Gruppo Mondadori
Risultati 1H15

Investor Presentation

28 Luglio 2015

MONDADORI

Agenda

- ***Highlights 1H15***
- Risultati 1H15
- Focus sulle Aree di Business
- Outlook FY 2015

Highlights 1H15

Key Takeaways

Miglioramento dei risultati operativi del Gruppo conseguiti in **tutti i business**

Focus sulla **razionalizzazione strategica** del portafoglio di attività :

- **valorizzazione** di alcuni *asset non core*
- **rafforzamento** della posizione competitiva nei *core business*

Accettazione a procedere per cessione 80% di Monradio

Offerta vincolante per acquisizione RCS Libri

Nota alla Presentazione

Alla luce della prospettata operazione di cessione dell'80% del capitale sociale di Monradio S.r.l. - a seguito della manifestazione di interesse ricevuta da parte di R.T.I. S.p.A. - ed ai sensi del IFRS 5 ("Attività non correnti possedute per la vendita") il *business* radiofonico del Gruppo è stato qualificato come "*discontinued operations*" nella Relazione Finanziaria Semestrale 2015 e nella presente esposizione. Tale rappresentazione ha comportato che nel conto economico del primo semestre 2015 e, a fini comparativi, del 1° semestre 2014, il risultato conseguito nel periodo nell'area Radio sia stato classificato nella voce "Risultato delle attività in dismissione". Sono invece inclusi tra gli oneri finanziari netti di Gruppo del periodo gli oneri finanziari di Monradio S.r.l. in quanto il relativo debito netto al 30 giugno 2015 è ancora consolidato.

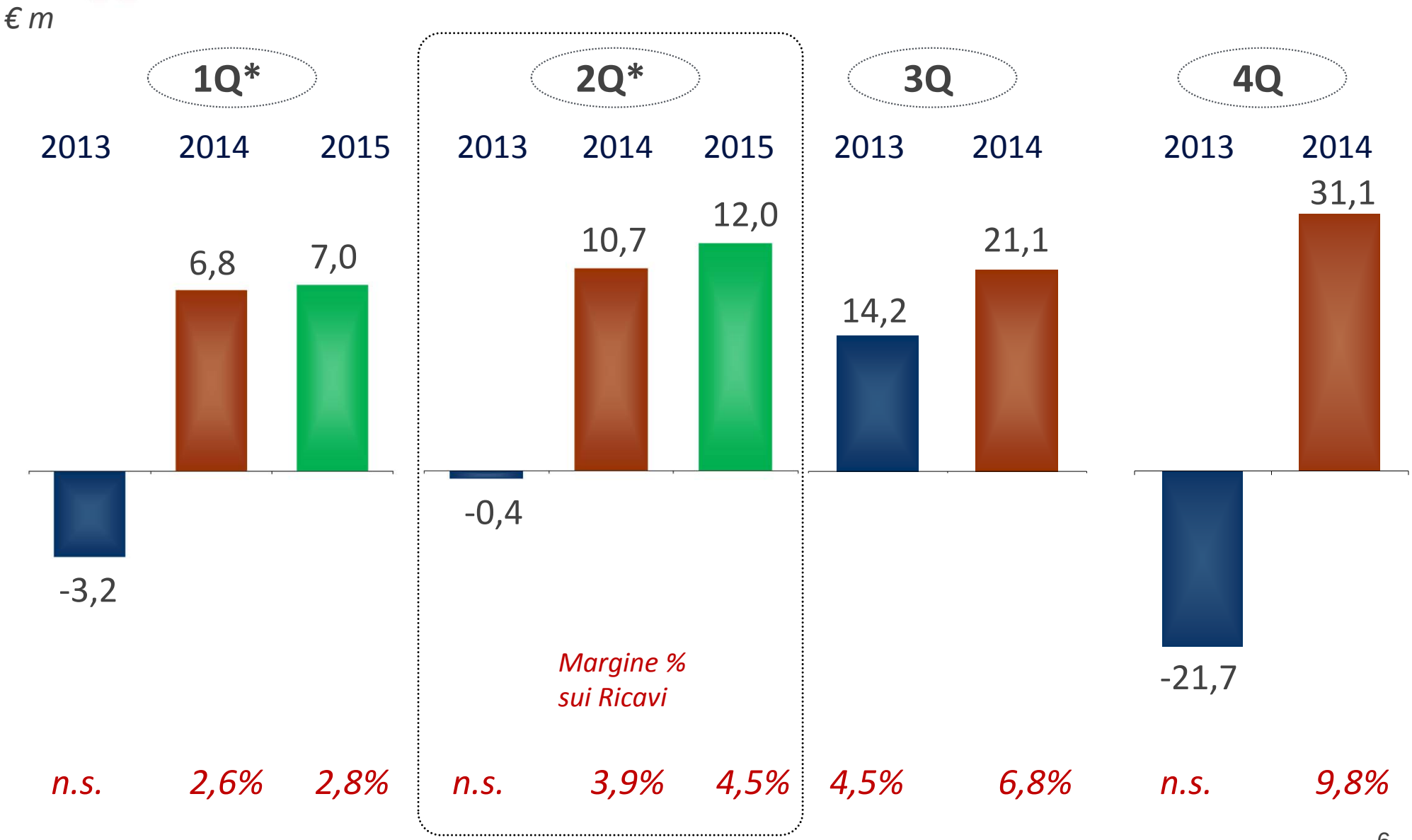
Highlights 1H15

Continuo miglioramento dei risultati operativi

		1H	2Q
RICAVI	(€ m) 2015: 517,1; 2014: 543,3	-4,8%	-3,3%
EBITDA ante non ricorrenti	(€ m) 2015: 23,8; 2014: 18,1	+31,7%	+26,4%
EBITDA	(€ m) 2015: 19,0; 2014: 17,6	+7,9%	+11,2%
Posizione Finanziaria Netta	(€ m) Giugno 2015: -326,5; Giugno 2014: -368,9	+11,5%	

Highlights 1H15

Miglioramento dell'EBITDA per 6 trimestri consecutivi



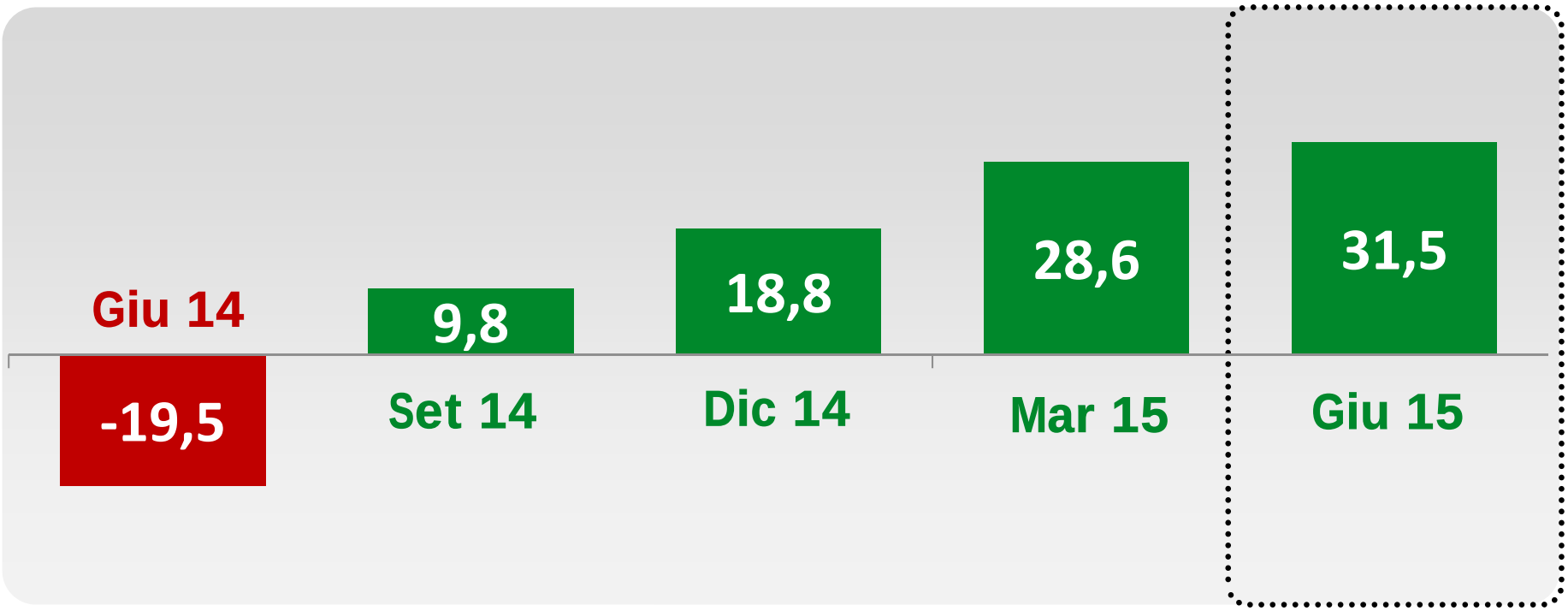
** Il 1Q e nel 2Q non includono i risultati del business radiofonico in quanto riclassificato tra le attività in dismissione*

Highlights 1H15

Confermato il *trend* di incremento della generazione di cassa

€ m

Cash Flow Ordinario LTM

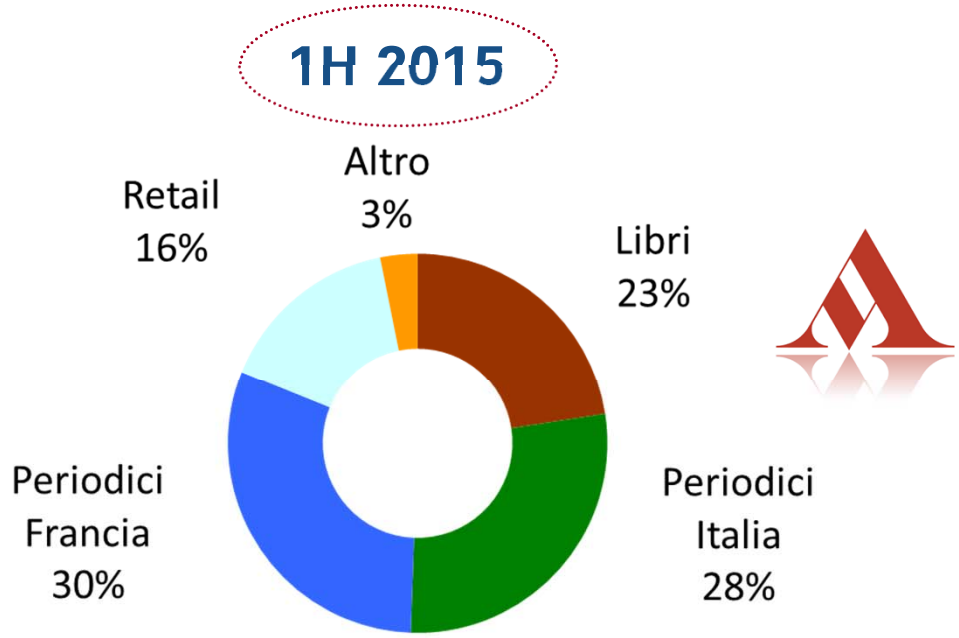


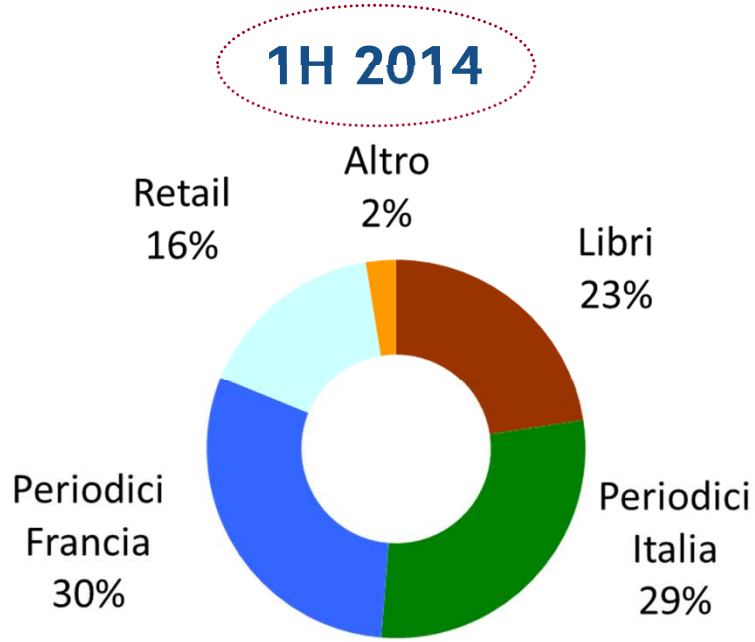
Agenda

- Highlights 1H15
- ***Risultati 1H15***
- Focus sulle Aree di Business
- Outlook FY 2015

Ricavi per Area di Business – 1H15

€ m	1H 2015	1H 2014	Var.
Libri	123,0	128,5	-4,3%
Periodici Italia*	153,0	162,9	-6,1%
Periodici Francia	166,6	169,9	-2,0%
Retail	85,7	92,6	-7,4%
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	17,3	14,6	18,5%
Intercompany	-28,4	-25,3	12,4%
Ricavi Netti	**517,1**	**543,3**	**-4,8%**





** Nell'area Periodici Italia dal 1° gennaio 2015 sono incluse le attività dell'area Pubblicità; il 2014 , a fini comparativi, è stato riclassificato*

EBITDA per Area di Business – 1H15

EBITDA ANTE NON RICORRENTI

€ m	1H 2015	1H 2014	Margine % 2015	Margine % 2014	Var. (€ m)
Libri	8,5	5,1	6,9%	4,0%	3,4
Periodici Italia	10,5	8,2	6,9%	5,0%	2,3
Periodici Francia	16,1	16,1	9,7%	9,5%	0,0
Retail	-3,2	-5,1	-3,7%	-5,5%	1,9
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	-8,1	-6,2	n.s.	n.s.	-1,9
EBITDA	**23,8**	**18,1**	4,6%	3,3%	5,7

+31,7%

EBITDA REPORTED

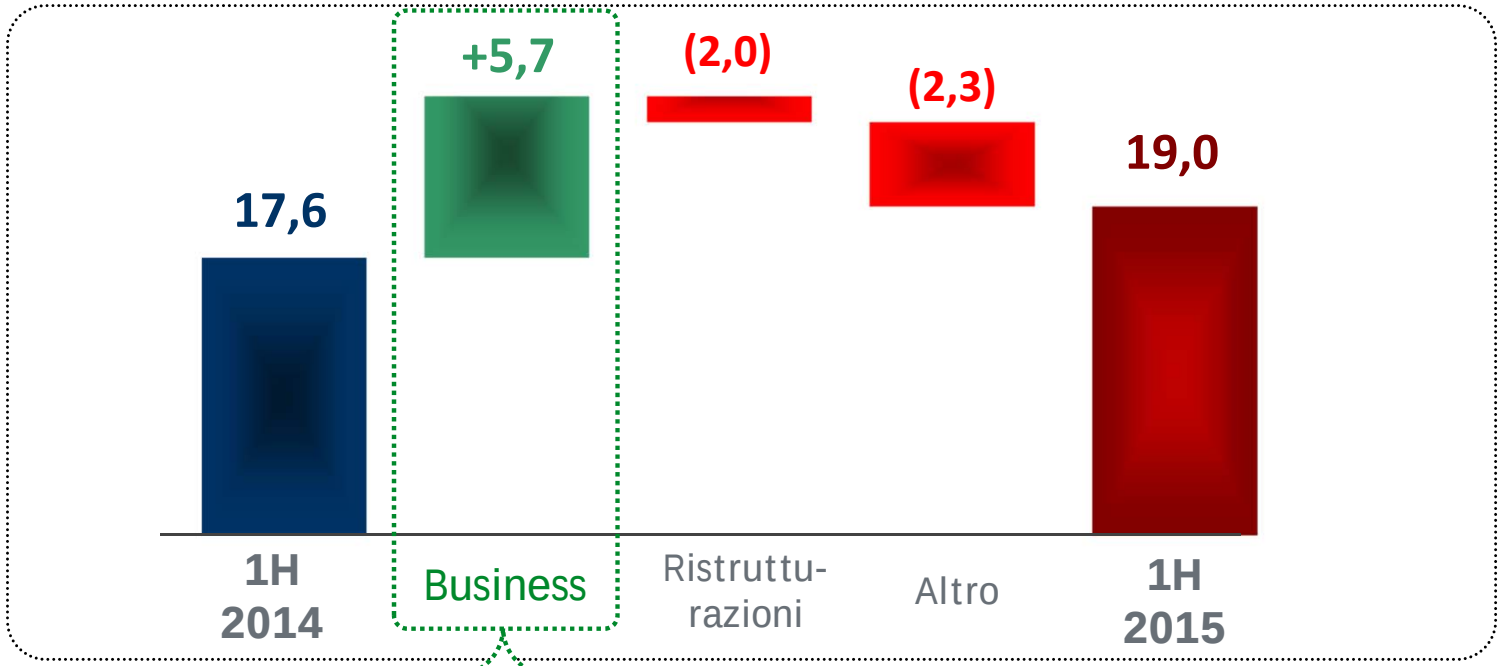
€ m	1H 2015	1H 2014	Margine % 2015	Margine % 2014	Var. (€ m)
Libri	5,2	4,7	4,2%	3,7%	0,6
Periodici Italia	9,8	9,1	6,4%	5,6%	0,7
Periodici Francia	14,4	15,3	8,6%	9,0%	-0,9
Retail	-2,8	-5,5	-3,3%	-5,9%	2,7
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	-7,7	-6,0	n.s.	n.s.	-1,7
EBITDA	**19,0**	**17,6**	3,7%	3,2%	1,4

+7,9%

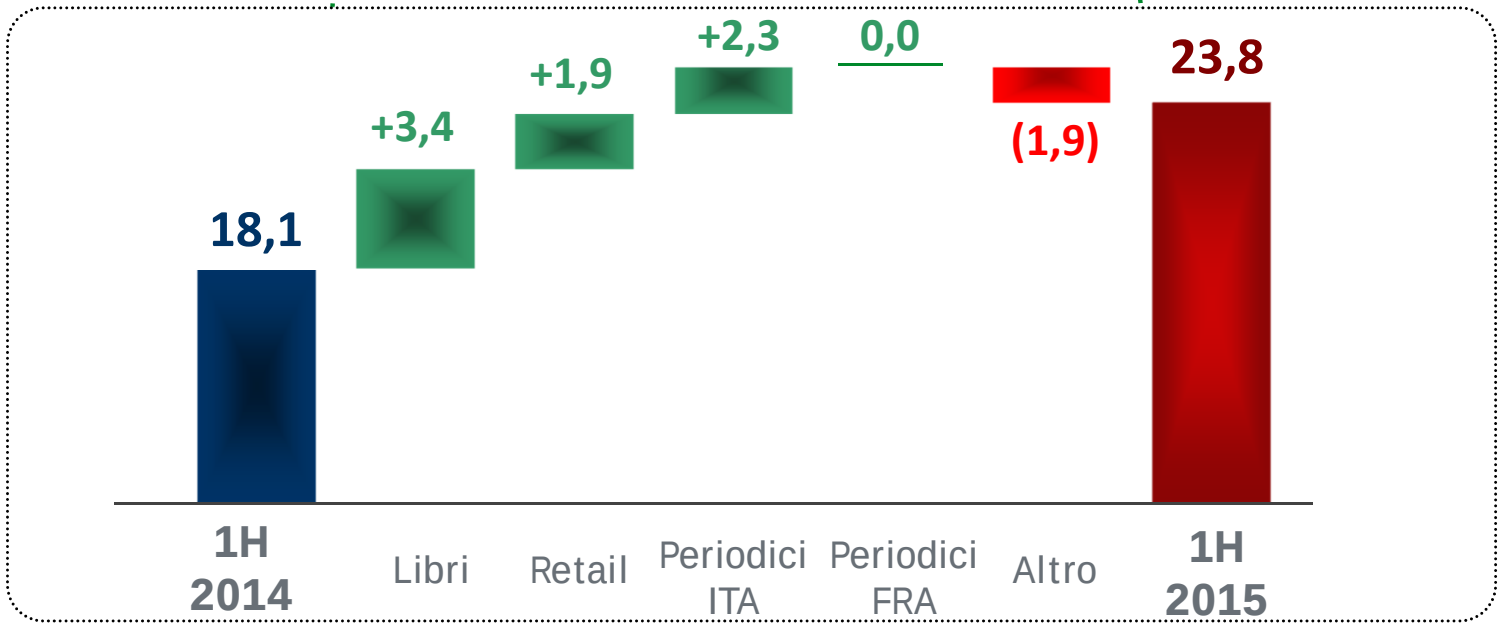
Evoluzione EBITDA – 1H15

€ mn

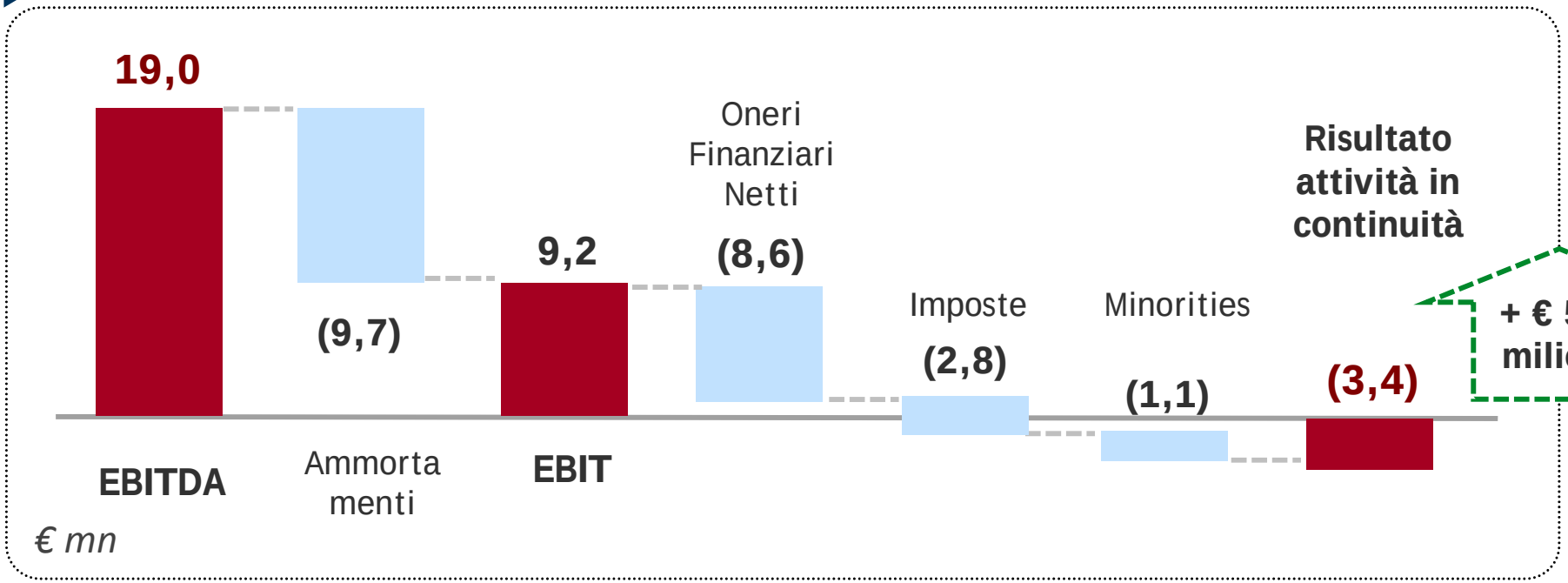
EBITDA REPORTED

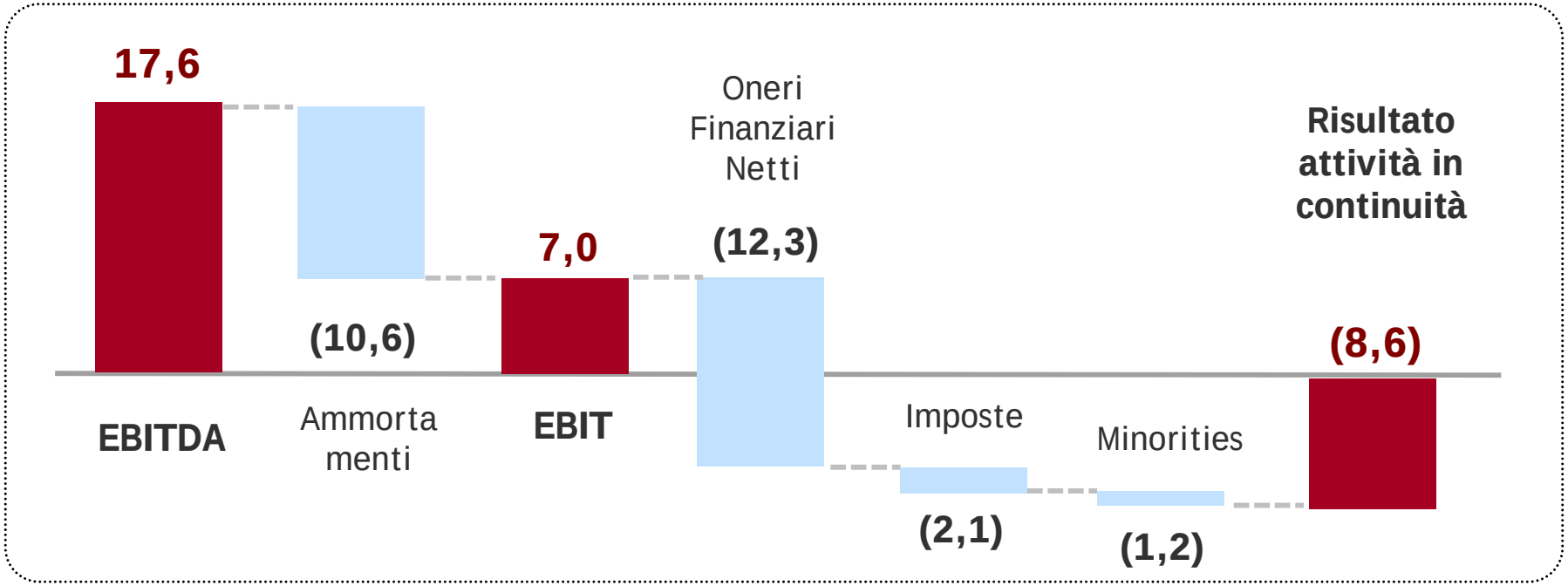


EBITDA ANTE NON RICORRENTI



Dall'EBITDA al Risultato Netto – 1H15

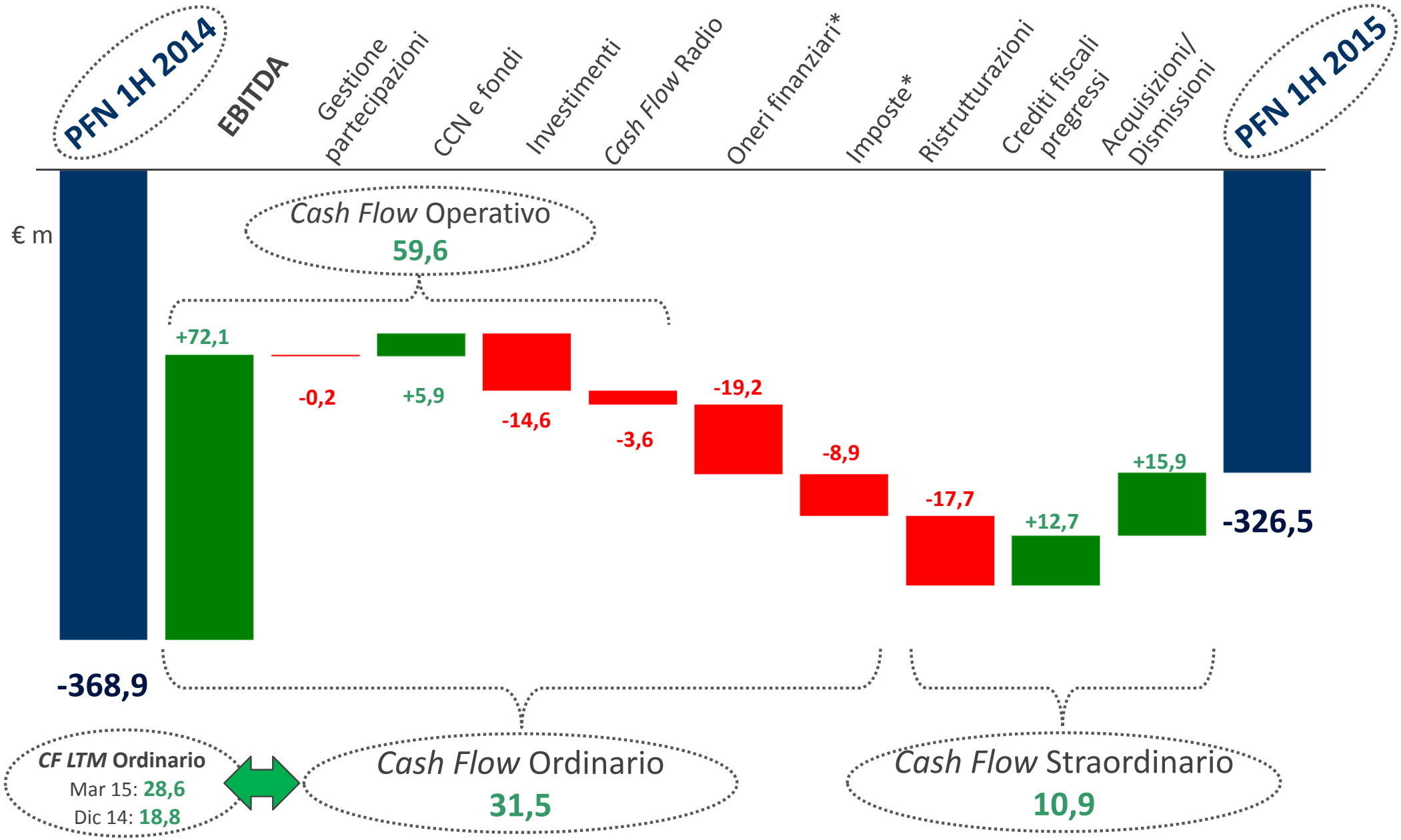




Conto Economico – 1H15

€ milioni	1° semestre 2015	Inc. % sui ricavi	1° semestre 2014	Inc. % sui ricavi	Var. %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	**517,1**	100,0%	**543,3**	100,0%	**-4,8%**
Costo del venduto	203,5	39,4%	228,4	42,0%	-10,9%
Costi variabili	106,9	20,7%	103,7	19,1%	3,1%
Costi fissi di struttura	77,0	14,9%	81,4	15,0%	-5,4%
Costo del personale	108,3	20,9%	113,6	20,9%	-4,6%
Altri oneri/(proventi)	-3,3	-0,6%	-3,5	-0,6%	-4,2%
Risultato collegate	-0,9	-0,2%	-1,6	-0,3%	-43,0%
Margine Operativo Lordo al netto di elementi non ricorrenti	***23,8***	***4,6%***	***18,1***	***3,3%***	***31,7%***
Ristrutturazioni	-5,0		-3,0		68,1%
Componenti straordinarie positive/(negative)	0,1		2,4		-95,5%
Margine Operativo Lordo	**19,0**	**3,7%**	**17,6**	**3,2%**	**7,9%**
Ammortamenti e svalutazioni	9,7	1,9%	10,6	1,9%	-8,0%
Risultato Operativo	**9,2**	**1,8%**	**7,0**	**1,3%**	**31,9%**
Proventi (oneri) finanziari netti	-8,5	-1,7%	-12,3	-2,3%	-30,5%
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-0,1				n.s.
Risultato del periodo prima delle imposte	**0,6**	**0,1%**	**-5,3**	**-1,0%**	**n.s.**
Imposte sul reddito	2,8	0,5%	2,1	0,4%	n.s.
Risultato di pertinenza di terzi	1,1	0,2%	1,2	0,2%	n.s.
Risultato delle attività in continuità	**-3,4**	**-0,6%**	**-8,6**	**-1,6%**	**n.s.**
Risultato delle attività in dismissione	-8,8	-1,7%	-2,5	-0,5%	n.s.
Risultato netto	**-12,2**	**-2,4%**	**-11,0**	**-2,0%**	**n.s.**

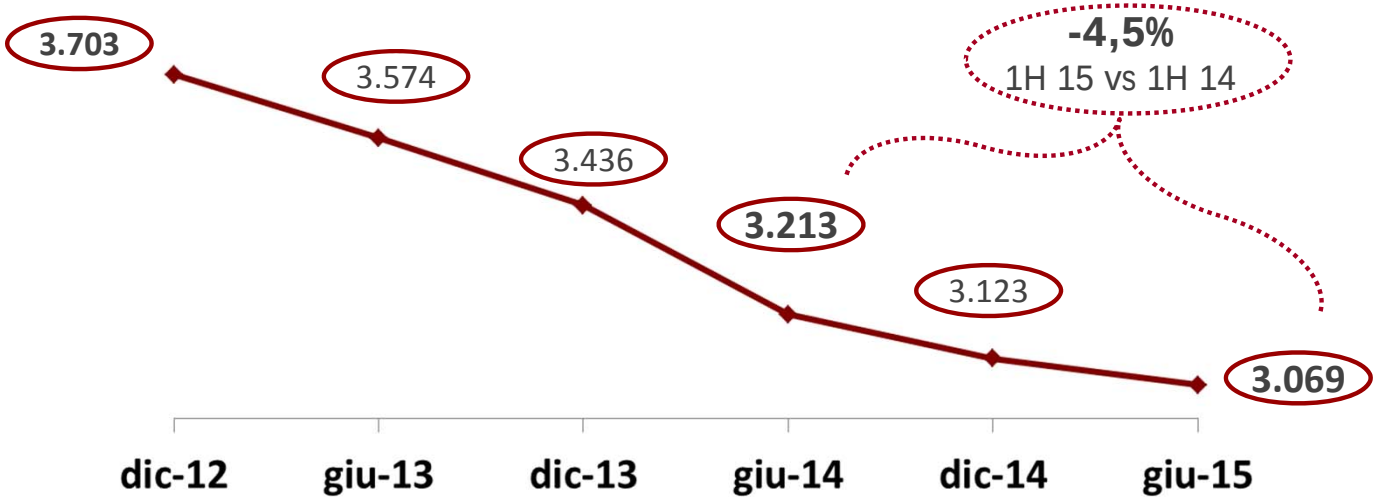
Cash Flow LTM - 1H15



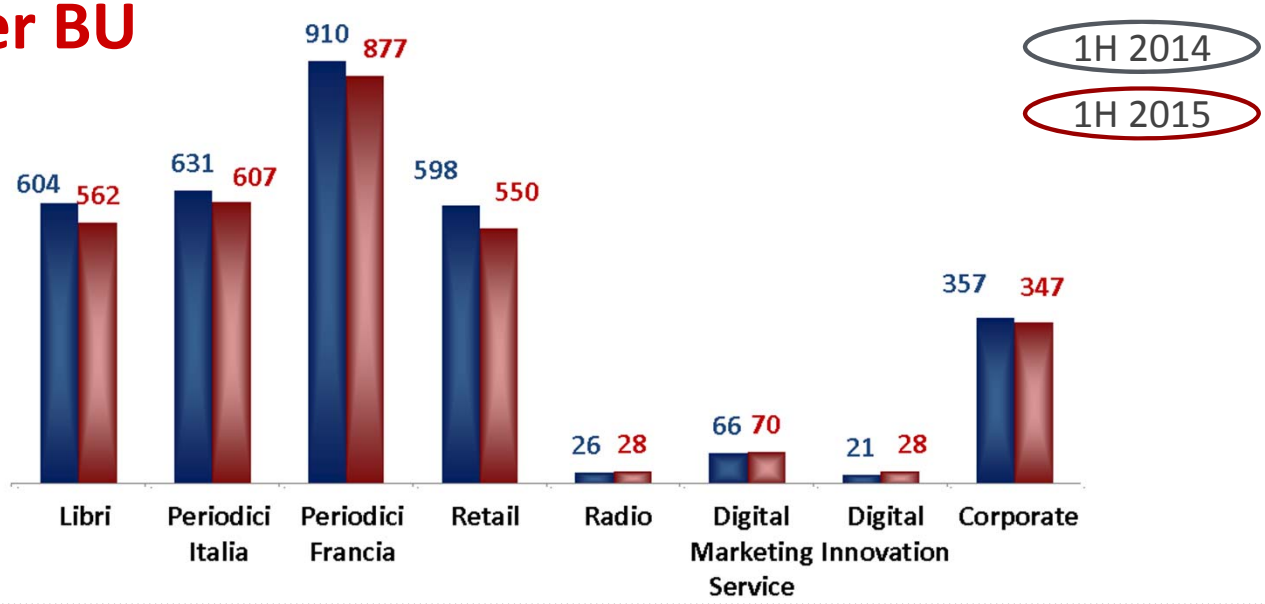
** Include l'assorbimento/generazione di cassa relativi alle attività/passività dell'area Radio*

Evoluzione *Headcount* – 1H15

Trend Headcount Totali



Headcount per BU

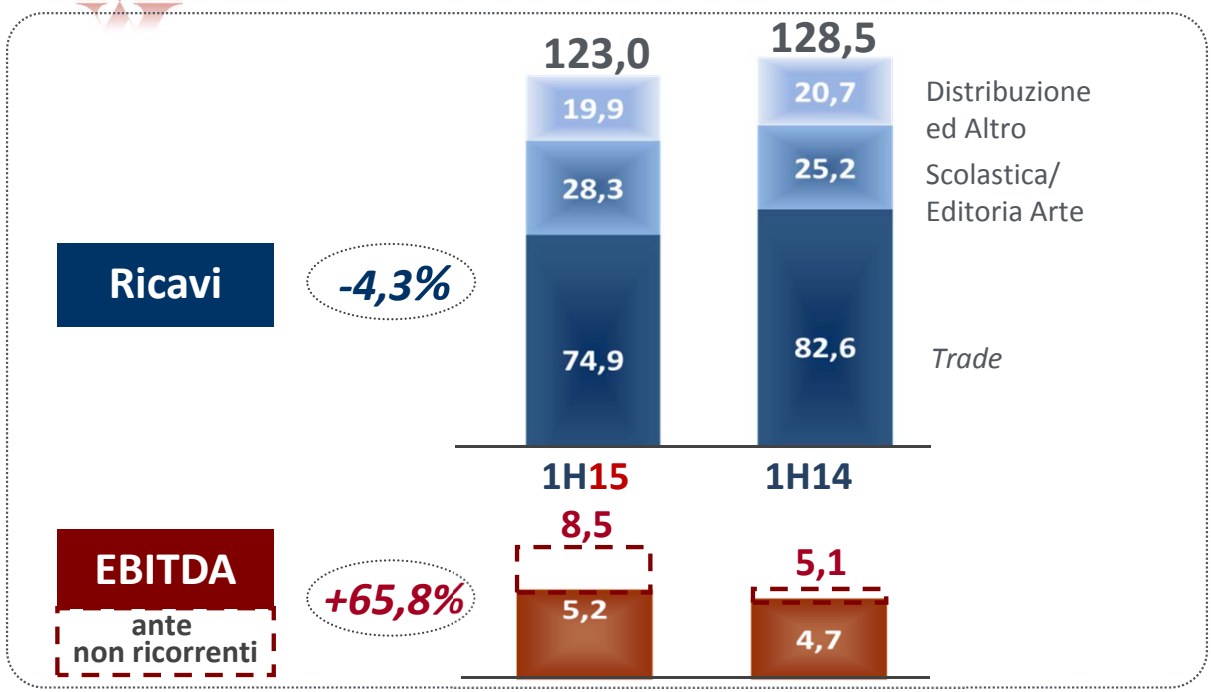


Agenda

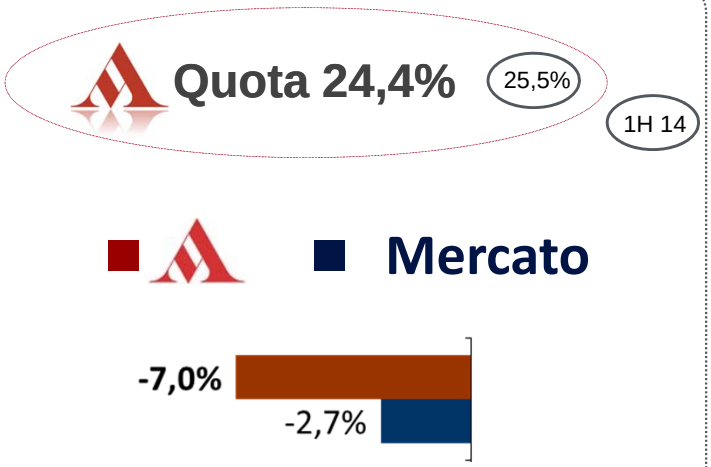
- Highlights 1H15
- Risultati 1H15
- ***Focus sulle Aree di Business***
- Outlook FY 2015

Libri - Highlights 1H15

Performance 1H 2015 (€m)



Mondadori vs il mercato



Mercato in calo, in particolare nella GDO (-8,5%) in cui Mondadori detiene il 23% del mercato

RICAVI in calo del 4,3%:

- **Libri *Trade***: flessione superiore al mercato anche per selettiva politica editoriale mirata ad incrementare la redditività; ***e-book***: ricavi in crescita del 18% (pari al 6,1% del totale)
- **Libri *Educational:*** ricavi in crescita del 12,4% per positiva *performance* della scolastica; crescita delle attività di gestione delle concessioni museali (anche legate ad Expo)

EBITDA ante non ricorrenti in crescita da 5,1 a **8,5 milioni di Euro** per effetto di una **più efficace gestione** dei processi operativi e della riduzione dei costi fissi di struttura

In libreria dal 3 luglio

4 titoli nella top 10 del primo semestre

- 3 – Cinquanta sfumature di grigio
- 7 – Storia di una ladra di libri
- 8 – La vigna di Angelica
- 9 – Cinquanta sfumature di nero

Fonte: GFK, giugno 2015 (dati a valore)

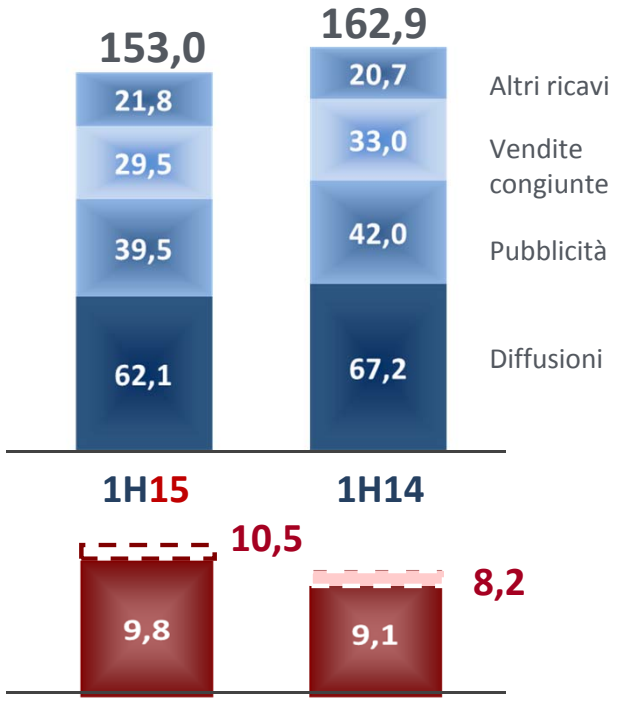
Periodici Italia - Highlights 1H15

Include le attività dell'Area Pubblicità

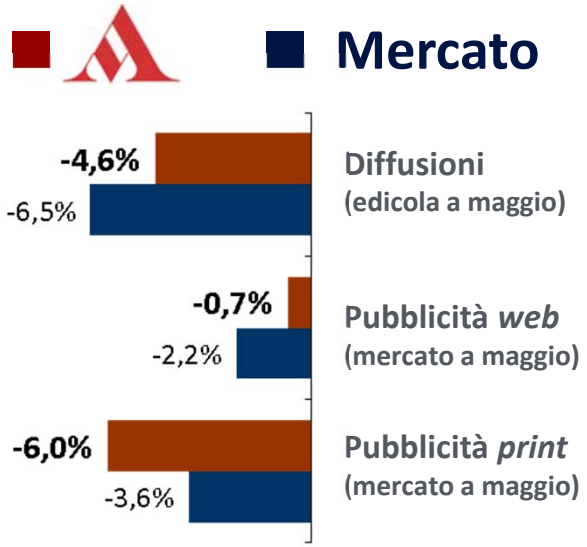
Performance 1H 2015 (€m)

Ricavi *-6,1%*

EBITDA ante non ricorrenti *+28,6%*



Mondadori vs il mercato



Quota di mercato diffusioni edicola pari al **32,3%**

RICAVI in calo del 6,1% (**-5,7% a portafoglio omogeneo***):

- **ricavi diffusionali,** in calo del 7,6% (**-6,8% a portafoglio omogeneo***), anche per politica di selezione delle iniziative promozionali più profittevoli nei canale abbonamenti ed edicola
- **ricavi pubblicitari** (*print+web*) in calo del 5,9% (**-5,6% a portafoglio omogeneo***)
- **vendite congiunte** in calo del 10,6% anche per la razionalizzazione delle iniziative, ma in recupero rispetto 1Q 2015

EBITDA ante non ricorrenti in crescita del 28,6% per le incisive azioni di **revisione della struttura editoriale ed operativa**, del **continuo intervento sui costi** e della **selezione delle iniziative**

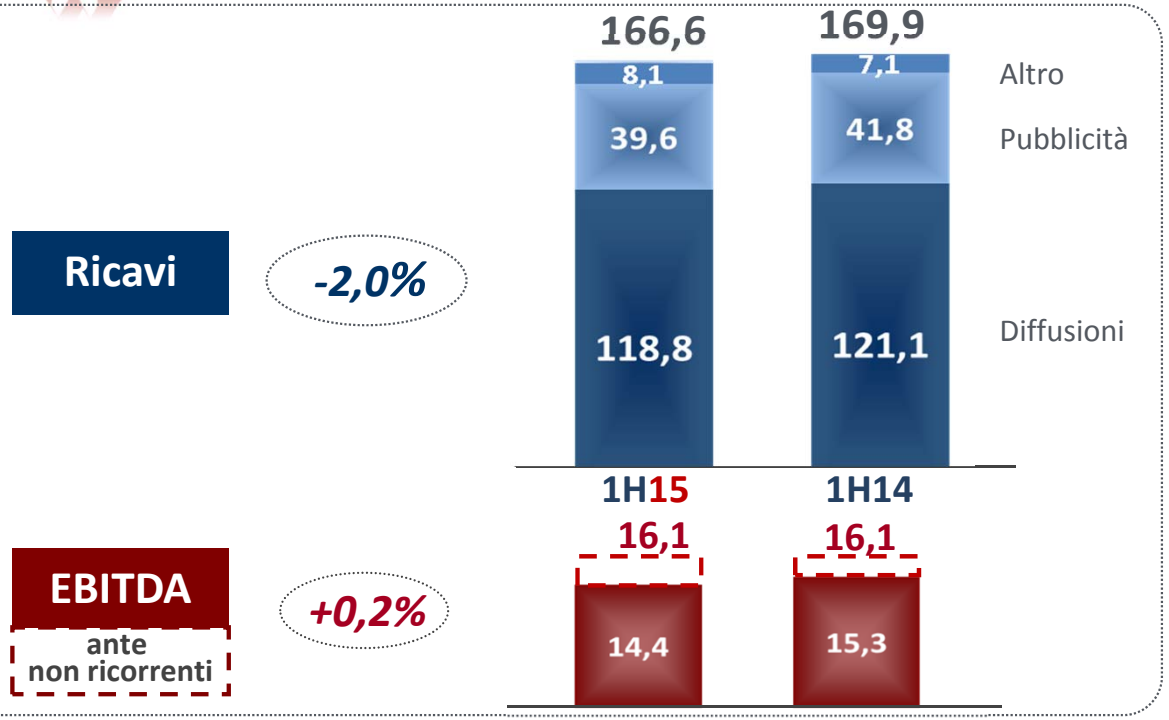
EBITDA (€9,8 da €9,1 milioni) nel 1H 2014 includeva plusvalenza di 1 milione di Euro (da conferimento in *Mediamond)*

** Nel 1H15 rispetto al 1H14 2 testate in meno in portafoglio*

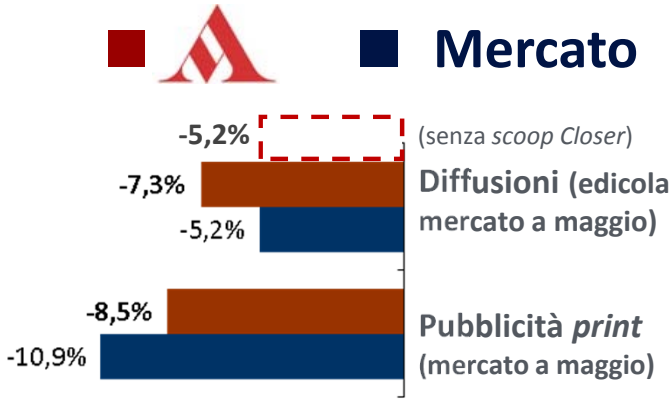
Fonte: pubblicità – Nielsen (maggio2015); diffusioni - fonte interna (dati a valore, maggio 2015)

Periodici Francia - Highlights 1H15

Performance 1H 2015 (€m)



Mondadori vs il mercato



- Mondadori si conferma **2° operatore** del mercato **pubblicitario** dei periodici con una quota del **10,3%** (a volume)
- *Performance* diffusionale **in linea con il mercato** (-5,2%) escludendo effetto «*scoop Hollande*» nel 1H 2014

RICAVI in calo del 2,0%:

- **risultati diffusionali (75% del totale)** in calo dell'1,9% di cui edicola -7,3% (1H 2014 includeva «*scoop Hollande*» di *Closer*, al netto di cui calo si riduce al 5,2%) ed abbonamenti +0,6%
- **ricavi pubblicitari** (*print+web*) in calo del 5,2% di cui il digitale (che rappresenta il 14% dei ricavi) è in crescita del 23%

EBITDA ante non ricorrenti stabile a **€16,1 milioni** (marginalità sui ricavi del 9,7%)

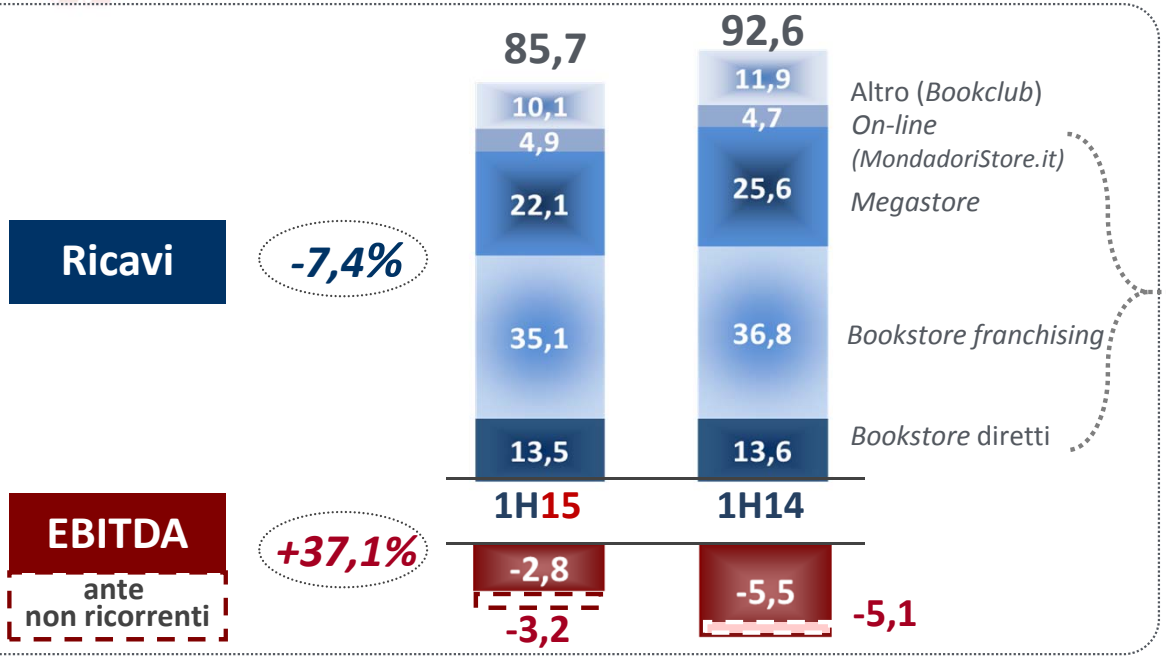
Includendo l'effetto delle ristrutturazioni, **EBITDA** in calo del 5,7% a **14,4 milioni di Euro**

Proseguono le attività di razionalizzazione delle strutture e di contenimento dei costi redazionali per adeguare l'organizzazione alle trasformazioni del mercato e mantenerne la redditività

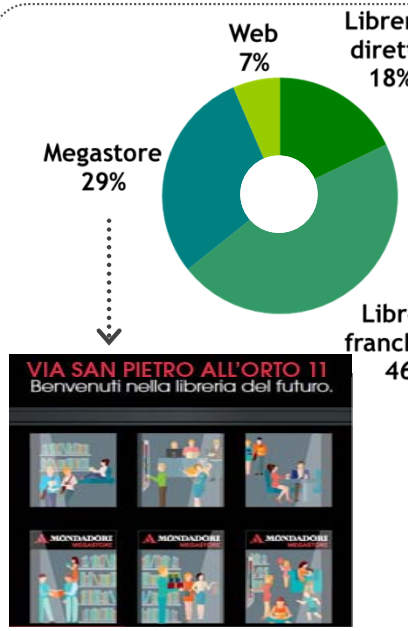
Fonte: Adv – Kantar Media (dati a valore a maggio); diffusione – fonte interna, dati a maggio (esclusa edizione straordinaria Charlie Hebdo)

Retail - Highlights 1H15

Performance 1H 2015 (€m)



Ricavi 1H 2015* per canale



Diretti	Dic 14	Var.	Giu 15
Librerie	21	-1	20
Megastore	7	2	9
TOT PdV	**28**	**1**	**29**

Franchising	Dic 14	Var.	Giu 15
Franchising	323	-15	308
Point	217	2	219
TOT PdV	**540**	**-13**	**527**

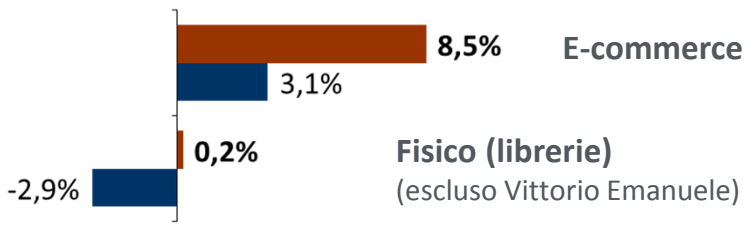
RICAVI:

- ***Bookstore* diretti -0,6%**
- ***Bookstore* in *franchising* -4,7%** con un *trend* stabile nella categoria Libro
- ***Megastore*** in calo per gli effetti della cessione del *flagship store* di Vittorio Emanuele; *performance* positiva nel Libro
- ricavi delle vendite ***on-line*** in crescita del 2,5%

EBITDA - dimezzata la perdita per effetto di:

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

Contesto 1H15 nel mercato del Libro = 77% dei ricavi*

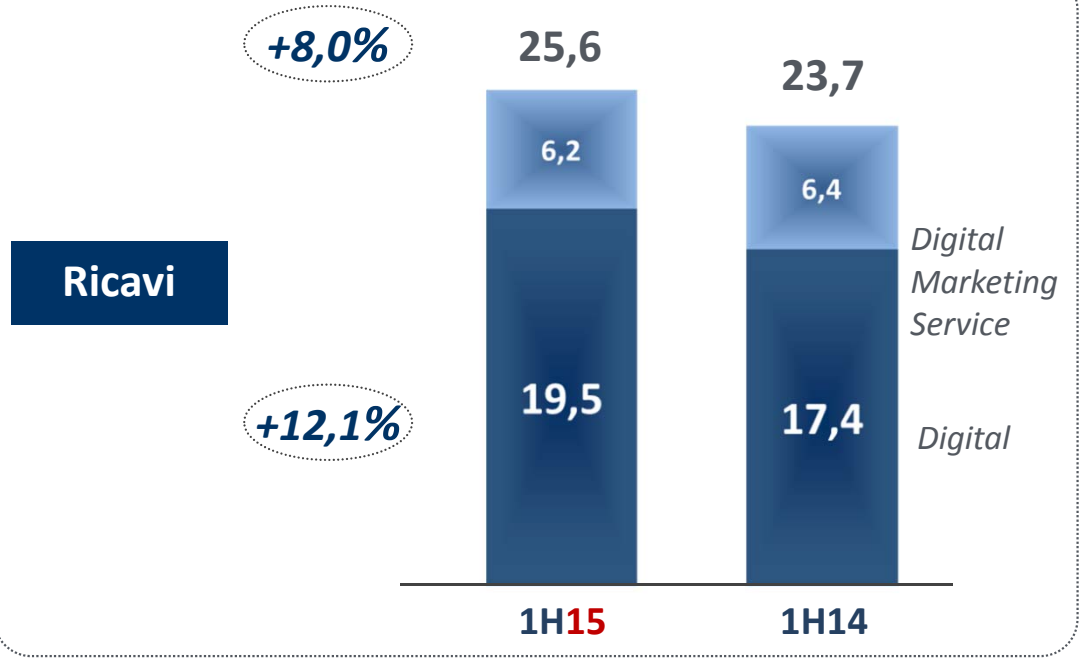


** Ricavi "Total Store", i canali non includono i Bookclub*

Fonte: GFK, giugno 2015 (dati a valore)

Digital - Highlights 1H15

Performance 1H 2015* (€m)



Audience properties

Italia

Ricavi pubblicitari: -0,7%, *performance* migliore del mercato (Grazia.it +7,3%)

Audience: significativa crescita (+41%) dei dati di traffico pari a **6,7 milioni** di **utenti unici****

- *Grazia.it (+38%)*
- *Panorama.it* (+11%)

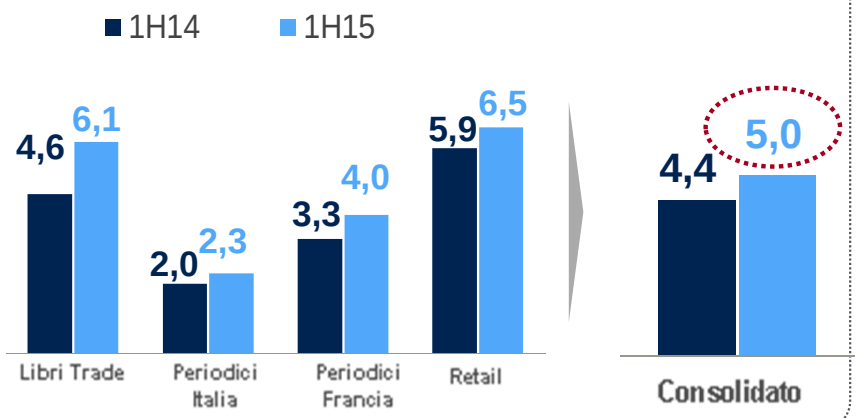
Francia

Ricavi pubblicitari: +23% (14% del totale)

Audience: **utenti unici** in crescita a 8,3 milioni** a maggio (+19% rispetto al dato medio del H1 2014)

- **RICAVI** complessivi dell'area **in crescita dell'8,0%**
  - **Ricavi** delle attività **puramente digitali** in crescita del **12,1%**
  - **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
- 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

** Fonte: Italia – Audiweb; Francia – Nielsen (maggio 2015)

Agenda

- Highlights 1H15
- Risultati 1H15
- Focus sulle Aree di Business
- ***Outlook FY 2015***

Outlook FY15

Confermata la stima per l'esercizio 2015 di:

- **margine operativo lordo del Gruppo in crescita**
- **Posizione Finanziaria Netta in miglioramento** rispetto a fine 2014 (**NFP/EBITDA < 3,5x**)

sulla base di:

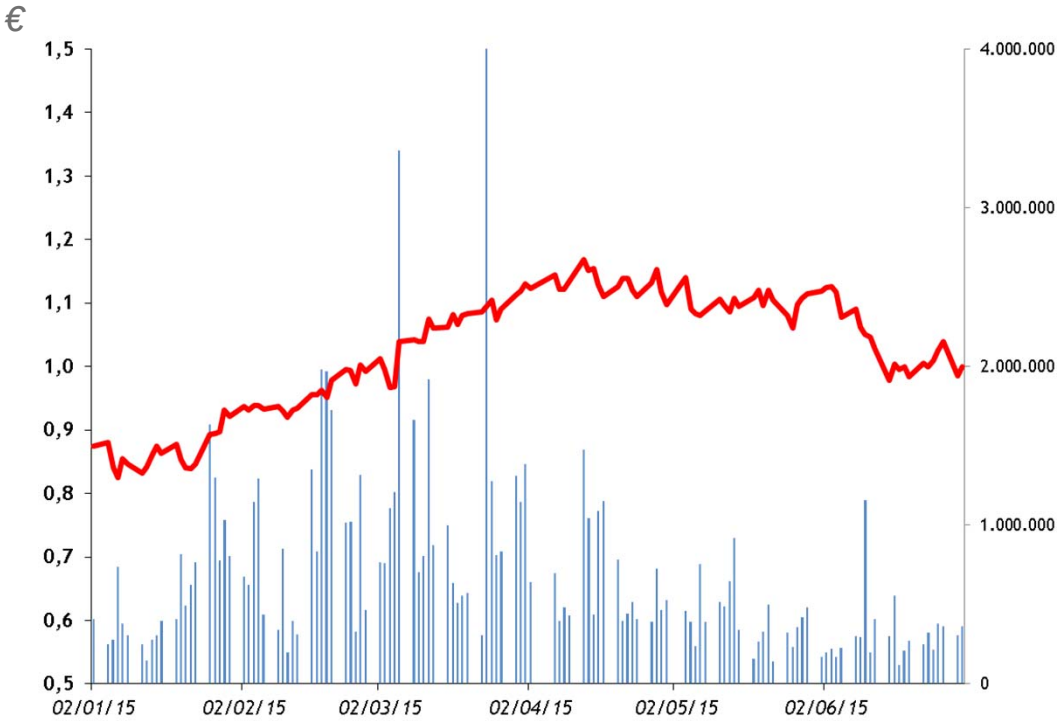
- ✓ **positivi risultati** registrati dal Gruppo nel semestre
- ✓ costanti interventi di **ottimizzazione** dei processi operativi e della struttura dei costi
- ✓ azioni finalizzate a **mitigare il calo dei ricavi** derivante dalla dinamica dei mercati

e pur in un contesto di ripresa degli investimenti e possibili variazioni di perimetro nell'Area *Digital* finalizzati a garantire il futuro sviluppo del Gruppo

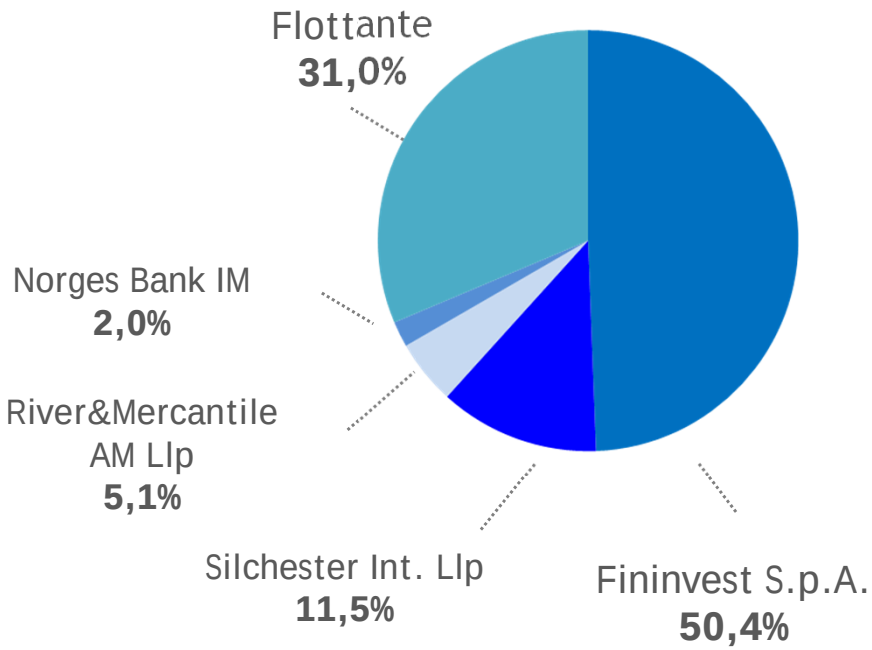
ALLEGATI

Company Profile

Andamento del titolo (1H 15)



Azionariato (ad oggi)



Mondadori in Borsa

Ticker	MN IM (Bloomberg), MN.MI (Reuters)
Capitalizzazione di mercato (ad oggi)	€268 m
N. Azioni capitale sociale	261.458.340
Media azioni negoziate (primo semestre)	695.460

Conto Economico – 2Q15

€ milioni	2° trim. 2015	Inc. % sui ricavi	2° trim. 2014	Inc. % sui ricavi	Var. %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	**268,3**	*100,0%*	**277,6**	*100,0%*	***-3,3%***
Costo del venduto	104,1	*38,8%*	116,0	*41,8%*	*-10,3%*
Costi variabili	57,8	*21,5%*	52,3	*18,8%*	*10,5%*
Costi fissi di struttura	38,1	*14,2%*	39,0	*14,0%*	*-2,1%*
Costo del personale	54,6	*20,4%*	56,0	*20,2%*	*-2,4%*
Altri oneri/(proventi)	-0,7	*-0,3%*	2,0	*0,7%*	*n.s.*
Risultato collegate	0,6	*0,2%*	-0,4	*-0,2%*	*n.s.*
Margine Operativo Lordo al netto di elementi non ricorrenti	***15,0***	***5,6%***	***11,9***	***4,3%***	***26,4%***
Ristrutturazioni	-1,9		-1,2		*68,5%*
Componenti straordinarie positive/(negative)	-1,1		0,0		*n.s.*
Margine Operativo Lordo	**12,0**	***4,5%***	**10,7**	***3,9%***	***11,2%***
Ammortamenti e svalutazioni	4,9	*1,8%*	5,3	*1,9%*	*-9,1%*
Risultato Operativo	**7,1**	***2,6%***	**5,4**	***1,9%***	***31,3%***
Proventi (oneri) finanziari netti	-4,1	*-1,5%*	-6,4	*-2,3%*	*-35,5%*
Proventi (oneri) da altre partecipazioni					
Risultato del periodo prima delle imposte	**3,0**	***1,1%***	**-1,0**	***-0,3%***	***n.s.***
Imposte sul reddito	2,0	*0,7%*	1,5	*0,6%*	*29,4%*
Risultato di pertinenza di terzi	0,6	*0,2%*	0,8	*0,3%*	*-14,0%*
Risultato delle attività in continuità	**0,4**	***0,1%***	**-3,3**	***-1,2%***	***n.s.***
Risultato delle attività in dismissione	-7,8	*-2,9%*	-1,3	*-0,5%*	*n.s.*
Risultato netto	**-7,5**	***-2,8%***	**-4,6**	***-1,7%***	***n.s.***

2Q15 per Area di Business

RICAVI

€ m	2Q 2015	2Q 2014	Var.%
Libri	67,2	71,7	-6,3%
Periodici Italia*	78,4	78,2	0,2%
Periodici Francia	86,7	88,2	-1,7%
Retail	41,7	45,4	-8,1%
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	8,6	7,2	18,8%
Intercompany	-14,2	-13,2	7,7%
Ricavi Netti	**268,3**	**277,6**	**-3,3%**

EBITDA REPORTED

€ m	2Q 2015	2Q 2014	Var. (€ m)
Libri	4,9	3,4	1,5
Periodici Italia	3,5	2,2	1,3
Periodici Francia	9,6	10,1	-0,5
Retail	-0,9	-1,8	0,9
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	-5,2	-3,2	-2,0
EBITDA	**12,0**	**10,7**	**1,2**

EBITDA ANTE NON RICORRENTI

€ m	2Q 2015	2Q 2014	Margine % 2015	Margine % 2014	Var. (€ m)
Libri	5,8	3,7	8,6%	5,2%	2,1
Periodici Italia	4,0	2,2	5,1%	2,8%	1,8
Periodici Francia	11,4	10,3	13,2%	11,7%	1,1
Retail	-1,3	-1,7	-3,1%	-3,7%	0,4
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	-4,9	-2,6	n.s.	n.s.	-2,3
EBITDA	**15,0**	**11,9**	**5,6%**	**4,3%**	**3,1**

** Nell'area Periodici Italia dal 1° gennaio 2015 sono incluse le attività dell'area Pubblicità; il 2014 , a fini comparativi, è stato riclassificato*

Stato Patrimoniale – 1H15

€ milioni	30.06.2015	30.06.2014	Delta	31.12.2014
Crediti commerciali netti	260,1	278,1	*(18,0)*	263,1
Magazzino	115,3	118,3	*(3,0)*	108,4
Debiti Commerciali	(351,9)	(359,5)	*7,6*	(343,3)
Altre attività / (passività)	11,2	15,3	*(4,1)*	(14,8)
CCN	**34,7**	**52,2**	***(17,5)***	**13,4**
Immobilizzazioni Immateriali	551,1	571,3	*(20,2)*	553,7
Immobilizzazioni Materiali	31,0	35,3	*(4,3)*	32,4
Partecipazioni	39,9	37,3	*2,6*	39,5
ATTIVO FISSO NETTO	**622,0**	**643,9**	***(21,9)***	**625,6**
Fondi	(53,4)	(61,3)	*7,9*	(68,4)
Indennità di fine rapporto	(44,2)	(45,1)	*0,9*	(46,3)
Attività / (passività) destinate alla dismissione	45,8	55,3	*(9,5)*	56,6
CAPITALE INVESTITO NETTO	**604,9**	**645,0**	***(40,1)***	**580,9**
Capitale sociale	68,0	68,0	*0,0*	68,0
Riserve e patrimonio netto di terzi azionisti	222,6	219,2	*3,4*	220,5
Risultato Netto	(12,2)	(11,0)	*(1,2)*	0,6
PATRIMONIO NETTO	**278,4**	**276,1**	***2,3***	**289,1**
PFN	**326,5**	**368,9**	***(42,4)***	**291,8**
TOTALE FONTI	**604,9**	**645,0**	***(40,1)***	**580,9**

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