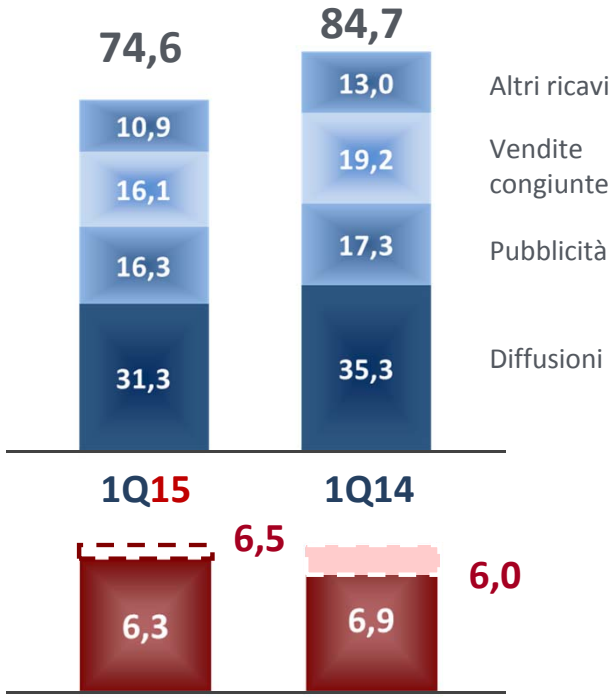
Periodici Italia - Highlights 1Q15

Include le attività dell'Area Pubblicità

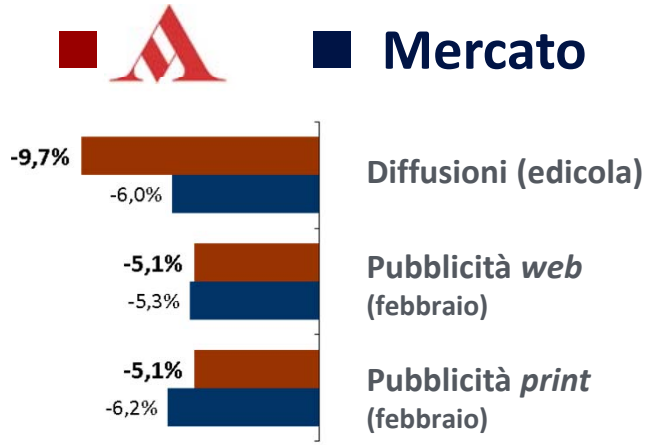
Performance 1Q 2015 (€m)

Ricavi -11,9%

EBITDA ante non ricorrenti +9,5%



Mondadori vs il mercato



- **Quota di mercato diffusionale** pari a **31,8%** (33% a marzo 2014)
- *Performance* della raccolta pubblicitaria sostanzialmente **in linea con il mercato**

RICAVI delle testate in calo dell'11,9% (**-11,2% a portafoglio omogeneo***):

- **ricavi diffusionali,** in calo dell'11,3% (**-9,8% a portafoglio omogeneo***), oltre che per le dinamiche dei mercati, per effetto dell'attenta politica di selezione delle iniziative promozionali più profittevoli nei canale abbonamenti ed edicola (canale edicola -5,2% al netto delle minori attività *on-pack*)
- **ricavi pubblicitari** (*print+web*) in calo del 5,7% (**-5,1% a portafoglio omogeneo***)
- **vendite congiunte** in calo del 15,9% anche per la razionalizzazione delle iniziative, finalizzata a mantenerne la redditività, e ad una differente calendarizzazione
- **Mondadori International**: ricavi sostanzialmente stabili (+0,2%)

EBITDA ante non ricorrenti in crescita del 9,5% nonostante calo dei ricavi e investimenti per il lancio di *Grazia Shop*, per effetto delle incisive azioni di revisione della struttura editoriale ed operativa

EBITDA complessivo nel 1Q 2014 includeva plusvalenza di 1 milione di Euro (da conferimento in *Mediamond)*

** Nel 1Q15 rispetto al 1Q14 2 testate in meno in portafoglio*

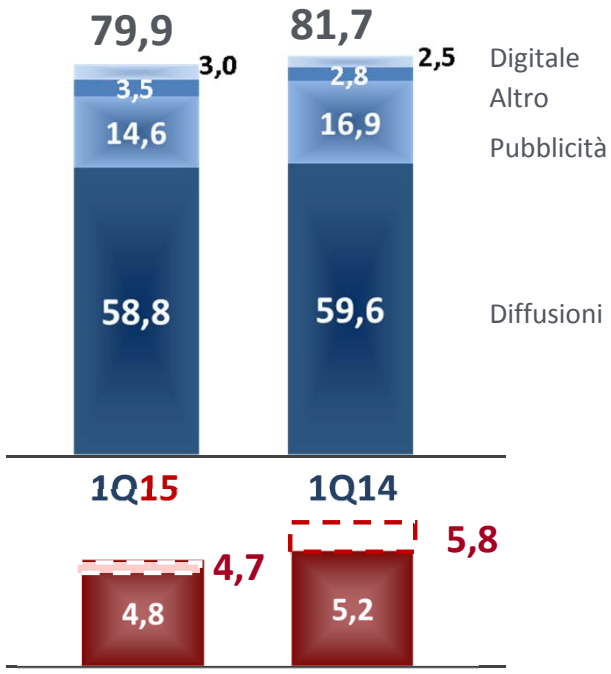
Fonte: pubblicità – Nielsen (febbraio 2015); diffusioni - fonte interna (dati a valore, marzo 2015)

Periodici Francia - Highlights 1Q15

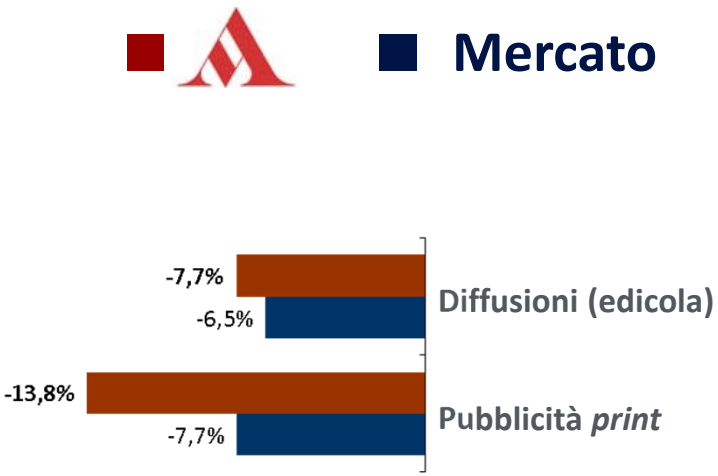
Performance 1Q 2015 (€m)

Ricavi -2,2%

EBITDA ante non ricorrenti -18,7%



Mondadori vs il mercato



RICAVI delle testate in calo del 2,2%:

- **risultati diffusionali** in calo dell'1,3% di cui edicola -7,7% (1Q 2014 includeva «*scoop Hollande*» di *Closer*) ed abbonamenti +0,4%
- **ricavi pubblicitari** (*print+web*) in calo del 9,6% di cui il digitale (che rappresenta il 14% dei ricavi) è in crescita del 26%

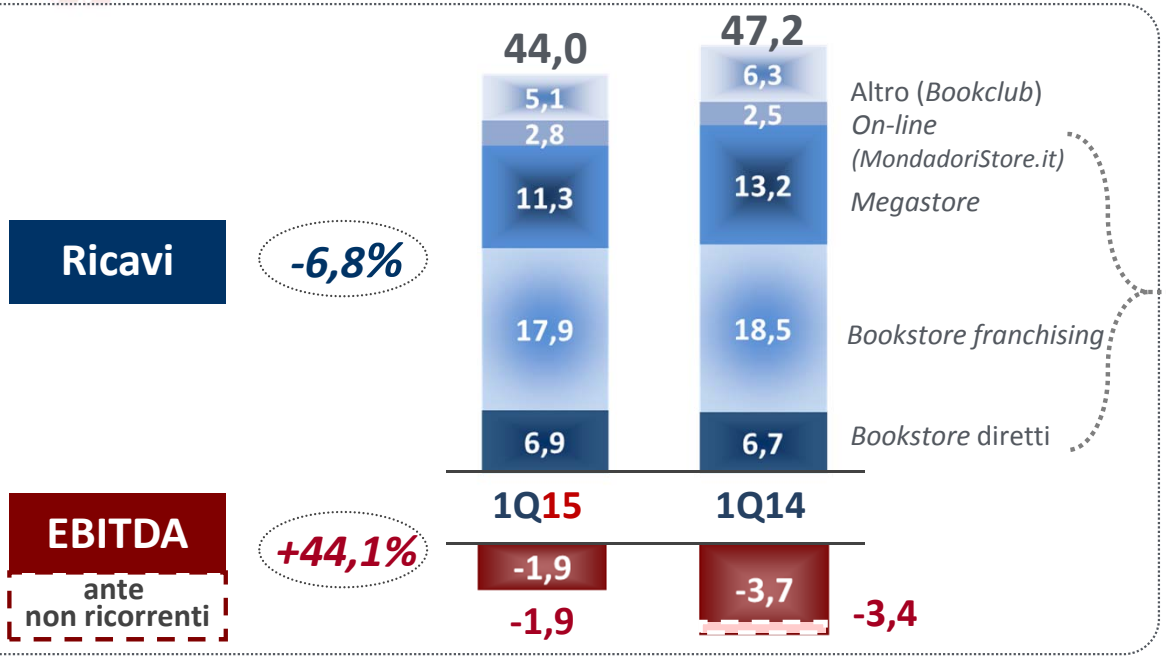
EBITDA ante non ricorrenti in calo di 1,1 milioni di Euro, che si riduce a 0,4 milioni includendo l'effetto delle ristrutturazioni.

Proseguono le attività di razionalizzazione delle strutture e di contenimento dei costi redazionali ai fini del mantenimento della redditività

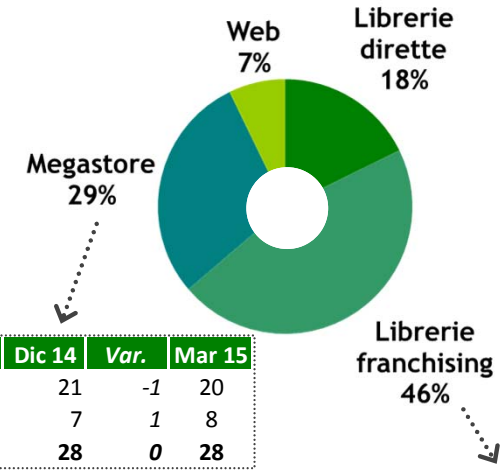
Fonte: Adv – Kantar Media (dati a valore a febbraio); diffusione – fonte interna, dati a marzo

Retail - Highlights 1Q15

Performance 1Q 2015 (€m)



Ricavi 1Q 2015* per canale



Diretti	Dic 14	Var.	Mar 15
Librerie	21	-1	20
Megastore	7	1	8
TOT PdV	**28**	**0**	**28**

Franchising	Dic 14	Var.	Mar 15
Franchising	323	-12	311
Point	217	0	217
TOT PdV	**540**	**-12**	**528**

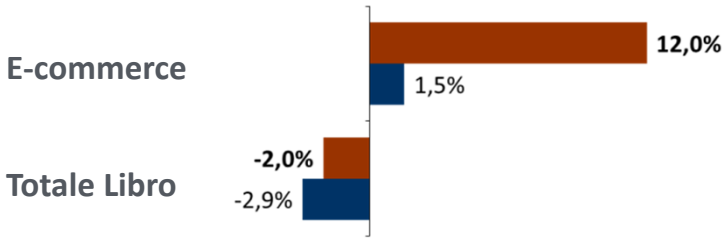
RICAVI:

- ***Bookstore* diretti +4,0%**
- ***Bookstore* in *franchising* *-3,2%*** con un *trend* stabile nella categoria Libro
- ***Megastore*** in calo per gli effetti della cessione del *flagship store* di Vittorio Emanuele
- ricavi delle vendite ***on-line*** in crescita del 12,0%

EBITDA ante non ricorrenti in netto miglioramento per effetto di:

- miglioramento del margine di prodotto nelle categorie Libro e *Consumer Electronics*
- minor incidenza delle spese promozionali, dei costi di struttura e del personale

Contesto 1Q15 nel mercato del Libro = 77% dei ricavi*

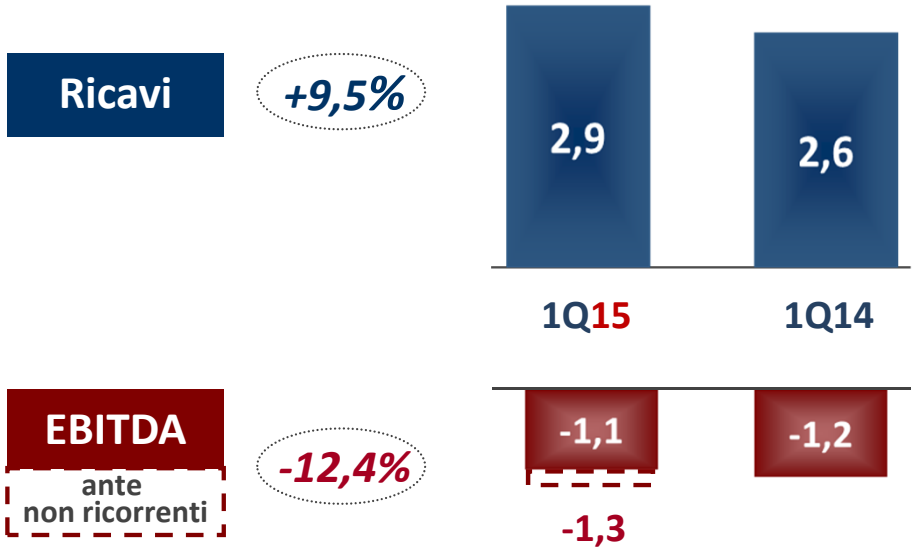


** Ricavi "Total Store", i canali non includono i Bookclub*

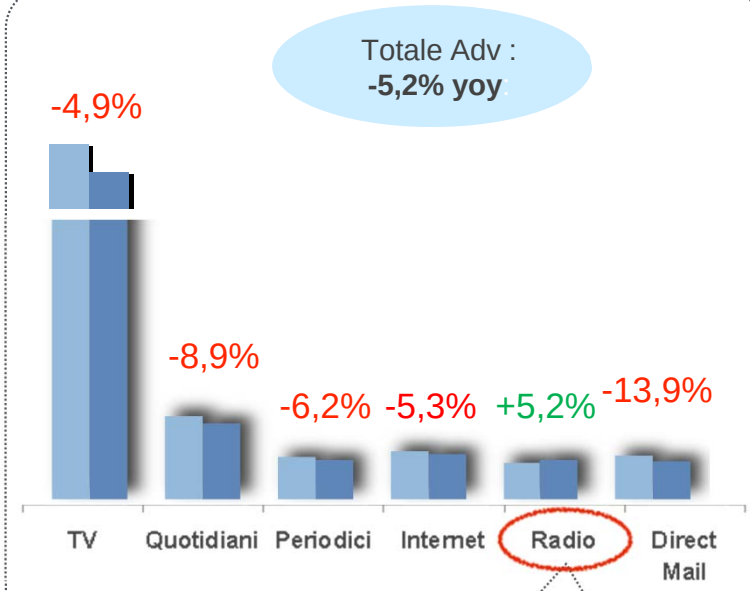
Fonte: GFK, marzo 2015 (dati a valore)

Radio R101 - Highlights 1Q15

Performance 1Q 2015 (€m)



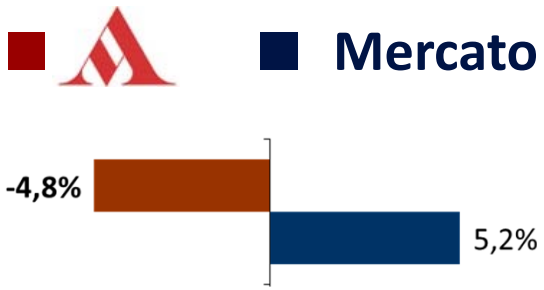
Contesto di mercato Gen- Feb. 2015



Fonte: Nielsen, febbraio 2015

- **RICAVI in crescita** del **9,5%** per l'avvio del canale TV da giugno 2014
- **EBITDA ante non ricorrenti** a -1,3 milioni di Euro da -1,2 nel 1Q 2014, influenzato da maggiori investimenti di promozione del nuovo canale TV compensati dalle azioni di riduzione dei costi dell'area tecnico-artistica

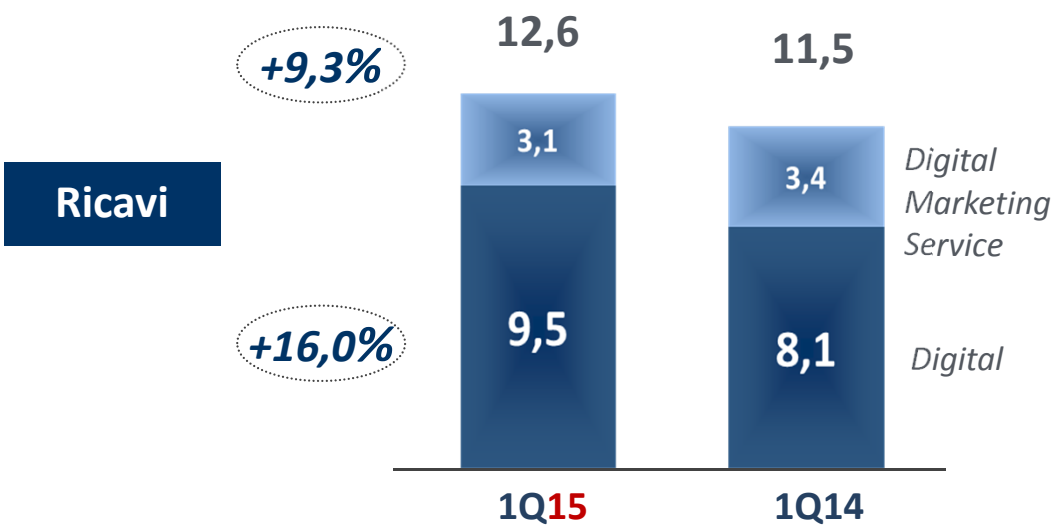
EBITDA complessivo ha beneficiato nel 2015 della cessione di un impianto di trasmissione (+€0,2 milioni)



Raccolta **pubblicitaria** inferiore al mercato (dato a febbraio) penalizzata dalle ultime rilevazioni sul *trend* degli ascolti

Digital - Highlights 1Q15

Performance 1Q 2015* (€m)



Audience properties

Italia

Ricavi pubblicitari: -5,1%, in linea con il mercato (Grazia.it +9,3%)

Audience: significativa crescita (+25%) dei dati di traffico pari a **18,4 milioni** di ***browser* unici**

- *Grazia (+29%)*
- *Panorama* (+12%)

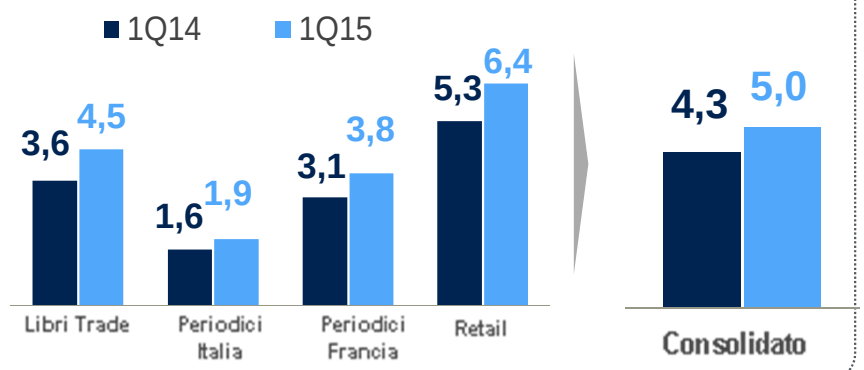
Francia

Ricavi pubblicitari: +26% (14% del totale)

Audience: **visitatori unici in crescita a 8,6 milioni** a febbraio (+27% rispetto al dato medio del 2014)

- **RICAVI** complessivi dell'area **in crescita del 9,3%**
  - **Ricavi** della attività di ***Digital Marketing Service*** in calo per lo slittamento di alcune commesse di Cemit, solo parzialmente compensato dall'avvio dei prodotti digitali
  - **Ricavi** delle attività **puramente digitali** in crescita del **16%**
- Incremento dell'**incidenza ricavi *Digital*** sul totale al **5%**

% Ricavi *Digital* su Totali



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

Agenda

- Highlights 1Q15
- Risultati 1Q15
- Focus sulle Aree di Business
- ***Outlook FY 2015***

Outlook FY15

- Alla luce della performance del Gruppo nei primi mesi e delle **azioni di ottimizzazione** dei processi operativi e della struttura dei costi in tutte le aree di business nonché degli interventi finalizzati a **mitigare il calo dei ricavi** derivante dalla dinamica dei mercati, è ragionevole confermare la stima per l'esercizio in corso di un **margine operativo lordo del Gruppo in significativa crescita a livello operativo**, già indicata in sede di presentazione del bilancio al 31 dicembre 2014. Parallelamente, proseguono le attività di attenta valutazione finalizzate all'eventuale dismissione di *asset non core* per il Gruppo.

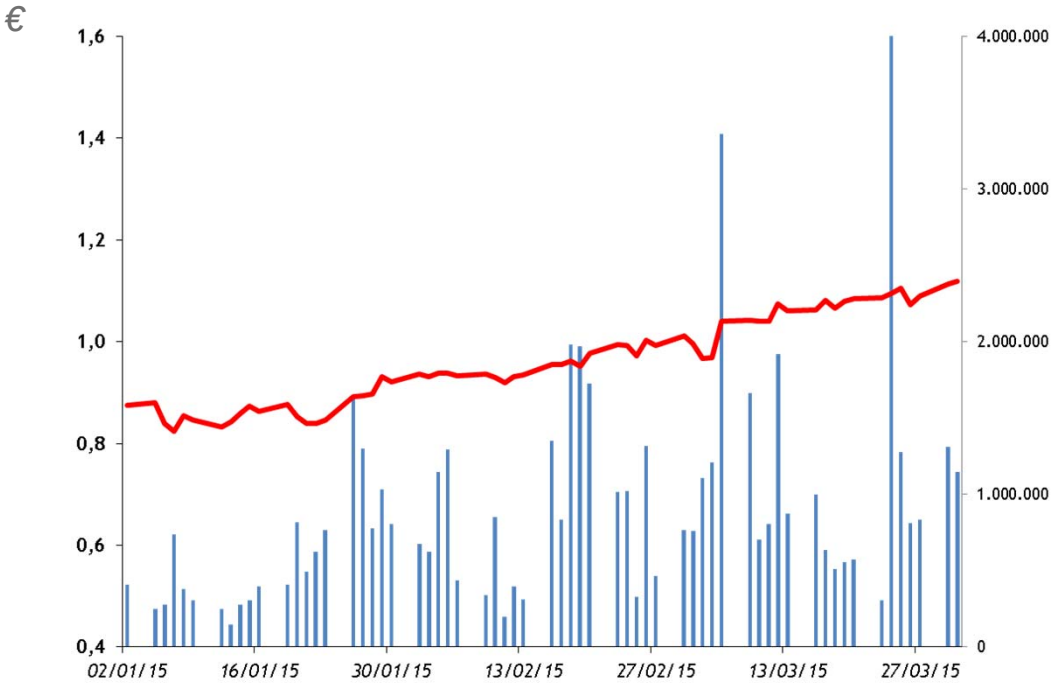
- Coerentemente a quanto illustrato e pur in un contesto di ripresa degli investimenti e possibili variazioni di perimetro nell'Area Digital, anche la **Posizione Finanziaria Netta è attesa in miglioramento** rispetto a fine 2014.

MONDADORI

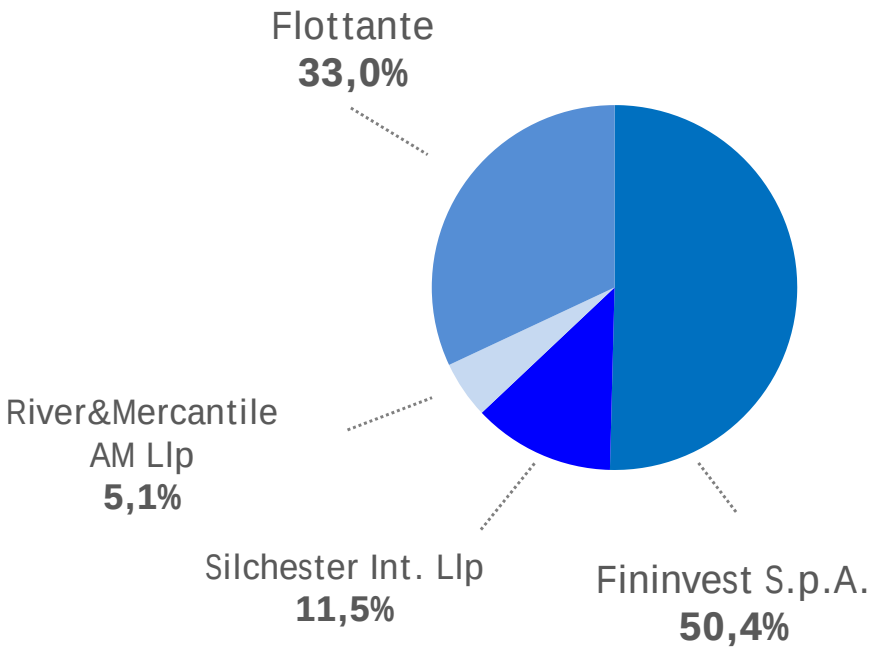
ALLEGATI

Company Profile

Andamento del titolo (1Q 15)



Azionariato (ad oggi)



Mondadori in Borsa

Ticker	MN IM (Bloomberg), MN.MI (Reuters)
Capitalizzazione di mercato (ad oggi)	€285 m
N. Azioni capitale sociale	261.458.340
Media azioni negoziate (primo trimestre)	654.980

Stato Patrimoniale – 1Q15

€m	31.03.2015	31.12.2014	31.03.2014	*Delta 1Q15/1Q14*	*Delta % 1Q15/1Q15*
Crediti commerciali	254,1	268,7	266,0	*-11,9*	*-4,5%*
Magazzino	116,7	108,4	122,6	*-5,9*	*-4,9%*
Debiti Commerciali	-337,9	-347,4	-336,4	*-1,5*	*0,4%*
Altre attività / (passività)	0,3	-11,1	18,7	*-18,4*	*-98,4%*
CCN	33,2	18,6	70,9	*-37,7*	***-53,2%***
Immobilizzazioni Immateriali	600,8	601,6	619,1	*-18,3*	*-3,0%*
Immobilizzazioni Materiali	35,6	37,1	41,9	*-6,3*	*-15,0%*
Partecipazioni	40,0	39,6	37,9	*2,1*	*5,4%*
ATTIVO FISSO NETTO	676,4	678,3	698,9	*-22,5*	***-3,2%***
Fondi e TFR	-105,2	-116,0	-120,1	*14,9*	*-12,4%*
CAPITALE INVESTITO NETTO	604,4	**580,9**	**649,7**	***-45,3***	***-7,0%***
PATRIMONIO NETTO	285,2	289,1	253,2	*32,0*	*12,6%*
PFN	319,2	291,8	396,5	*-77,3*	*-19,5%*
TOTALE FONTI	604,4	**580,9**	**649,7**	***-45,3***	***-7,0%***

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