

COMUNICATO STAMPA

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

Approvato dal Consiglio di Amministrazione il resoconto di gestione sul primo trimestre dell'esercizio 2012

- **FATTURATO CONSOLIDATO A 328,1 MILIONI DI EURO:
-7,4% RISPETTO AI 354,3 MILIONI DI EURO DEL 31 MARZO 2011**
- **MARGINE OPERATIVO LORDO CONSOLIDATO A 15 MILIONI DI EURO:
-31,2% RISPETTO AI 21,8 MILIONI DI EURO DEL 31 MARZO 2011**
 - **UTILE NETTO CONSOLIDATO A 2,4 MILIONI DI EURO:
-52% RISPETTO AI 5 MILIONI DI EURO DEL 31 MARZO 2011**
- **POSIZIONE FINANZIARIA NETTA A -301,8 MILIONI DI EURO,
IN MIGLIORAMENTO DI 33,6 MILIONI DI EURO RISPETTO A FINE 2011**

Segrate, 14 maggio 2012 - Il Consiglio di Amministrazione di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., riunitosi oggi sotto la presidenza di Marina Berlusconi, ha esaminato e approvato il resoconto di gestione sul primo trimestre dell'esercizio 2012 presentato dal vice presidente e amministratore delegato Maurizio Costa.

LO SCENARIO DI MERCATO

Nel primo trimestre del 2012 hanno avuto piena conferma gli elementi di crisi strutturale dell'economia, soprattutto in Europa: i valori negativi del PIL, i tassi di disoccupazione e la contrazione dei consumi hanno purtroppo presentato evidenze ancor più negative rispetto all'ultimo periodo del 2011; mercati e settori di riferimento di Mondadori hanno risentito di queste dinamiche, in particolare in Italia, evidenziando nel trimestre un significativo deterioramento.

L'ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 31 MARZO 2012

In questo scenario, nei primi tre mesi del 2012 il Gruppo Mondadori ha registrato un fatturato consolidato in riduzione del 7,4%, rispetto a pari periodo dell'esercizio scorso, in linea con l'ultimo trimestre 2011.

A livello reddituale, nonostante la sensibile riduzione del margine operativo consolidato, dovuta al calo di fatturato, il primo trimestre ha chiuso con un risultato netto positivo grazie alla bassa incidenza di oneri finanziari ed imposte dell'esercizio.

Nei prossimi mesi proseguirà lo sviluppo delle attività digitali più legate alla realtà ed identità editoriale del Gruppo - prodotti, brand, community - ed avrà ulteriore estensione il processo di ristrutturazione attuato negli ultimi anni, per far fronte ad un contesto di mercato che ad oggi non evidenzia segnali di recupero.

Conto economico consolidato sintetico	1Q11	1Q12	%
Ricavi netti	354,3	328,1	(7,4) *
Costo del personale	(68,5)	(73,2)	6,9 *
Costo del venduto e altro	(264)	(239,9)	(9,1)
EBITDA	21,8	15,0	(31,2)
Ammortamenti	(5,5)	(6,1)	10,9
EBIT	16,3	8,9	(45,4)
Proventi e oneri finanziari netti	(5,4)	(4,4)	(18,5)
UTILE ANTE IMPOSTE	10,9	4,5	(58,7)
Imposte	(5,7)	(1,8)	(68,4)
Utile di Terzi	(0,2)	(0,3)	50,0
UTILE NETTO	5,0	2,4	(52,0)

(*) A perimetro omogeneo i ricavi delle vendite e delle prestazioni farebbero registrare una flessione del 10,1%, i costi per il personale un incremento dell'1,1%.

Il **fatturato consolidato** è stato di **328,1 milioni di euro** rispetto ai 354,3 milioni di euro del primo trimestre 2011).

Il **margine operativo lordo consolidato** è risultato di **15 milioni di euro** rispetto ai 21,8 milioni di euro dell'esercizio precedente.

Il **risultato operativo consolidato** è stato di **8,9 milioni di euro** rispetto ai 16,3 milioni di euro dello scorso anno, con ammortamenti di attività materiali ed immateriali per 6,1 milioni di euro (5,5 milioni di euro nel 2011).

L'**utile prima delle imposte consolidate** è risultato di **4,5 milioni di euro** rispetto ai 10,9 milioni di euro dell'esercizio precedente; nel trimestre gli oneri finanziari sono ammontati a 4,4 milioni di euro, con un miglioramento di 1 milione di euro rispetto al 2011.

L'**utile netto consolidato** è stato di **2,4 milioni di euro** rispetto ai 5 milioni di euro di pari periodo dell'esercizio precedente.

Il **cash flow lordo** del primo trimestre 2012 è stato di **8,5 milioni di euro** rispetto ai 10,5 milioni di euro del 2011.

La **posizione finanziaria netta** al 31 marzo 2012 si è attestata a -301,8 milioni di euro, con un miglioramento di 33,6 milioni di euro rispetto ai -335,4 milioni di euro di fine 2011.

Informazioni sul personale

Al 31 marzo 2012 il personale dipendente in forza alle società del Gruppo, a tempo indeterminato e determinato, risulta composto da 3.764 unità rispetto alle 3.674 del 31 marzo 2011. A perimetro omogeneo, considerando che nel primo trimestre dello scorso anno non erano inclusi 120 dipendenti appartenenti alle società *AME Editoriale Wellness*, *Glaming* ed *Emas* (Francia), oggi consolidate all'interno del Gruppo, il dato mostrerebbe una riduzione di 30 unità.

Ciò conferma, in generale, la continuità nella politica di efficienza per il contenimento strutturale del costo del lavoro, i cui effetti si prolungano anche successivamente alla chiusura formale del Piano di Ristrutturazione avvenuta nel 2011.

RISULTATI DELLE AREE DI BUSINESS

• LIBRI

Il mercato dei libri trade nel primo trimestre 2012 risulta per la prima volta in consistente calo sia a copie (-10,8%, fonte Nielsen) che a valore (-11,8%, fonte Nielsen) rispetto allo stesso periodo del 2011, con una diminuzione che riguarda tutti i canali: libreria, grande distribuzione e on line.

Analizzando i bestseller, inoltre, questo andamento appare più netto: il primo trimestre 2012 segna nella top ten dei libri più venduti in libreria un calo del 7,8% a copie e di oltre il doppio (-16%) a valore; questo dato conferma, tra l'altro, la diminuzione del prezzo medio dei libri più venduti.

Molte le ragioni di questa situazione, già citate in sede di bilancio annuale, tra cui la recessione economica e la Legge Levi sul prezzo dei libri (entrata in vigore in Italia nel mese di settembre 2011), che pone vincoli agli sconti applicabili agli acquirenti, al numero e alla tempistica delle campagne promozionali.

Nel corso del primo trimestre 2012, nonostante le difficili condizioni di mercato, il Gruppo Mondadori ha comunque confermato la propria leadership nel trade con una quota pari al 25,7% a valore (fonte Nielsen).

Nel periodo di riferimento il fatturato complessivo dell'area Libri è stato di **64,2 milioni di euro**, in flessione rispetto ai 78 milioni di euro del primo trimestre 2011.

Nell'area trade sono previsti ricavi in miglioramento a partire dal secondo trimestre dell'anno, grazie ad un ricco programma editoriale che nei prossimi mesi vedrà la pubblicazione delle nuove opere di importanti autori, tra cui Ken Follet, John Grisham, Luciana Littizzetto, Niccolò Ammaniti e Stephen King.

Tra le case editrici del Gruppo, **Edizioni Mondadori** ha mantenuto nel periodo la propria leadership sul mercato trade con la quota del 13%. Tra le iniziative editoriali più rilevanti lanciate nel trimestre si segnala la nuova collana Libellule, dedicata a testi di narrativa brevi di alto valore letterario firmati da autori di successo, venduti a un prezzo di 10 euro.

Einaudi ha chiuso il primo trimestre 2012 con una quota di mercato del 4,8%, in calo di circa un punto rispetto al 31 marzo 2011, periodo che si avvantaggiava di novità importanti come *Libertà* di Jonathan Franzen, e di una più lunga campagna promozionale paperback.

Nonostante il difficile contesto di mercato, **Sperling & Kupfer** ha registrato dei buoni risultati in libreria aumentando la propria quota di mercato dal 2,3% a valore del 2011 al 2,9% di quest'anno, con i marchi Sperling & Kupfer, Frassinelli e Mondadori Informatica.

Piemme ha confermato una quota di mercato totale di 3,9%, in crescita dello 0,3% rispetto al primo trimestre 2011.

I ricavi di **Mondadori Electa**, in calo rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente, hanno risentito del generale trend negativo nella maggior parte dei segmenti di mercato in cui la società opera, in particolare nell'area dei beni culturali.

Mondadori Education ha registrato ricavi stabili rispetto al primo trimestre 2011, in una stagione, come di consueto, dagli impatti minimi sul fatturato.

Sul versante **e-book**, il primo trimestre è stato molto positivo per le case editrici trade Mondadori: il numero di download del primo trimestre 2012 è stato superiore a quello fatto registrare per l'intero 2011, grazie agli oltre 3.000 titoli a catalogo, anche con nuovi prodotti rispetto alla semplice edizione digitale del cartaceo.

• **PERIODICI ITALIA**

Il difficile contesto macro-economico continua a influenzare fortemente il mercato della stampa periodica in Italia, condizionando negativamente l'andamento dei ricavi pubblicitari (-11%, fonte Nielsen a febbraio), delle diffusioni (a copie -9,1% e -12,5% a perimetro omogeneo; fonte interna) e dei prodotti collaterali (-24,8%; fonte interna a valore).

Mondadori ha registrato un calo complessivo dei ricavi dell'area, passando dai 121,9 milioni di euro del primo trimestre 2011 a **104,3 milioni di euro**.

In particolare si segnala l'andamento dei ricavi:

- diffusionali (-9,1%), penalizzati da un sensibile calo delle copie vendute nelle attività on pack dei collaterali e degli abbonamenti e da un allentamento degli investimenti di sostegno ad alcune testate, che pesano particolarmente sugli andamenti complessivi dei primi tre mesi;
- delle vendite di collaterali (-25,8%), principalmente a causa di diverse calendarizzazioni per le iniziative dei collezionabili e dei libri e a un calo dei volumi venduti dell'home video;
- pubblicitari (-11,2%), derivanti, in particolare, da performance negative sui settimanali a target familiare e dei maschili di attualità, mentre la raccolta pubblicitaria del settore internazionale e dei siti è superiore al 50%.

Le copie diffuse delle testate Mondadori sono in riduzione del 12,5%, calo allineato alla dinamica del mercato omogeneo, con l'esclusione cioè delle testate non presenti nel primo trimestre 2011.

L'andamento particolarmente negativo delle diffusioni nel primo trimestre è giustificato da alcuni elementi congiunturali, tra cui la crisi economica e il lancio di testate low price, la nuova modalità di certificazione ADS, che ha modificato la politica di pianificazione e mensilizzazione degli investimenti di marketing degli editori, e l'aumento delle tariffe postali.

Per quanto riguarda l'attività della casa editrice a sostegno delle proprie testate e in risposta ai trend evidenziati, a fine marzo è stato rilanciato *Chi*, con una nuova formula editoriale e grafica accompagnata da un importante investimento in comunicazione e cut-price. Sono già avviate analoghe attività su *Panorama* - il cui nuovo progetto vedrà la luce il 31 maggio - *TV Sorrisi e Canzoni*, *Starbene* e *Grazia*. A fine 2012 verrà quindi completato il programma di rinnovamento, che ha riguardato tutte le testate del portafoglio Mondadori, iniziato a fine 2010.

Properties

Nel corso del primo trimestre 2012, i siti dei principali magazine del Gruppo hanno evidenziato importanti performance sia per il traffico sia per la raccolta pubblicitaria (+30% rispetto al marzo 2011), a fronte di un mercato che ha registrato un incremento del 12,3% nel bimestre rispetto allo stesso periodo del 2011 (Nielsen: fonte Fcp-Assointernet incluso Display, performance e classified/directories).

Si segnalano in particolare il buon andamento di Grazia.it con ricavi in crescita del 79,1%, Panorama.it (+56,5%) e Donnamoderna.com (+16,3%).

• **PUBBLICITÀ**

Il mercato pubblicitario ha registrato nei primi due mesi dell'anno un calo del 5,7% (fonte Nielsen) rispetto al 2011, confermando il trend di riduzione degli investimenti su tutti i mezzi, con la sola eccezione di Internet, ma a un ritmo più contenuto rispetto al 2011: la televisione ha mostrato un consistente decremento (-6,9%); i quotidiani hanno registrato un -5,3%, mentre per i periodici il calo è ancora più significativo (-11%); tra gli altri mezzi in flessione la radio (-5,1%).

La contrazione degli spazi sta insistendo come nel 2011 sui settori arredamento, largo consumo e auto, con impatti anche sui settori moda (-7%) e cosmetica (-8%), che nel 2011 avevano fatto registrare buone performance, mentre risultano in controtendenza i settori farmaceutica, media/editoria e finanza, il cui peso è contenuto.

Mondadori Pubblicità ha chiuso il primo trimestre con ricavi complessivi di **42,4 milioni di euro**, in calo rispetto ai 49,5 milioni di euro dello stesso periodo del 2011.

I magazine di Mondadori hanno chiuso il primo trimestre con una flessione del 12,7%, in un contesto competitivo particolarmente complicato e con una forte sensibilità da parte degli investitori pubblicitari al fattore prezzo.

In particolare:

- i settimanali hanno risentito della crisi economica e della forte incertezza del mercato pubblicitario; anche in questo inizio di 2012 le testate a target familiare e i maschili di attualità hanno segnato i risultati maggiormente negativi;
- i mensili hanno registrato un calo più contenuto, grazie al successo di *Panorama Icon*; anche *Interni* ha avuto buone performance nonostante l'andamento negativo del segmento arredamento nel primo trimestre 2012.

Da notare come la sofferenza di Mondadori nei mensili sia caratterizzata principalmente dalla presenza poco significativa nei femminili moda che, oltre ad essere il segmento di gran lunga più consistente a valore, fa registrare a livello di mercato totale un andamento positivo.

Anche in questi mesi Mondadori Pubblicità sta ponendo attenzione alla tenuta dei prezzi medi rispetto al 2011, in particolare per *Panorama*, *Grazia* e *Chi*.

I ricavi pubblicitari sul mezzo radio sono cresciuti del 3,4%, nonostante una partenza negativa del mercato a febbraio in calo del 5,1% (fonte Nielsen); particolarmente positiva risulta la raccolta per Radio Kiss Kiss.

Per quanto attiene alle attività svolte dalla concessionaria nel primo trimestre, ottimo successo ha ottenuto la prima edizione del 2012 del Milano Fashion Design, che ha visto la partecipazione di 17 fashion brand e 12 tra main partner e sponsor; l'iniziativa ha consentito a Mondadori Pubblicità di consolidare attività sul territorio.

Nel corso del 2012 la concessionaria organizzerà altri eventi per avvicinare nuovi clienti, garantendo una marginalità positiva per l'iniziativa.

Per il mercato Internet ottima la performance realizzata dalla joint-venture Mediamond, con una crescita complessiva del 40% rispetto al 2011 grazie ai già ricordati andamenti positivi di *Grazia.it*, *Panorama.it* e *Donnamoderna.com*, e alla costante crescita di *TgCom* (+27,3%) e *Sport Mediaset* (+19,5%). Complessivamente il perimetro dei siti raccolti da Mediamond si è arricchito nel 2012 con la concessione di Videomediaset dell'editore RTI e di *Skuola.net*.

• **PERIODICI FRANCIA**

Mondadori France ha chiuso il primo trimestre 2012 con ricavi a livello consolidato di **94,3 milioni di euro**, in aumento rispetto agli 82,6 milioni di euro dell'esercizio precedente (93,3 milioni di euro a perimetro omogeneo al 31 marzo 2011, tenuto conto del consolidamento della joint-venture EMAS).

I ricavi diffusionali, edicola e abbonamenti, sono risultati, a livello consolidato pressoché in linea con il primo trimestre 2011 (-0,6% a perimetro costante) e rappresentano il 71% del totale.

In particolare gli abbonamenti - che costituiscono un importante asset (34,3% del totale ricavi) - sono in aumento del 3,1% rispetto allo stesso periodo del 2011, mentre le vendite in edicola sono in diminuzione del 4,2%, in linea con il mercato di riferimento (-4,4%).

L'innovazione e la qualità editoriale si confermano i fattori chiave delle buone performance dei periodici di Mondadori France; nel primo trimestre dell'anno sono stati realizzati importanti restyling per *Biba*, *Modes & Travaux* e *Auto Journal* ed è proseguita la politica di brand extension delle testate, attraverso il lancio del trimestrale *AutoPlus Classiques*, il cambiamento di periodicità di *AutoPlus Occasion*, e dei magazine del sistema *Science&Vie*.

I ricavi pubblicitari sono in crescita a perimetro costante del 2,7% rispetto all'esercizio precedente, con performance migliori del mercato di riferimento (0,7%); l'ottimo risultato si spiega soprattutto con l'andamento dei periodici del settore femminili "haut de gamme": il settimanale *Grazia* (+14,7%) e il mensile *Biba* (+21,3%).

Tra le varie iniziative di Mondadori France in ambito digital si segnala la realizzazione nel primo trimestre dell'anno di una piattaforma tecnologica condivisa per tutti i siti, il lancio della versione iPad di *AutoPlus* e l'inserimento delle testate nelle diverse edicole digitali presenti sul mercato (*Relay.fr*, *Lekiosque.fr*, *Zinio.com*).

Attività internazionali

Complessivamente i ricavi dei primi tre mesi dell'anno sono in forte crescita (+8%) rispetto all'esercizio precedente, in particolare:

- nell'attività di advertising, grazie ad un team dedicato e focalizzato sui segmenti di moda e arredamento, la raccolta sul mercato italiano per le versioni di *Grazia* pubblicate in Francia UK, Germania e Russia ha avuto uno sviluppo intorno al 20%;

- nel licensing continua lo sviluppo internazionale di *Grazia*: dopo il lancio in Slovenia (marzo 2012), nel mese di maggio vedrà la luce la ventesima edizione nel mondo (Italia inclusa), che sarà pubblicata in Sud Africa da Media 24, principale editore del Paese.

Nel primo trimestre dell'anno il volume di affari è stato di circa 40 milioni di euro, in crescita del 12% rispetto al primo trimestre 2011, con una previsione per l'intero 2012 di oltre 170 milioni di euro.

Per quanta riguarda le joint-venture, Mondadori è presente in:

- Cina con Mondadori Seec Advertising Co. Ltd, concessionaria esclusiva per la raccolta pubblicitaria dell'edizione locale di *Grazia*. La rivista, lanciata nel febbraio 2009, conferma l'ottima performance registrata nel 2011 chiudendo il primo trimestre 2012 con ricavi in crescita del 55% rispetto allo stesso periodo del 2011. Vista l'impetuosa crescita e il potenziale del mercato cinese, Mondadori ha ora allo studio nuovi progetti, i primi dei quali dovrebbero vedere la luce già nei prossimi mesi;
- Russia con un'edizione di *Grazia* che ha appena festeggiato il suo quinto anniversario e incrementato nel primo trimestre 2012 i propri ricavi del 30% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso;
- Grecia, Bulgaria e Serbia con Attica Publications che, malgrado la persistente situazione di crisi nel mercato greco, ha registrato una performance in linea con le aspettative, grazie ai benefici derivanti dal piano di ristrutturazioni messo in atto nel 2011.

• **DIGITAL**

Le attività digitali in questo trimestre trovano espressione economica secondo la seguente declinazione:

- per le attività editoriali, e-book, properties, abbonamenti e pubblicità on-line, nei business di riferimento: Libri, Periodici Italia e Periodici Francia;
- per le attività di e-commerce, svolte attraverso il sito www.bol.it, e di bookclub on-line, nel Direct;
- per le attività di diversificazione e di investimento a supporto del business, gambling, application e CRM, negli Altri Business.

Nel primo trimestre 2012 tutte le attività descritte hanno generato un fatturato complessivo di **10,9 milioni di euro**.

• **DIRECT**

Il fatturato complessivo dell'area Direct nel primo trimestre 2012 è stato di **58,4 milioni di euro**, in calo rispetto ai 64,1 milioni di euro dell'analogo periodo del 2011, rielaborato per comprendere nel perimetro di riferimento l'attività di e-commerce realizzata da Bol.it.

Di fronte ad uno scenario economico recessivo, amplificato nel mercato del libro da un calo generalizzato del prezzo medio e da una ridotta attività promozionale, sono state effettuate azioni volte a recuperare redditività e trovare nuove fonti di ricavo. Tra queste, la razionalizzazione del network delle librerie, l'ampliamento della gamma di prodotti a marchio Emporio Mondadori e BoxForYou, e lo sviluppo di corner in partnership nei punti vendita di grandi superfici.

Le librerie di proprietà hanno realizzato ricavi in calo di oltre il 13%; tra queste i multicenter hanno limitato la flessione al 2,5%, a parità di punti vendita. La rete in franchising, invece, ha registrato una contrazione dei fatturati pari a circa il 7%.

Sul fronte delle librerie Club è proseguita la conversione dei punti vendita diretti alla formula franchising; anche per questa ragione i ricavi si sono ridotti di circa il 23%.

L'attività svolta dai bookclub ha registrato un fatturato in linea con quello del 2011; Cemit nel primo trimestre ha realizzato ricavi per 5 milioni di euro, in diminuzione del 3,8%, con un mercato che ha segnato un -5% (fonte Nielsen).

• **RADIO**

Il mercato pubblicitario radiofonico italiano ha registrato nei primi tre mesi del 2012 una contrazione pari al 5,1% (fonte Nielsen); in questo contesto **R101** ha registrato una performance migliore del mercato con ricavi nel primo trimestre 2012 pari a **3,2 milioni di euro**, in leggera flessione rispetto ai 3,3 milioni di euro del primo trimestre 2011.

Dal punto di vista editoriale, il primo trimestre 2012 è stato caratterizzato per R101 da un continuo processo di rinnovamento dell'emittente con il lancio di nuovi programmi, l'ampliamento della squadra dei conduttori e il rafforzamento del palinsesto, in particolare del week-end.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

I primi tre mesi dell'anno hanno purtroppo confermato le previsioni più pessimistiche sulla portata della crisi economica in atto e sugli effetti derivanti dai provvedimenti di politica economica e finanziaria introdotti da diversi Paesi, soprattutto in Europa, sull'attività produttiva, sugli investimenti, sull'occupazione e sui consumi.

I tempi necessari per una ripresa del mercato non sono ad oggi ipotizzabili: relativamente al perimetro di attività del Gruppo Mondadori, si è assistito ad una ulteriore, generale contrazione dei volumi di attività, rispetto ai valori già fortemente negativi dell'ultimo trimestre del 2011.

Per quanto riguarda le attività nelle quali il Gruppo sarà impegnato nei prossimi mesi, restano prioritarie quelle richiamate in sede di bilancio di fine anno: presidio della leadership in Italia, consolidamento dei successi in Francia e crescita internazionale per i brand; sviluppo delle attività digitali connesse al core business; azioni di contenimento dei costi operativi, con ancor maggiore incisività rispetto a quanto già realizzato nel precedente triennio.

Anche in termini di risultati prevedibili per l'esercizio in corso si deve richiamare quanto espresso in sede di bilancio 2011: non essendo prevedibile nel breve periodo un'inversione di tendenza dei trend di mercato, non è ipotizzabile per il Gruppo il raggiungimento dei livelli di redditività dell'esercizio passato.

§

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Carlo Maria Vismara, dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili della Società.

§

Il resoconto intermedio di gestione sul primo trimestre 2012 viene reso disponibile, entro la data odierna, presso la sede legale della Società, presso Borsa italiana S.p.A. e sul sito www.mondadori.it nella sezione Investor Relations.

In allegato:

- *Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata*
- *Conto economico consolidato*

Ufficio stampa Mondadori

Tel. +39 02 75423159 - Fax +39 02 75423637

Email: rapportistampa@mondadori.it

www.mondadori.it/Press

Investor Relations Mondadori

Tel. +39.0275423695 - Fax +39 02 75422584

Email: dario.fumagalli@mondadori.it

www.mondadori.it/Investor-relations

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata (euro/milioni)

Attivo	31 marzo 2012	31 dicembre 2011
Attività immateriali	944,5	947,3
Investimenti immobiliari	2,8	2,8
Terreni e fabbricati	10,1	10,2
Impianti e macchinari	11,9	12,4
Altre immobilizzazioni materiali	29,0	30,7
Immobili, impianti e macchinari	51,0	53,3
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	111,8	126,1
Altre partecipazioni	1,0	1,0
Totale partecipazioni	112,8	127,1
Attività finanziarie non correnti	6,9	6,9
Attività per imposte anticipate	46,0	48,1
Altre attività non correnti	1,2	1,1
Totale attività non correnti	1.165,2	1.186,6
Crediti tributari	40,5	40,8
Altre attività correnti	92,7	80,2
Rimanenze	137,0	137,1
Crediti commerciali	314,6	360,4
Altre attività finanziarie correnti	32,0	24,6
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	109,7	82,9
Totale attività correnti	726,5	726,0
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	1.891,7	1.912,6
Passivo	31 marzo 2012	31 dicembre 2011
Capitale sociale	64,1	64,1
Riserva sovrapprezzo azioni	210,2	210,2
Altre riserve e risultati portati a nuovo	298,0	249,9
Utile (perdita) dell'esercizio	2,4	49,6
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	574,7	573,8
Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti	35,4	35,1
Totale patrimonio netto	610,1	608,9
Fondi	45,7	47,4
Indennità di fine rapporto	53,4	53,5
Passività finanziarie non correnti	414,3	412,8
Passività per imposte differite	103,8	103,3
Altre passività non correnti	-	-
Totale passività non correnti	617,2	617,0
Debiti per imposte sul reddito	20,1	22,9
Altre passività correnti	267,9	259,9
Debiti commerciali	340,3	366,9
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	36,1	37,0
Totale passività correnti	664,4	686,7
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	1.891,7	1.912,6

Allegato 2

Conto economico consolidato

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2012	Periodo al 31 marzo 2011	Delta %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni (*)	328,1	354,3	(7,4%)
Costi per il personale (*)	73,2	68,5	6,9%
Costo del venduto e di gestione	244,9	264,0	(7,2%)
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	5,0	-	n.s.
Margine operativo lordo	15,0	21,8	(31,2%)
<i>Incidenza MOL su ricavi</i>	<i>4,6%</i>	<i>6,2%</i>	
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	2,8	2,7	3,7%
Ammortamenti delle attività immateriali	3,3	2,8	17,9%
Risultato operativo	8,9	16,3	(45,4%)
<i>Incidenza risultato operativo su ricavi</i>	<i>2,7%</i>	<i>4,6%</i>	
Proventi (oneri) finanziari netti	(4,4)	(5,4)	(18,5%)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-	
Risultato del periodo prima delle imposte	4,5	10,9	(58,7%)
Imposte sul reddito	1,8	5,7	(68,4%)
Risultato di pertinenza di terzi	(0,3)	(0,2)	50,0%
Risultato netto	2,4	5,0	(52,0%)

(*) A perimetro omogeneo i ricavi delle vendite e delle prestazioni farebbero registrare una flessione del 10,1%, i costi per il personale un incremento dell'1,1%.