Gruppo Mondadori
Risultati 9M15

Investor Presentation

5 Novembre 2015

Ernesto Mauri, CEO
Oddone Pozzi, CFO

MONDADORI

Agenda

- ***Highlights 9M15***
- Risultati 9M15
- Focus sulle Aree di Business
- Outlook FY 2015

Highlights 9M15

Key Takeaways

Miglioramento dei risultati operativi del Gruppo

Razionalizzazione strategica del portafoglio di attività:

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

Cessione 80% di Monradio

Cessione JV Harlequin Mondadori

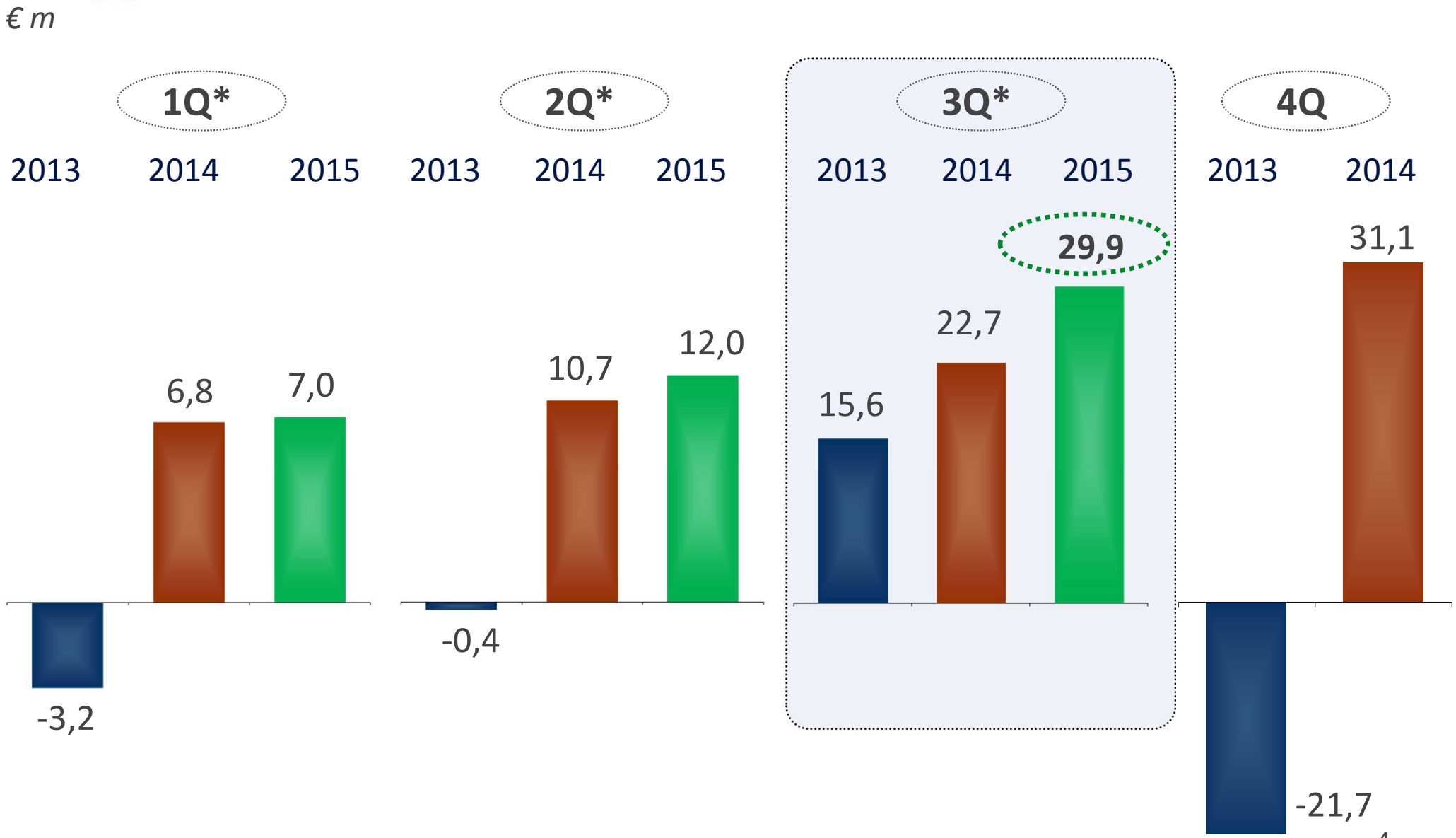
30 Settembre

Accordo per acquisizione RCS Libri

4 Ottobre

Highlights 9M15

Miglioramento dell'EBITDA per 7 trimestri consecutivi



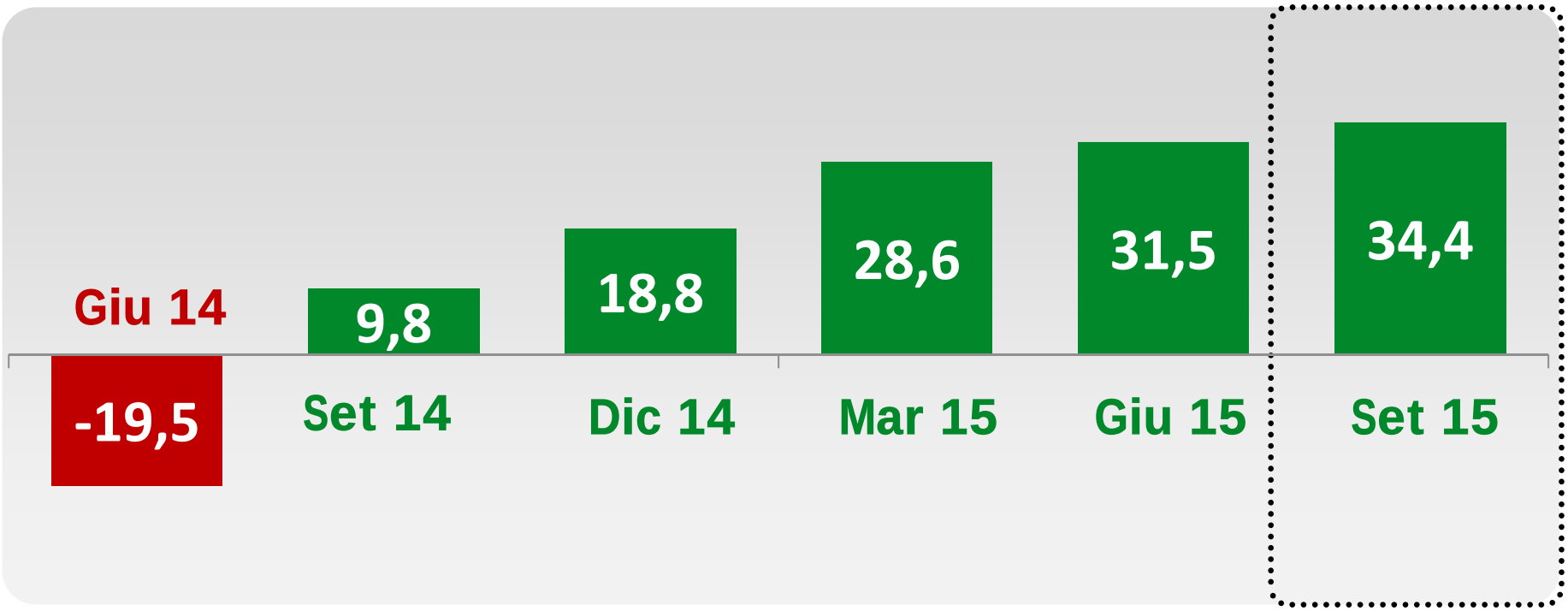
** 1Q, 2Q e 3Q non includono i risultati del business radiofonico in quanto riclassificato tra le attività dismesse*

Highlights 9M15

Continuo *trend* di incremento della generazione di cassa

€ m

Cash Flow Ordinario LTM

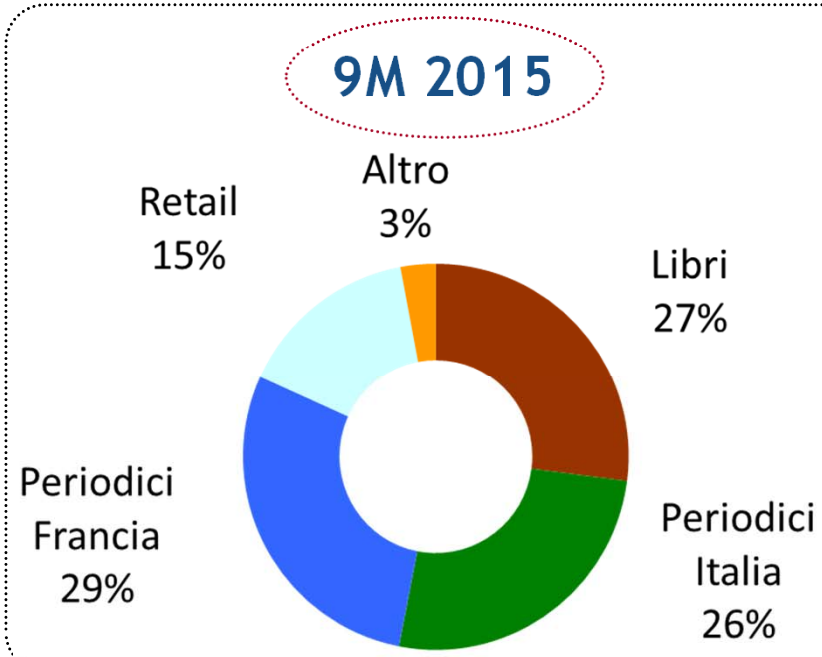


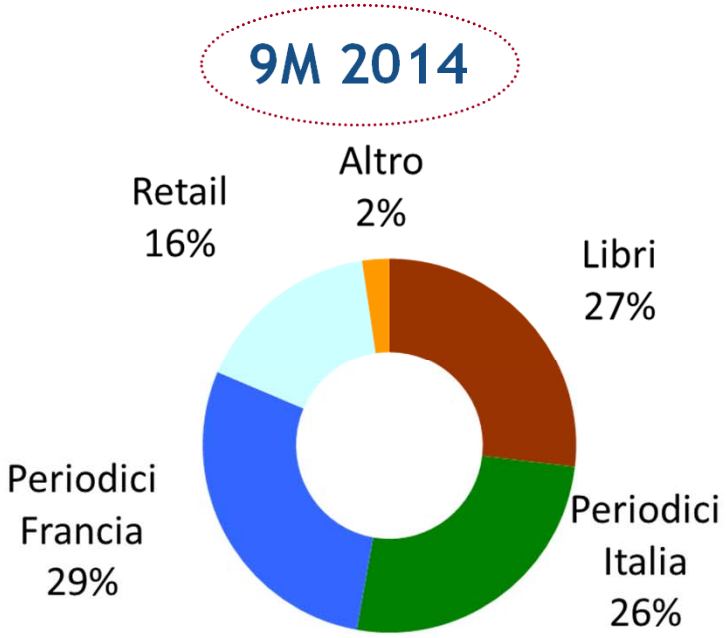
Agenda

- Highlights 9M15
- ***Risultati 9M15***
- Focus sulle Aree di Business
- Outlook FY 2015

Ricavi per Area di Business – 9M15

€ m	9M 2015	9M 2014	Var.
Libri	232,7	238,9	-2,6%
Periodici Italia*	224,0	231,0	-3,0%
Periodici Francia	246,8	254,2	-2,9%
Retail	131,6	144,9	-9,2%
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	25,4	20,9	21,4%
Intercompany	-43,3	-38,0	-13,8%
Ricavi Netti	**817,1**	**851,9**	**-4,1%**





** Nell'area Periodici Italia dal 1° gennaio 2015 sono incluse le attività dell'area Pubblicità; il 2014, a fini comparativi, è stato riclassificato; dal 1° luglio 2015, è consolidata la società* Gruner+Jahr/Mondadori: *a pari perimetro, ricavi consolidati in calo del 4,6%; ricavi Periodici Italia in calo del 5,0%*

EBITDA per Area di Business – 9M15

EBITDA ANTE NON RICORRENTI

€ m	9M 2015	9M 2014	Margine % 2015	Margine % 2014	Var. (€ m)
Libri	35,5	35,2	15,3%	14,7%	0,3
Periodici Italia*	4,1	-0,4	1,8%	-0,2%	4,6
Periodici Francia	22,1	23,2	9,0%	9,1%	-1,1
Retail	-3,1	-5,4	-2,4%	-3,7%	2,3
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	-10,7	-9,0	n.s.	n.s.	-1,7
EBITDA	**48,0**	**43,6**	5,9%	5,1%	4,4

+10,0%

EBITDA REPORTED

€ m	9M 2015	9M 2014	Margine % 2015	Margine % 2014	Var. (€ m)
Libri	39,6	34,8	17,0%	14,6%	4,8
Periodici Italia*	3,3	0,4	1,5%	0,2%	2,8
Periodici Francia	20,0	22,3	8,1%	8,8%	-2,2
Retail	-2,8	-6,0	-2,1%	-4,1%	3,2
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	-11,3	-11,3	n.s.	n.s.	0,0
EBITDA	**48,8**	**40,2**	6,0%	4,7%	8,6

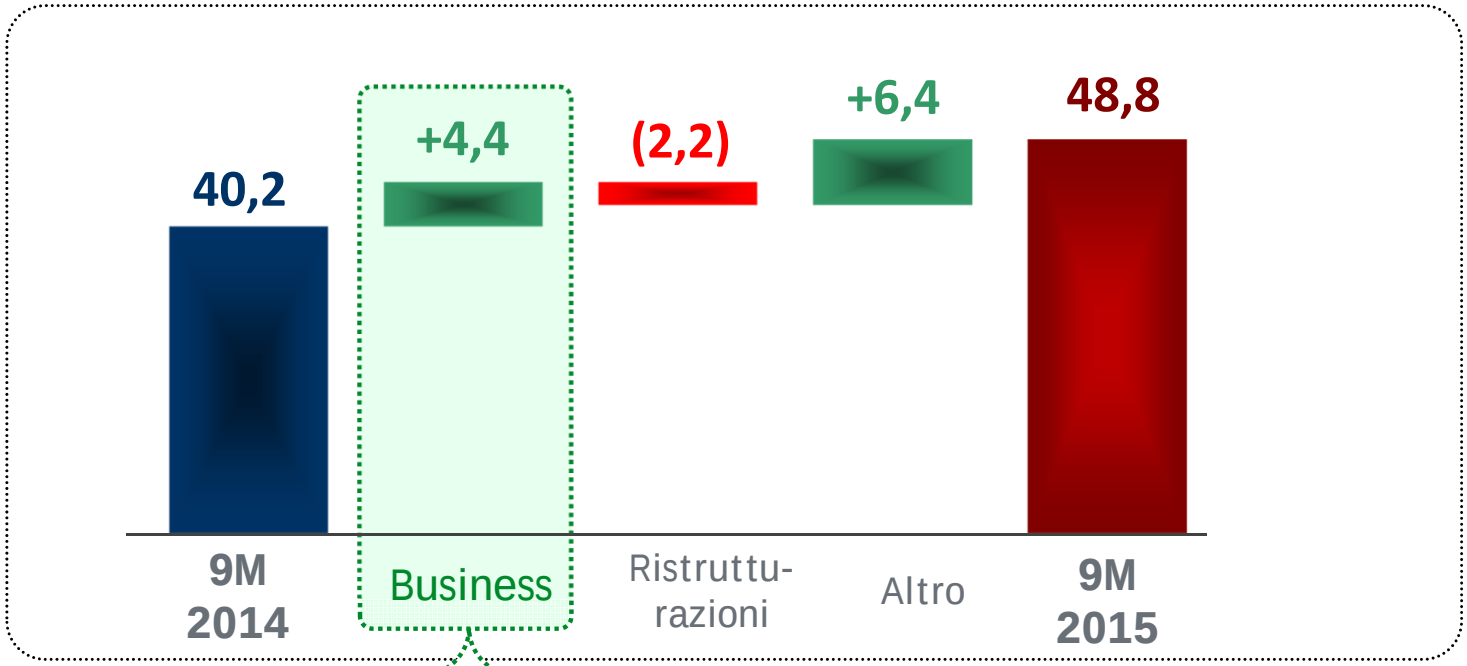
+21,3%

** Nell'area Periodici Italia consolidamento della società* Gruner+Jahr/Mondadori *dal 1° luglio 2015 ha contribuito per €0,7 milioni*

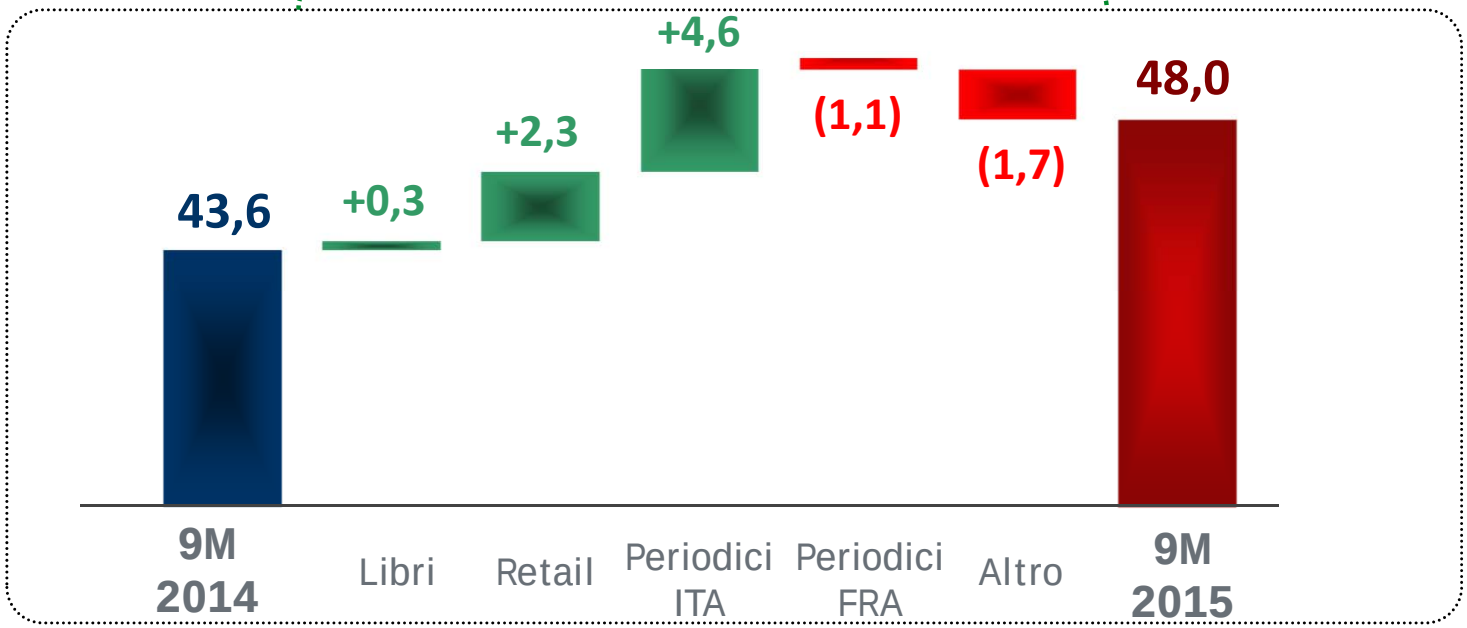
Evoluzione EBITDA – 9M15

€ mn

EBITDA REPORTED

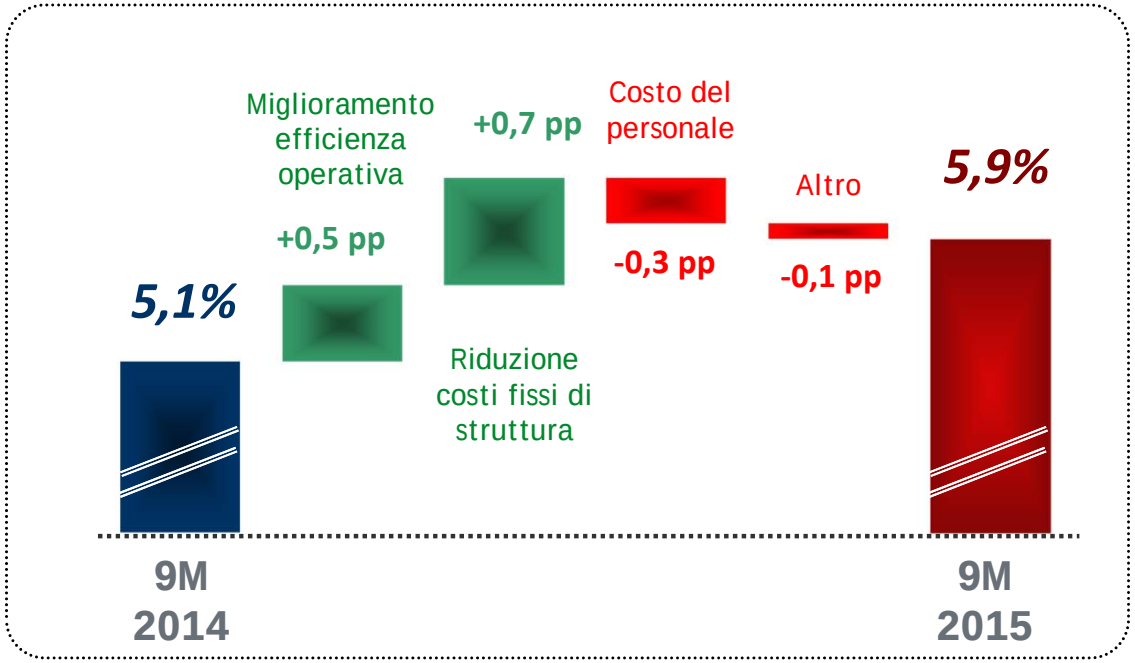


EBITDA ANTE NON RICORRENTI



Evoluzione EBITDA – 9M15

INCREMENTO MARGINALITÀ (EBITDA ANTE NON RICORRENTI, % sui RICAVI)

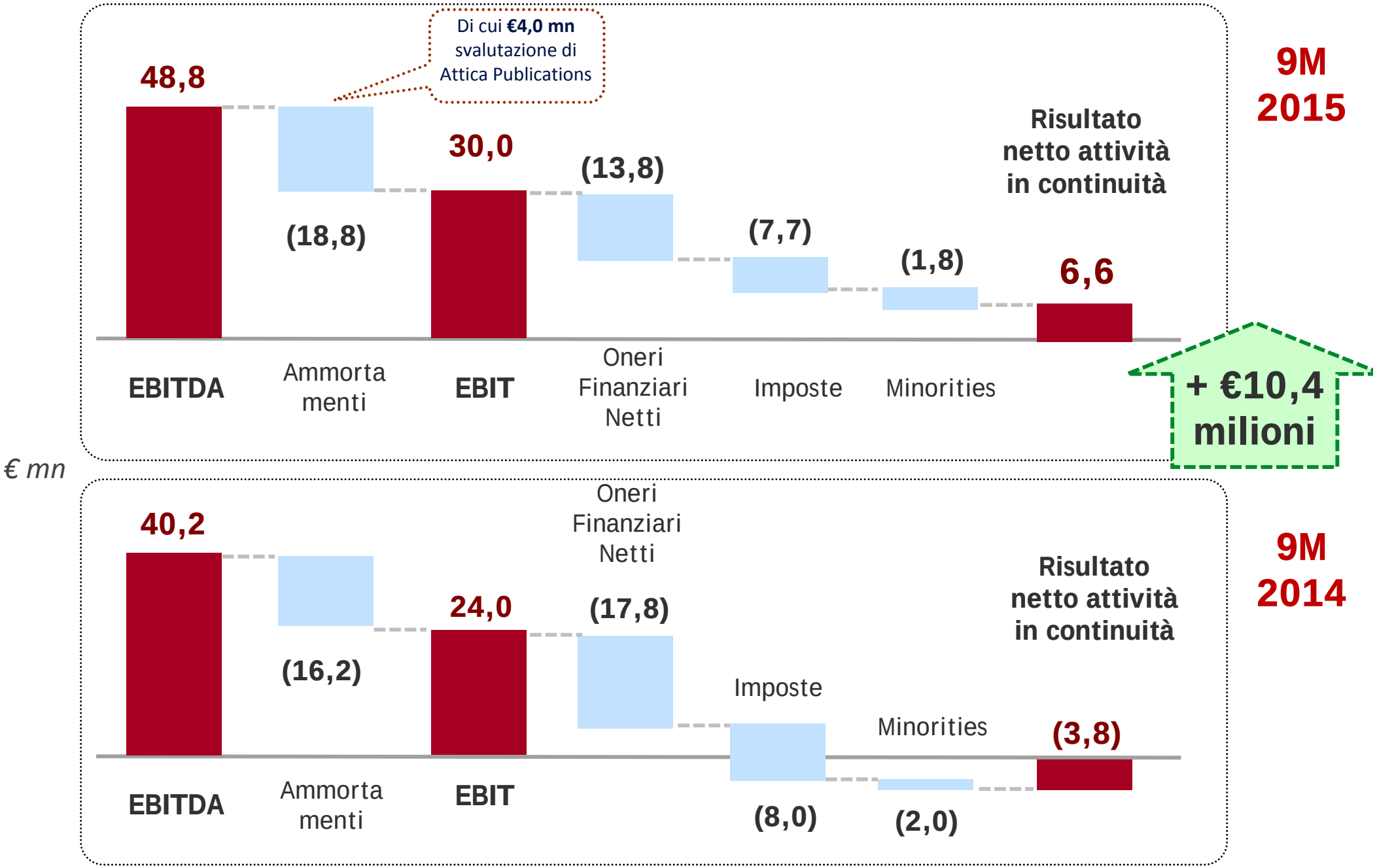


EVOLUZIONE STRUTTURA COSTI (ANTE NON RICORRENTI)

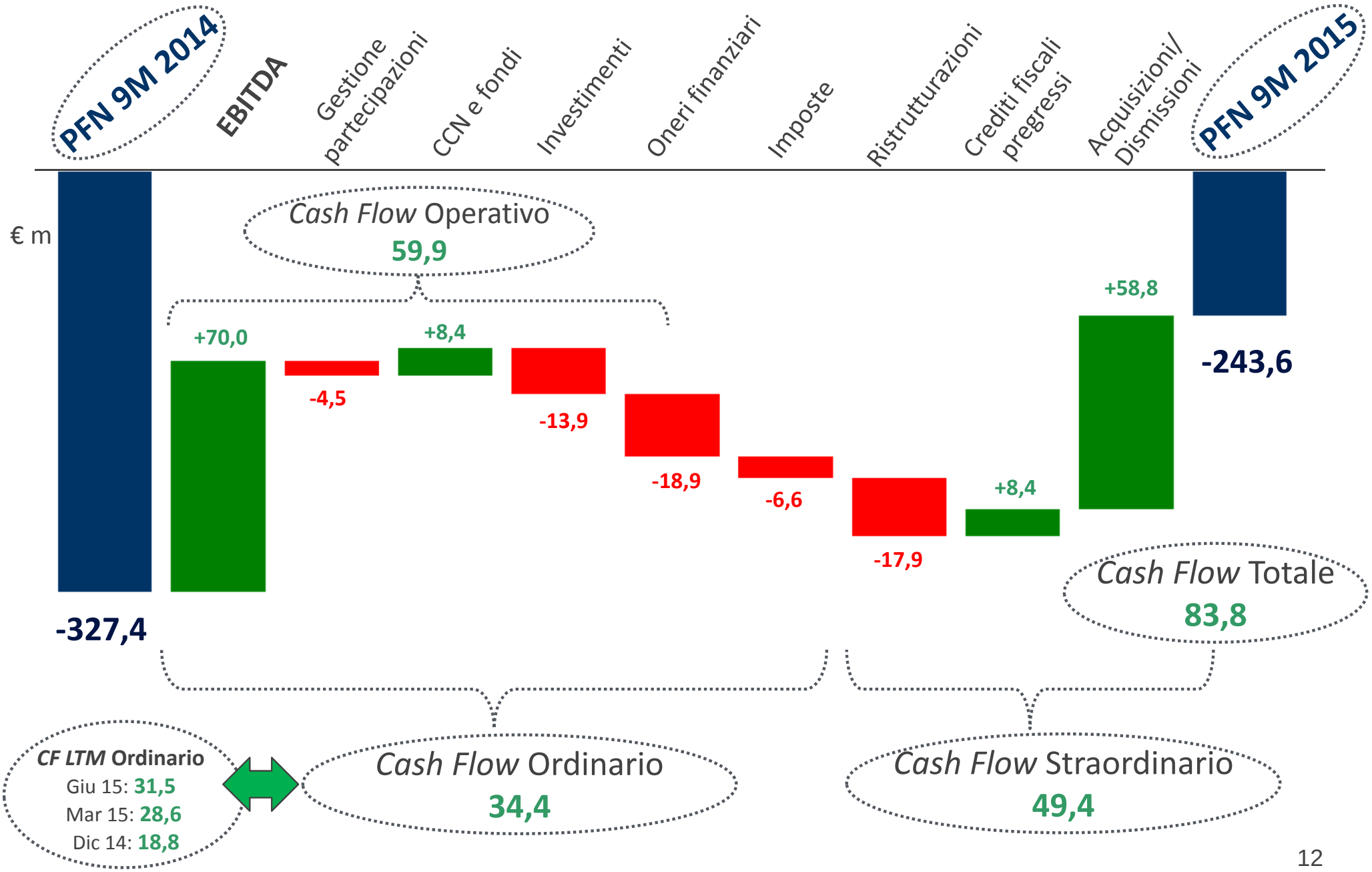
€ mn	9M 2015	% sui ricavi	9M 2014	% sui ricavi	yoy %
Costo del venduto e variabili	493,6	60,4%	519,4	60,9%	-5,0%
Costo del personale	159,8	19,6%	164,3	19,3%	-2,8%
Costi fissi di struttura	114,8	14,1%	125,9	14,8%	-8,8%
TOTALE COSTI	**768,2**		**809,6**		**-5,1%**

A perimetro omogeneo, **-4,1%** **(stabile sui ricavi)**

Dall'EBITDA al Risultato Netto – 9M15



Cash Flow LTM - 9M15



Evoluzione PFN – 9M15

Situazione finanziaria attuale

- *Cash flow generation*: €48,2 milioni nei primi 9 mesi
- Leverage ~ 3,0x[1]

Situazione finanziaria attesa a fine anno

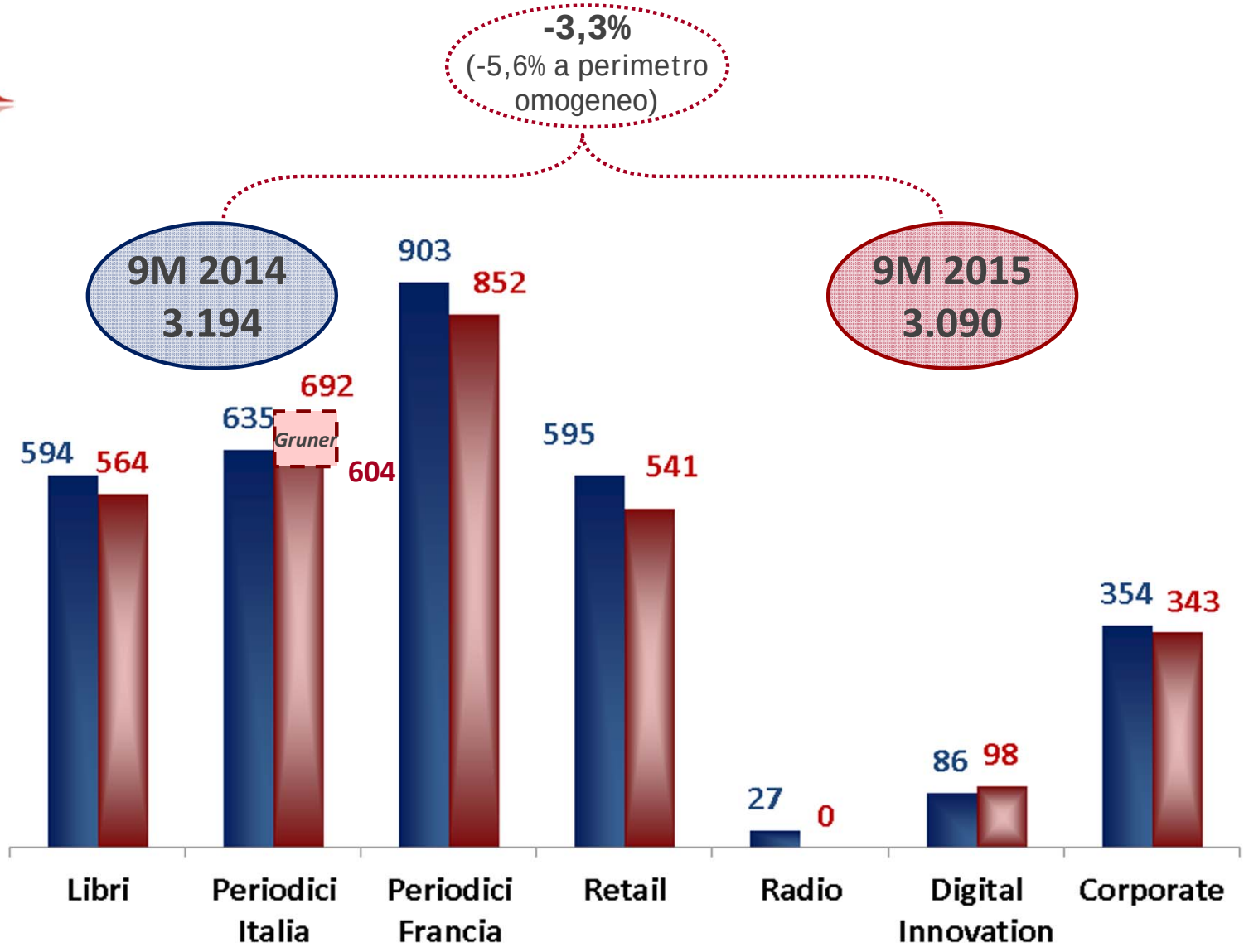
- **Futuro ulteriore cash-in**: cessione di un asset immobiliare
- Leverage < 3,0x[1] vs Covenant contrattuale di 3,5x (4,35x nel FY 2014)

Headroom **sufficiente per investimenti nello sviluppo del** *core business* **e nel processo di digitalizzazione del Gruppo**

[1] *Basato sulla stima di consensus Bloomberg dell'EBITDA per il FY 2015*

Evoluzione *Headcount* – 9M15

Headcount per BU (puntuali)



Agenda

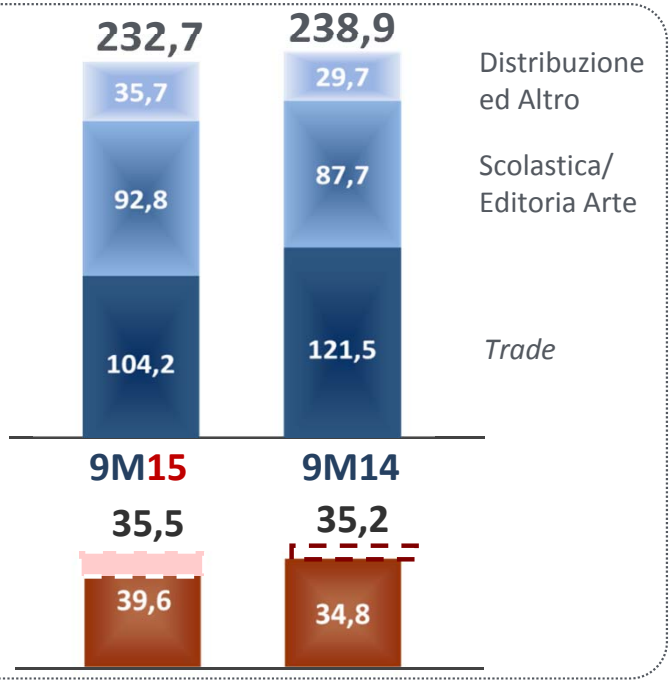
- Highlights 9M15
- Risultati 9M15
- ***Focus sulle Aree di Business***
- Outlook FY 2015

Libri - Highlights 9M15

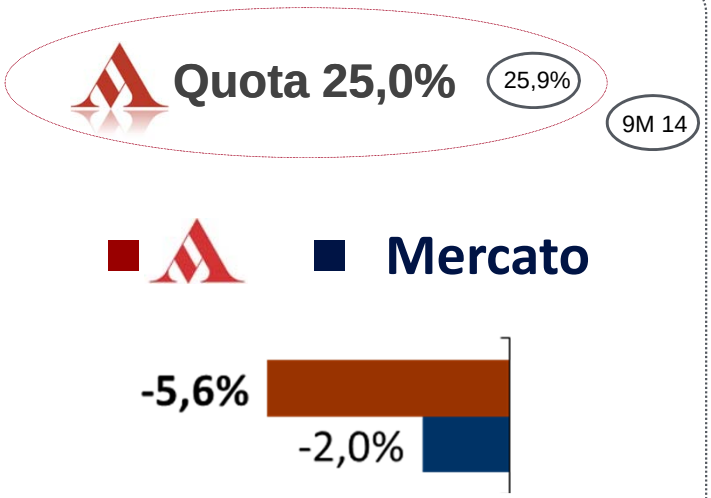
Performance 9M 2015 (€m)

Ricavi *-2,6%*

EBITDA ante non ricorrenti *+13,7%*



Mondadori vs il mercato



Mercato in calo (GDO -7,6%)

RICAVI in calo del 2,6%:

- **Libri *Trade***: flessione superiore al mercato anche per selettiva politica editoriale mirata ad incrementare la redditività; ***e-book***: ricavi in crescita del 19% (pari al 7,3% del totale)
- **Libri *Educational:*** crescita dei ricavi del 5,8% prevalentemente legata alle attività di gestione delle concessioni museali (anche connesse ad Expo) e alla positiva *performance* della scolastica (+2,0%)

EBITDA ante non ricorrenti stabile a **35,5 milioni di Euro** per effetto di:

- una **più efficace gestione dei processi operativi** (revisione organizzativa, riduzione del numero dei titoli e delle tirature medie)
- contenimento dei costi fissi di struttura e delle spese discrezionali

2015 top seller

5 titoli nella top 10 2015

1 – Grey
4 – La ragazza del treno
5 – Cinquanta sfumature di grigio
9 – La vigna di Angelica
10 – Storia di una ladra di libri

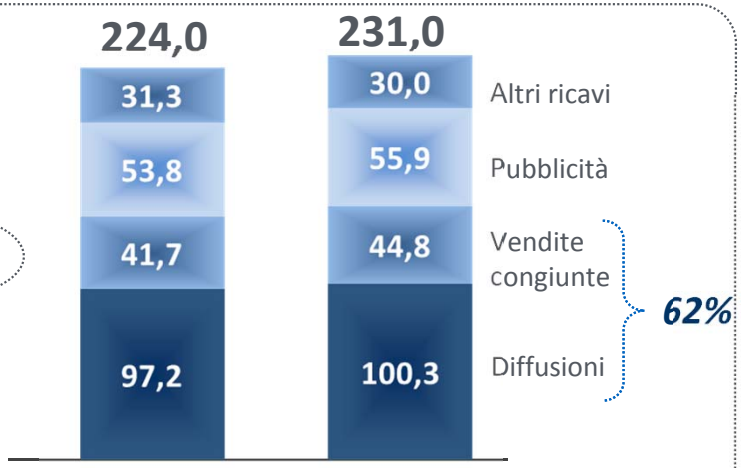
Fonte: GFK, settembre 2015 (dati a valore)

Periodici Italia - Highlights 9M15

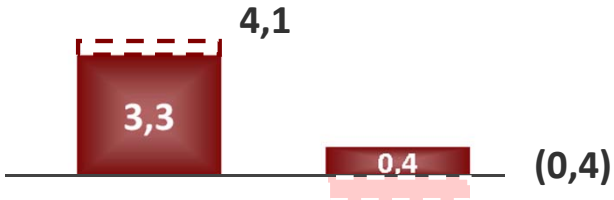
Include le attività dell'Area Pubblicità

Performance 9M 2015 (€m)

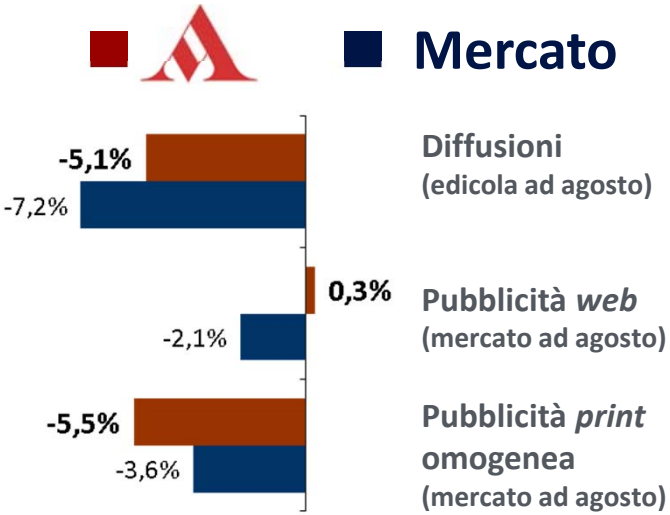
Ricavi -3,0%



EBITDA ante non ricorrenti



Mondadori vs il mercato



Quota di mercato diffusioni edicola pari al **32,0%** (31,8% ad agosto 2014)

RICAVI in calo del 3,0% (**-5,0% a portafoglio omogeneo***):

- **ricavi diffusionali,** in calo del 3,0% (**-7,3% a portafoglio omogeneo***), anche per politica di selezione delle iniziative promozionali più profittevoli nei canale abbonamenti ed edicola
- **ricavi pubblicitari Italia** (*print+web*) in calo del 4,0% (**-5,0% a portafoglio omogeneo***)
- **vendite congiunte** in calo del 6,8% (**-8,1% a portafoglio omogeneo***) in recupero rispetto al primo semestre 2015

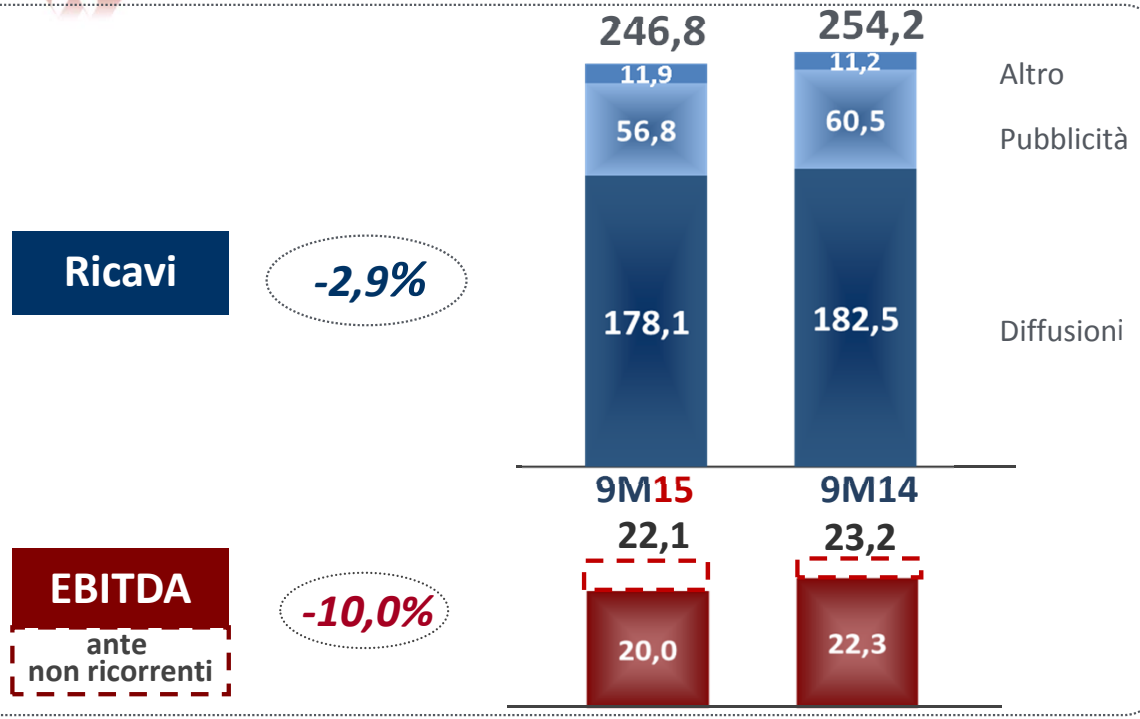
EBITDA ante non ricorrenti in significativo miglioramento dalla perdita di €0,4 milioni a **+4,1 milioni** per le incisive azioni di **revisione della struttura editoriale ed operativa**, del **continuo intervento sui costi** e della **selezione delle iniziative**, salvaguardando la **qualità editoriale** che ha consentito il mantenimento della ***leadership*** di mercato

** Dal 1° luglio 2015 consolidata la società* Gruner+Jahr/Mondadori

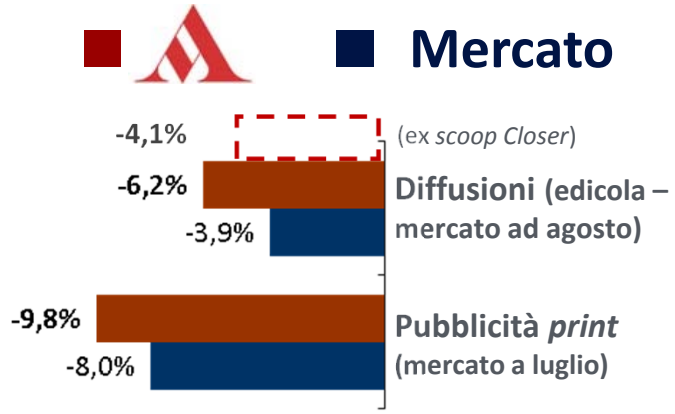
Fonte: pubblicità – Nielsen (agosto 2015); diffusioni - fonte interna Press-di (dati a valore, agosto 2015)

Periodici Francia - Highlights 9M15

Performance 9M 2015 (€m)



Mondadori vs il mercato



- Mondadori si conferma **2° operatore** del mercato **pubblicitario** dei periodici con una quota pari all' **11%** (a volume)
- *Performance* diffusionale sostanzialmente **in linea con il mercato** escludendo effetto «*scoop Hollande*» nel 2014

RICAVI in calo del 2,9%:

- **risultati diffusionali (72% del totale)** in calo del 2,4% di cui edicola -6,2% (2014 includeva «*scoop Hollande*» di *Closer)* ed abbonamenti **+0,2%**
- **ricavi pubblicitari** (*print+web*) in calo del 6,1% di cui il digitale (che rappresenta il 14% dei ricavi) è in crescita del 24%

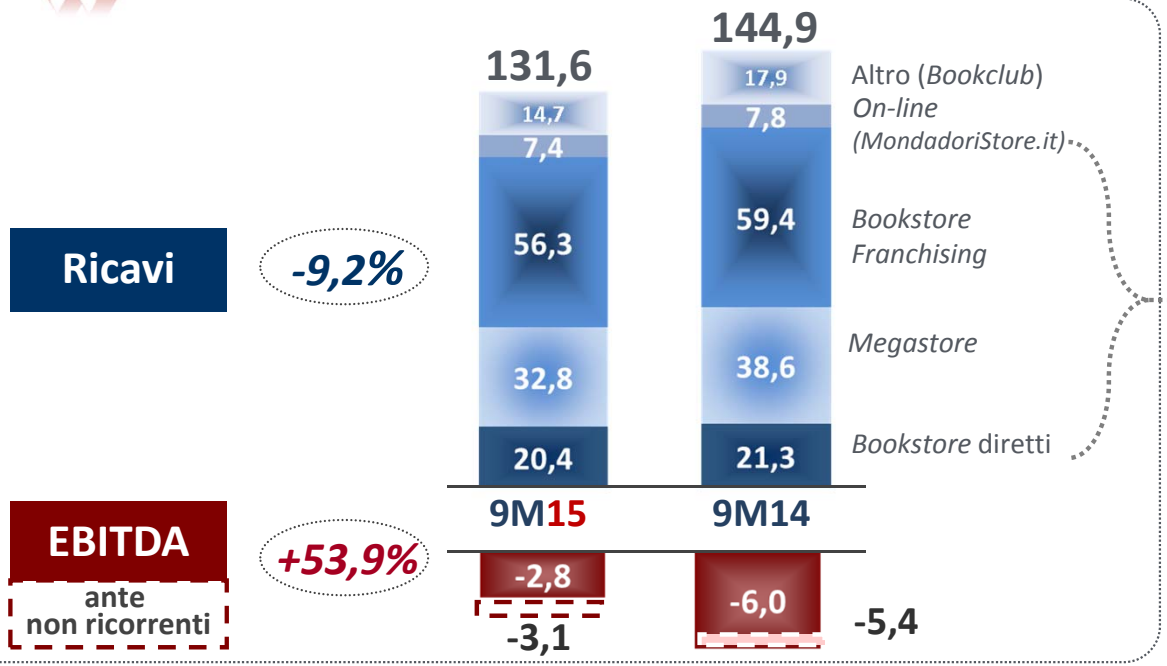
EBITDA ante non ricorrenti a **€22,1 milioni** (marginalità sui ricavi del 9%), in calo del 4,7% anche per effetto di incremento tariffe postali. Includendo l'effetto delle maggiori ristrutturazioni, **EBITDA** in calo del 10% a **20,0 milioni di Euro**

Proseguono le attività di **razionalizzazione** delle strutture e di contenimento dei costi redazionali per mantenerne la redditività, pur proseguendo la progressiva **digitalizzazione** delle attività editoriali per adeguare l'organizzazione alle trasformazioni del mercato

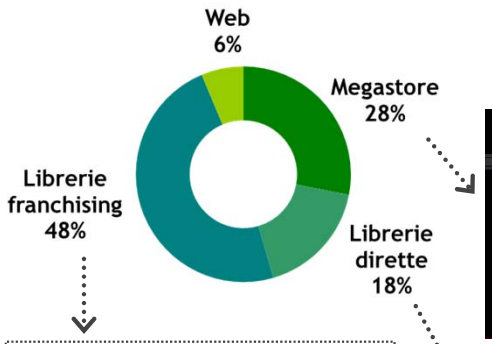
Fonte: Adv – Kantar Media (dati a valore a luglio); diffusione – fonte interna, dati ad agosto (esclusa edizione straordinaria Charlie Hebdo)

Retail - Highlights 9M15

Performance 9M 2015 (€m)



Ricavi 9M 2015* per canale



Franchising	Dic 14	Var.	Sett 15
Franchising	323	-22	301
Point	217	3	220
TOT PdV	**540**	**-19**	**521**

Diretti	Dic 14	Var.	Sett 15
Librerie	21	-2	19
Megastore	7	2	9
TOT PdV	**28**	**0**	**28**

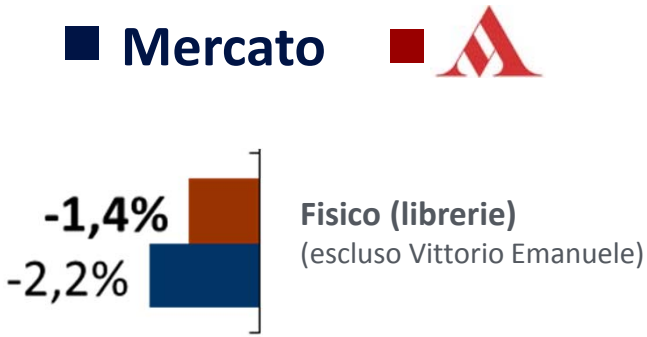
RICAVI in calo del 2,2% omogeneo:

- ***Bookstore* diretti -4,3%, +1,8%** omogeneo
- ***Bookstore* in *franchising* -5,2%** ma flessione più lieve nella categoria Libro (omogeneo -1,3%)
- ***Megastore*** in calo per gli effetti della cessione del *flagship store* di Vittorio Emanuele (€10,4 mn nei 9M 2014); a parità, *performance* positiva nel Libro (**+7,8%**)
- ricavi delle vendite ***on-line*** -4,2%, **-0,6%** nel Libro

EBITDA - dimezzata la perdita per effetto di:

- miglioramento del margine di prodotto Libro e *Consumer Electronics*
- minor incidenza dei costi operativi e di struttura

Contesto 9M15 nel mercato del Libro = 78% dei ricavi*

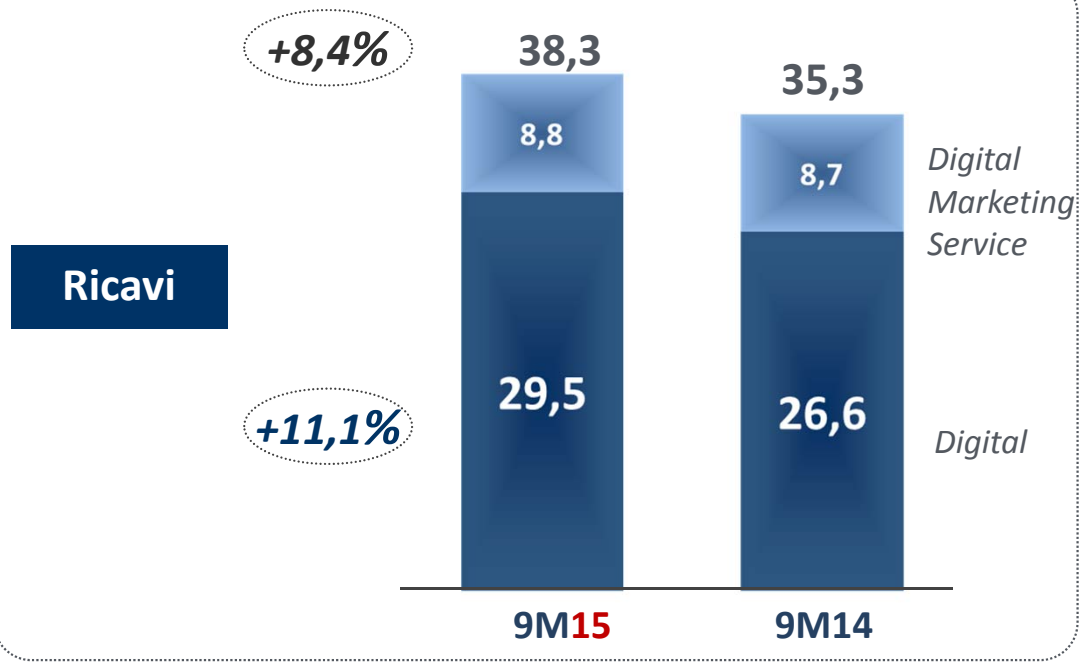


** Ricavi "Total Store", i canali non includono i Bookclub*

Fonte: GFK, settembre 2015 (dati a valore)

Digital - Highlights 9M15

Performance 9M 2015* (€m)



Audience properties

Italia

Ricavi pubblicitari: +0,3%, *performance* migliore del mercato (11% del totale)

Audience: significativa crescita dei dati di traffico (**6,7 milioni** di **utenti unici****)

- *Grazia.it* (+20%)
- *Panorama.it* (+12%)

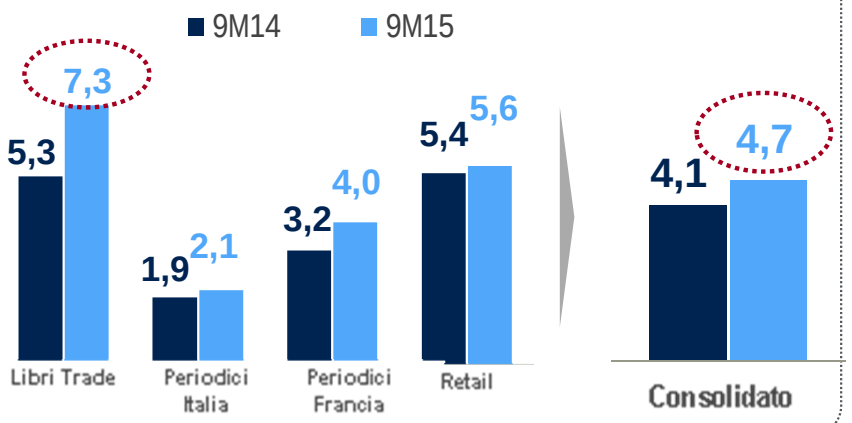
Francia

Ricavi pubblicitari: +24,5% (14% del totale)

Audience: **utenti unici** in crescita a 8,1 milioni** (+28% rispetto al dato medio del 2014)

- **RICAVI** complessivi dell'area **in crescita dell'8,4%**
  - **Ricavi** delle attività **puramente digitali** in crescita del **11,1%**
  - **Ricavi** della attività di ***Digital Marketing Service*** stabili rispetto all'esercizio precedente
- Incremento dell'**incidenza ricavi *Digital*** sul totale

% Ricavi *Digital* su Totali



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

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

Agenda

- Highlights 9M15
- Risultati 9M15
- Focus sulle Aree di Business
- ***Outlook FY 2015***

Outlook FY15

Confermata la stima per l'esercizio 2015 di:

- **margine operativo lordo del Gruppo in netta crescita**
- **Posizione Finanziaria Netta in significativo miglioramento** rispetto a fine 2014

sulla base di:

- ✓ **positivi risultati** registrati dal Gruppo nell'esercizio
- ✓ costanti interventi di **ottimizzazione** dei processi operativi e della struttura dei costi
- ✓ azioni di **razionalizzazione strategica** del portafoglio di attività (attraverso le recenti dismissioni)
- ✓ misure finalizzate a **mitigare il calo dei ricavi**, anche attraverso la costante focalizzazione sulla qualità editoriale

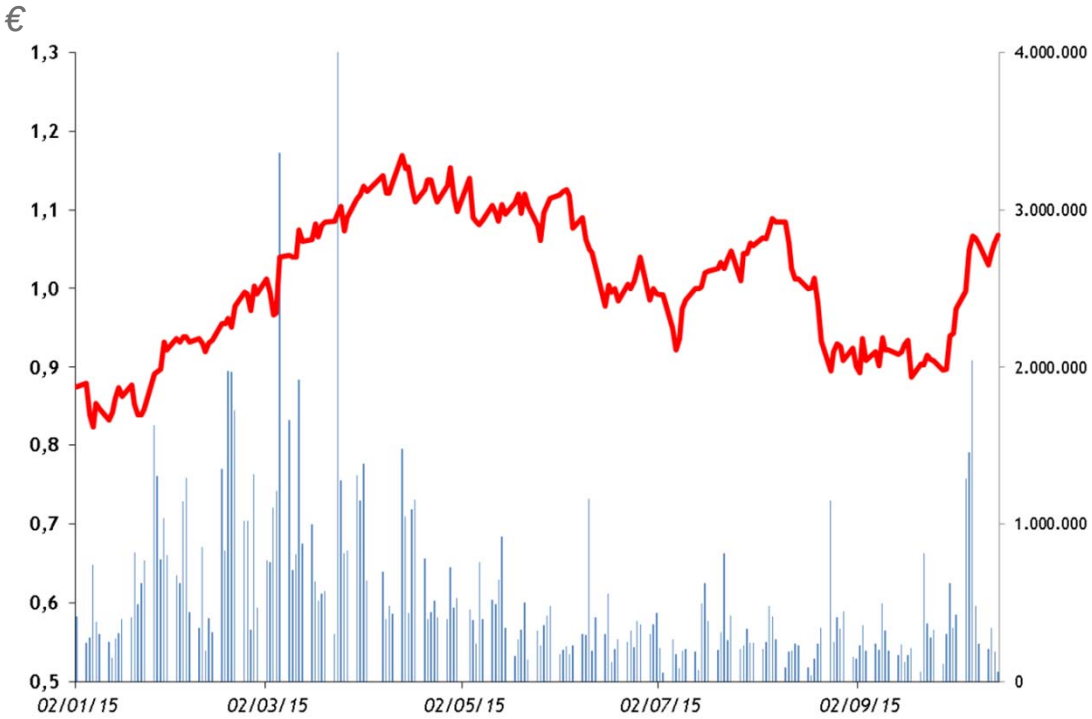
pur in un contesto di ripresa degli investimenti finalizzati a garantire il futuro sviluppo del Gruppo

MONDADORI

ALLEGATI

Company Profile

Andamento del titolo



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 (giornaliera)	560k

Conto Economico – 9M15

€ milioni	9 Mesi 2015	Inc. % sui ricavi	9 Mesi 2014	Inc. % sui ricavi	Var. %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	**817,1**	100,0%	**851,9**	100,0%	**-4,1%**
Costo del venduto	316,6	38,7%	349,6	41,0%	-9,4%
Costi variabili	177,0	21,7%	169,8	19,9%	4,3%
Costi fissi di struttura	114,8	14,1%	125,9	14,8%	-8,8%
Costo del personale	159,8	19,6%	164,3	19,3%	-2,8%
Altri oneri/(proventi)	-0,7	-0,1%	-3,5	-0,4%	n.s.
Risultato collegate	-1,6	-0,2%	-2,2	-0,3%	24,7%
Margine Operativo Lordo al netto di elementi non ricorrenti	*48,0*	5,9%	*43,6*	5,1%	*10,0%*
Ristrutturazioni	-6,6		-4,3		51,6%
Componenti straordinarie positive/(negative)	7,4		0,9		n.s.
Margine Operativo Lordo	**48,8**	6,0%	**40,2**	4,7%	**21,3%**
Ammortamenti e svalutazioni	18,8	2,3%	16,2	1,9%	16,2%
Risultato Operativo	**30,0**	3,7%	**24,0**	2,8%	**24,7%**
Proventi (oneri) finanziari netti	-13,7	-1,7%	-17,8	-2,1%	-22,8%
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-0,1	0,0%		0,0%	
Risultato del periodo prima delle imposte	**16,1**	2,0%	**6,2**	0,7%	**158,3%**
Imposte sul reddito	7,7	0,9%	8,0	0,9%	-3,2%
Risultato di pertinenza di terzi	1,8	0,2%	2,0	0,2%	-10,9%
Risultato delle attività in continuità	6,6	0,8%	-3,8	-0,4%	n.s.
Risultato delle attività dismesse	-9,4	-1,2%	-3,8	-0,4%	148,6%
Risultato netto	**-2,8**	-0,3%	**-7,5**	-0,9%	**n.s.**

Conto Economico – 3Q15

€ milioni	3° trim. 2015	Inc. % sui ricavi	3° trim. 2014	Inc. % sui ricavi	Var. %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	**300,0**	100,0%	**308,6**	100,0%	**-2,8%**
Costo del venduto	113,1	37,7%	121,2	39,3%	-6,7%
Costi variabili	70,1	23,4%	66,1	21,4%	6,1%
Costi fissi di struttura	37,8	12,6%	44,5	14,4%	-15,0%
Costo del personale	51,5	17,2%	50,8	16,4%	1,4%
Altri oneri/(proventi)	2,6	0,9%	-0,1	0,0%	n.s.
Risultato collegate	-0,7	-0,2%	-0,6	-0,2%	-28,2%
Margine Operativo Lordo al netto di elementi non ricorrenti	*24,2*	8,1%	*25,5*	8,3%	*-5,4%*
Ristrutturazioni	-1,6		-1,4		15,5%
Componenti straordinarie positive/(negative)	7,3		-1,5		n.s.
Margine Operativo Lordo	**29,9**	10,0%	**22,7**	7,4%	**31,6%**
Ammortamenti e svalutazioni	9,1	3,0%	5,6	1,8%	61,4%
Risultato Operativo	**20,8**	6,9%	**17,0**	5,5%	**21,7%**
Proventi (oneri) finanziari netti	-5,2	-1,7%	-5,5	-1,8%	-5,7%
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	0,0	0,0%		0,0%	
Risultato del periodo prima delle imposte	**15,6**	5,2%	**11,5**	3,7%	**34,8%**
Imposte sul reddito	4,9	1,6%	5,9	1,9%	-16,4%
Risultato di pertinenza di terzi	0,7	0,2%	0,8	0,3%	-18,4%
Risultato delle attività in continuità	10,0	3,3%	4,8	1,6%	106,4%
Risultato delle attività dismesse	-0,6	-0,2%	-1,3	-0,4%	n.s.
Risultato netto	**9,4**	3,1%	**3,5**	1,1%	**168,9%**

3Q15 per Area di Business

RICAVI

€ m	3Q 2015	3Q 2014	Var.%
Libri	109,7	110,4	-0,7%
Periodici Italia*	71,0	68,0	4,4%
Periodici Francia	80,2	84,3	-4,8%
Retail	45,9	52,3	-12,3%
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	8,1	6,3	28,0%
Intercompany	-14,9	-12,8	-16,5%
Ricavi Netti	**300,0**	**308,6**	**-2,8%**

EBITDA ANR

€ m	3Q 2015	3Q 2014	Var. (€ m)
Libri	27,0	30,1	-3,1
Periodici Italia	-6,4	-8,6	2,2
Periodici Francia	6,0	7,1	-1,1
Retail	0,1	-0,3	0,4
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	-2,6	-2,8	0,2
EBITDA	**24,2**	**25,5**	**-1,3**

EBITDA

€ m	3Q 2015	3Q 2014	Margine % 2015	Margine % 2014	Var. (€ m)
Libri	34,3	30,1	31%	27%	4,2
Periodici Italia	-6,5	-8,7	-9%	-13%	2,2
Periodici Francia	5,6	6,9	7%	8%	-1,4
Retail	0,1	-0,4	0%	-1%	0,5
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	-3,6	-5,3	n.s.	n.s.	1,6
EBITDA	**29,9**	**22,7**	**10,0%**	**7,4%**	**7,2**

** Nell'area Periodici Italia dal 1° gennaio 2015 sono incluse le attività dell'area Pubblicità; il 2014, a fini comparativi, è stato riclassificato; dal 1° luglio 2015, è consolidata la società Gruner+Jahr/Mondadori: a pari perimetro, ricavi consolidati in calo del 4,5%; ricavi Periodici Italia in calo del 3,4%; contributo positivo sul''EBITDA pari a €0,7 milioni*

Stato Patrimoniale – 9M15

€ milioni	30.09.2015	30.09.2014	Delta	31.12.2014
Crediti commerciali netti	255,8	280,9	(25,1)	263,1
Magazzino	110,2	112,3	(2,1)	108,4
Debiti Commerciali	(359,5)	(372,7)	13,2	(343,3)
Altre attività / (passività)	(2,0)	0,2	(2,2)	(14,8)
CCN	**4,5**	**20,7**	(16,2)	**13,4**
Immobilizzazioni Immateriali	556,6	568,3	(11,7)	553,7
Immobilizzazioni Materiali	30,4	33,7	(3,3)	32,4
Partecipazioni	43,6	37,0	6,6	39,5
ATTIVO FISSO NETTO	**630,6**	**639,0**	(8,4)	**625,6**
Fondi	(61,0)	(62,6)	1,6	(68,4)
Indennità di fine rapporto	(45,5)	(45,1)	(0,4)	(46,3)
Attività / (passività) dismesse	0,0	55,7	(55,7)	56,6
CAPITALE INVESTITO NETTO	**528,6**	**607,7**	(79,1)	**580,9**
Capitale sociale	68,0	68,0	0,0	68,0
Riserve e patrimonio netto di terzi azionisti	219,8	219,8	(0,0)	220,5
Risultato Netto	(2,8)	(7,5)	4,7	0,6
PATRIMONIO NETTO	**285,0**	**280,3**	4,7	**289,1**
PFN	**243,6**	**327,4**	(83,8)	**291,8**
TOTALE FONTI	**528,6**	**607,7**	(79,1)	**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