

Comunicato stampa

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

Approvata dal Consiglio di Amministrazione la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2015¹

- **RICAVI NETTI CONSOLIDATI: 517,1 MILIONI DI EURO,
-4,8% RISPETTO AI 543,3 MILIONI DI EURO DEL 30 GIUGNO 2014**

- **MARGINE OPERATIVO LORDO ANTE NON RICORRENTI: 23,8 MILIONI DI EURO,
IN CRESCITA DEL 32% RISPETTO AI 18,1 MILIONI DI EURO DEL 30 GIUGNO 2014**

- **MARGINE OPERATIVO LORDO CONSOLIDATO: 19 MILIONI DI EURO,
IN MIGLIORAMENTO DEL 7,9% RISPETTO AI 17,6 MILIONI DI EURO DEL 30 GIUGNO 2014**

- **RISULTATO NETTO CONSOLIDATO DELLE ATTIVITÀ IN CONTINUITÀ (ESCLUSE LE ATTIVITÀ
IN DISMISSIONE RELATIVE AL BUSINESS RADIOFONICO): -3,4 MILIONI DI EURO,
IN NETTO MIGLIORAMENTO RISPETTO AI -8,6 MILIONI DI EURO DEL 30 GIUGNO 2014**

- **POSIZIONE FINANZIARIA NETTA: -326,5 MILIONI DI EURO,
IN MIGLIORAMENTO RISPETTO AI -368,9 MILIONI DI EURO DEL 30 GIUGNO 2014**

§

**MIGLIORAMENTO DEI RISULTATI OPERATIVI DI TUTTE LE AREE DI BUSINESS DEL GRUPPO
E FOCUS SULLA RAZIONALIZZAZIONE STRATEGICA DEL PORTAFOGLIO DI ATTIVITÀ**

§

**CONFERMATA STIMA PER IL 2015 DI UN MARGINE OPERATIVO LORDO IN CRESCITA;
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA ATTESA IN MIGLIORAMENTO RISPETTO A FINE 2014**

Segrate, 28 luglio 2015 - Il Consiglio di Amministrazione di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., riunitosi oggi, ha esaminato e approvato la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2015 presentata dall'amministratore delegato Ernesto Mauri.

L'ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 30 GIUGNO 2015

Nel primo semestre 2015 i **ricavi netti consolidati** si sono attestati a **517,1 milioni di euro**, in contrazione del 4,8% rispetto ai 543,3 milioni di euro del pari periodo 2014. Il secondo trimestre dell'anno ha registrato un progressivo recupero (-3,3%) rispetto all'andamento conseguito nei primi tre mesi (-6,2%).

Il **marginale operativo lordo ante non ricorrenti** ha evidenziato una **crecita** del **32%**, da 18,1 milioni di euro del primo semestre del 2014 a **23,8 milioni di euro** nell'esercizio in corso, con un'incidenza percentuale che è cresciuta dal 3,3% al 4,6% dei ricavi; il **marginale operativo lordo consolidato** risulta in miglioramento del 7,9%, attestandosi a **19 milioni di euro** rispetto ai 17,6 milioni di euro del 30 giugno 2014. Il recupero di redditività è ancor più significativo al netto degli elementi non ricorrenti (che nel semestre hanno influenzato negativamente i risultati per circa 5 milioni, principalmente riferibili a oneri di ristrutturazione).

Tale performance è stata il risultato di una attenta politica di gestione. In particolare:

- la riduzione dell'incidenza del costo del venduto diminuisce nella maggior parte delle aree di business, in particolare nell'Area Libri e nell'Area Retail, per effetto di una più efficace gestione dei processi operativi e di una mirata politica di pricing;

¹ Alla luce della prospettata operazione di cessione dell'80% del capitale sociale di Monradio S.r.l. e ai sensi del IFRS 5 ("Attività non correnti possedute per la vendita"), il business radiofonico del Gruppo è stato qualificato come "discontinued operations" e come tale è stato esposto nei prospetti contabili al 30.06.2015. 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 dalle attività radiofoniche è 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.

- l'incremento dell'incidenza dei costi variabili sui ricavi è ascrivibile prevalentemente all'Area Periodici Francia ed è riferita all'incremento delle tariffe postali legate alla gestione degli abbonamenti;
- la riduzione dei costi fissi di struttura è superiore alla flessione dei ricavi ed è stata conseguita anche attraverso il contenimento dei costi per prestazioni di terzi e per gli affitti;
- l'organico a fine periodo si è ridotto di 144 unità (-4,5%) rispetto al primo semestre del 2014 per effetto della revisione continua delle strutture organizzative; il costo del personale è di conseguenza risultato inferiore del 4,6% rispetto all'esercizio precedente, sostanzialmente allineato in termini di incidenza percentuale sui ricavi (20,9%).

Tale risultato conferma, trimestre dopo trimestre, la **maggiore efficienza** del Gruppo conseguita **in tutte le aree di business**, in particolare nelle aree **Libri e Periodici Italia**, derivante dalle azioni di revisione industriale e organizzativa avviate negli ultimi due anni.

Il **risultato operativo consolidato** nel primo semestre del 2015 è pari a **9,2 milioni di euro**, in **miglioramento** rispetto ai 7 milioni del pari periodo 2014 del **32%** per effetto del citato incremento del margine operativo lordo e della riduzione degli ammortamenti.

Il **risultato prima delle imposte consolidato** è positivo per **0,6 milioni di euro** rispetto a un valore negativo di -5,3 milioni di euro al 30 giugno 2014; nel primo semestre dell'esercizio in corso gli **oneri finanziari** complessivi ammontano a 8,5 milioni di euro, in **significativa contrazione** rispetto ai 12,3 milioni di euro del medesimo periodo del 2014 per effetto della riduzione dell'indebitamento netto medio del periodo e del costo medio complessivo del debito.

Gli oneri fiscali complessivi del semestre sono pari a 2,8 milioni di euro (2,1 milioni nel primo semestre 2014).

Il **risultato netto consolidato delle attività in continuità**, dopo la quota di pertinenza di terzi, è **negativo per 3,4 milioni di euro**, in **netto miglioramento** rispetto alla perdita di 8,6 milioni di euro registrata al 30 giugno 2014.

Il risultato del primo semestre 2015 delle attività in dismissione, negativo per 8,8 milioni di euro, include il risultato di periodo dell'area Radio (in miglioramento a -1,8 rispetto -2,5 milioni di euro al 30 giugno 2014), nonché la svalutazione delle attività di Monradio al fine di allinearne il valore al fair value risultante dalla manifestazione di interesse ricevuta in data 30 giugno 2015 da parte di R.T.I. S.p.A.

La **posizione finanziaria netta di Gruppo** al 30 giugno 2015 si è attestata a **-326,5 milioni di euro**, in **miglioramento** rispetto ai **-368,9 milioni** del 30 giugno 2014 per effetto della significativa generazione di cassa del Gruppo - in particolare dalla gestione operativa - negli ultimi dodici mesi; il confronto con il valore al 31 dicembre 2014 (-291,8 milioni di euro) include gli effetti della stagionalità tipica del business.

Al 30 giugno 2015 il **flusso di cassa operativo** degli ultimi dodici mesi è **positivo per 59,6 milioni di euro**; il **flusso di cassa** derivante dall'**attività ordinaria** (dopo gli esborsi relativi agli oneri finanziari e alle imposte del periodo) è pari a **31,5 milioni di euro**, proseguendo il **trend di miglioramento** registrato nei quattro trimestri precedenti.

Il **flusso di cassa straordinario** è **positivo per 10,9 milioni di euro** nonostante gli esborsi per ristrutturazioni, per effetto dell'incasso derivante dalla cessione di un asset in ambito Retail e dell'incasso di crediti fiscali maturati negli esercizi precedenti.

LE AREE DI BUSINESS

• **LIBRI**

Nei primi sei mesi del 2015 è proseguito nel mercato dei libri *trade* l'andamento già registrato nel primo trimestre dell'anno, con un calo del 2,7% rispetto al 30 giugno 2014 (fonte: GFK, a valore a giugno).

In tale contesto, il Gruppo Mondadori si è confermato **leader di mercato con una quota pari al 24,4%**.

Nel periodo in esame, il Gruppo è presente con 4 titoli nella classifica dei 10 libri più venduti nel semestre e ha ricevuto l'assegnazione del *Premio Strega 2015* con *La ferocia* di Nicola Lagioia (Einaudi) e del *Premio Strega Giovani 2015* con *Chi manda le onde* di Fabio Genovesi (Mondadori).

Nel primo semestre 2015 l'**Area Libri** del Gruppo Mondadori ha registrato ricavi per **123 milioni di euro** con una contrazione complessiva del 4,3% rispetto ai 128,5 milioni di euro dello stesso periodo del 2014.

I ricavi dei libri *trade* hanno registrato una flessione superiore al mercato, influenzata da una selettiva politica editoriale mirata a incrementarne la redditività. La performance positiva di Mondadori ha beneficiato della distribuzione nel secondo trimestre di *Grey*, il nuovo romanzo di E.L. James che prosegue la trilogia

Cinquanta sfumature di grigio: lanciato il 3 luglio con una tiratura di 500.000 copie, *Grey* è già uno straordinario successo con oltre 200.000 copie vendute nelle prime due settimane.

I ricavi relativi agli *e-book* hanno registrato un incremento del 18,6% rispetto al primo semestre del 2014, attestando il peso delle vendite digitali sul totale *trade* al 6,1% (4,7% al 30 giugno 2014).

Nei primi sei mesi del 2015 i ricavi dei *libri educational* hanno registrato una crescita del **12,4%** rispetto allo stesso periodo del 2014. Il segmento è caratterizzato dalla stagionalità del business della scolastica, i cui ricavi vengono tipicamente generati nella seconda metà dell'esercizio.

Il **marginale operativo lordo dell'Area Libri**, al netto di componenti non ricorrenti, nonostante la contrazione dei ricavi (-4,3%), ha registrato un **significativo incremento (+65,8%)** da 5,1 milioni di euro a **8,5 milioni di euro**, per effetto di una più efficace gestione dei processi operativi derivante dalla profonda revisione intrapresa in ambito *trade*. Contestualmente sono proseguite le azioni finalizzate alla riduzione dei costi fissi di struttura e del costo del lavoro.

Il **marginale operativo lordo complessivo**, che include rispetto allo scorso esercizio una maggiore incidenza degli oneri di ristrutturazione (3,2 milioni di euro nel 2015 rispetto a 0,5 milioni di euro nel 2014) che nel 2015 si sono concentrati nella prima parte dell'esercizio, è pari a **5,2 milioni di euro**, in crescita del **12%** circa rispetto al pari periodo del 2014 (4,7 milioni di euro).

- **PERIODICI ITALIA**

In Italia in uno scenario negativo per il comparto dei periodici sia in termini di diffusioni (-6,5%: fonte interna, canale edicola a maggio) sia in termini di raccolta pubblicitaria (-3,6%: fonte Nielsen, a maggio), Mondadori si è confermata **leader di mercato con una quota diffusionale pari al 32,3%**.

I ricavi complessivi registrati dall'**Area Periodici Italia** si sono attestati a **153 milioni di euro**, in flessione del 6,1% (-5,7% a portafoglio omogeneo, considerando le testate cedute a marzo 2014) rispetto ai 162,9 milioni di euro del primo semestre dello scorso anno.

In particolare, i ricavi diffusionali sono diminuiti del 7,6% (-6,8% a portafoglio omogeneo), evidenziando nel secondo trimestre dell'anno un netto recupero rispetto ai primi tre mesi dell'anno.

Il calo è il risultato dell'effetto combinato delle dinamiche dei mercati di riferimento, oltre che dell'attenta politica di selezione delle iniziative promozionali più profittevoli.

I ricavi della raccolta pubblicitaria print sono diminuiti del 6,3% (-6% a portafoglio omogeneo), mentre la raccolta *web* (-0,7%) ha mostrato un andamento migliore rispetto al trend del mercato di riferimento (-2,2%: fonte Nielsen, a maggio), registrando una crescita del +2,5% nel secondo trimestre dell'anno anche per effetto del positivo risultato di *Grazia.it* (+7,3% rispetto al primo semestre 2014). Complessivamente e a perimetro omogeneo, la raccolta pubblicitaria sui brand Mondadori (*print+web*) è in calo del 5,6% nel periodo in esame.

I ricavi derivanti dai prodotti collaterali sono diminuiti del 10,6% rispetto al primo semestre del 2014 per effetto delle azioni di razionalizzazione delle iniziative finalizzate a mantenerne la redditività, anche se mostrano un progressivo recupero rispetto ai primi tre mesi dell'anno.

Il **marginale operativo lordo dell'Area Periodici Italia**, al netto di componenti non ricorrenti, ha registrato un **sensibile miglioramento** pari al **28,6%** (da 8,2 milioni di euro a **10,5 milioni di euro**) per effetto delle incisive azioni di revisione della struttura editoriale e operativa e delle attività promozionali, nonostante la contrazione dei ricavi determinata dalle condizioni di mercato e da puntuali politiche di selezione delle iniziative.

Il **marginale operativo lordo complessivo** dell'Area ha confermato tale trend di miglioramento, passando da 9,1 milioni di euro a **9,8 milioni di euro** per effetto delle azioni sopracitate e del progressivo recupero delle attività pubblicitarie, nonostante il primo semestre dell'esercizio scorso beneficiasse di proventi non ricorrenti per circa 1 milione di euro derivanti dall'operazione di conferimento a Mediamond.

I dati di traffico mostrano un'audience complessiva di 6,7 milioni di utenti unici, in crescita del 41% circa (fonte Audiweb, maggio) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, anche per effetto delle performance di *Grazia.it* (+38%) e di *Panorama.it* (+11%).

- **PERIODICI FRANCIA**

In Francia la situazione del mercato dei periodici ha presentato un trend decrescente sia nella raccolta pubblicitaria (-10,9% fonte Kantar Media, a maggio) sia nelle diffusioni che, nel canale edicola, diminuiscono del 5,2% (fonte interna, dato a maggio escludendo l'uscita a febbraio dell'edizione straordinaria di *Charlie Hebdo* che ha condizionato l'andamento del mercato francese dei magazine nel primo semestre dell'anno).

Nei primi sei mesi del 2015 i ricavi di **Mondadori France** si sono attestati a **166,6 milioni di euro**, in calo del 2% rispetto ai 169,9 milioni di euro di pari periodo del 2014, confermando sostanzialmente il trend del primo trimestre.

I ricavi diffusionali (circa il 75% dei ricavi totali) hanno registrato una lieve flessione (-1,9%) rispetto all'esercizio precedente. In particolare:

- il canale edicola ha registrato una diminuzione del 7,3%; il confronto con l'esercizio 2014 risente della straordinaria performance del mese di gennaio 2014 derivante dalla pubblicazione su *Closer* dello "scoop Hollande"; escludendo tale discontinuità, la flessione dei ricavi diffusionali si attesterebbe al **-5,2%, in linea con l'andamento del mercato di riferimento**;
- il canale abbonamenti ha evidenziato, al contrario, una **crescita dello 0,6%**, compensando parzialmente la flessione del canale edicola.

I ricavi relativi alla raccolta pubblicitaria (*print + web*) hanno registrato un calo complessivo del 5,2% rispetto al pari periodo del 2014, ma con un andamento difforme tra prodotto cartaceo e on-line: l'advertising digitale (14% dei ricavi pubblicitari totali) è **cresciuto di oltre il 23%**, compensando parzialmente la contrazione rilevata dalla componente tradizionale *print* (-8,5%), con un andamento migliore del mercato di riferimento.

Mondadori si conferma quale secondo operatore nel mercato pubblicitario della stampa periodica, con una quota del mercato (a volume) pari al 10,3%.

Il **marginale operativo lordo**, al netto di componenti non ricorrenti, è pari a **16,1 milioni di euro, stabile** rispetto al precedente esercizio, nonostante il primo semestre 2014 includesse significativi benefici derivanti dallo "scoop Hollande" pubblicato nel mese di gennaio dalla rivista *Closer*.

Mondadori France ha proseguito nelle attività di razionalizzazione delle strutture e di contenimento dei costi redazionali, che continueranno per tutto il 2015 nell'ottica di un ulteriore adeguamento dell'organizzazione alle trasformazioni del mercato e del mantenimento della redditività, limitando anche l'impatto dell'incremento delle tariffe postali legate alla gestione degli abbonamenti e di alcuni investimenti promozionali. Il **marginale operativo lordo complessivo**, pari a **14,4 milioni di euro**, è risultato in calo del 5,7% rispetto al primo semestre del 2014 (15,3 milioni di euro) per effetto di maggiori oneri di ristrutturazione.

La contrazione delle attività tradizionali si è arrestata al 3,5%, mentre le attività di diversificazione (circa l'8% dei ricavi totali), hanno registrato una crescita del 18,2% per effetto principalmente dello sviluppo delle attività digitali (+18,6%), in cui è di particolare rilievo la crescita della raccolta pubblicitaria delle properties (+23,5%).

L'audience complessiva delle testate di Mondadori in Francia ha raggiunto un totale di 8,3 milioni utenti unici, in crescita del 19% circa rispetto al dato del 2014, anche per effetto della progressiva digitalizzazione dei team editoriali.

• **RETAIL**

Nel primo semestre dell'anno l'**Area Retail** ha registrato ricavi pari a **85,7 milioni di euro**, in flessione del 7,4% rispetto ai 92,6 milioni di euro dell'analogo periodo dell'anno precedente (in linea con il trend dei primi tre mesi), principalmente per effetto della cessione dello store di corso Vittorio Emanuele a Milano.

Il libro risulta la tipologia di prodotto preminente (77% del totale) con un andamento *like-for-like* migliore del mercato di riferimento di circa 3 punti percentuali.

I ricavi dei singoli canali di vendita hanno evidenziato: la sostanziale tenuta dei *bookstore diretti* (-0,6%); una sostanziale stabilità dei *bookstore in franchising* nella categoria libro, con un calo nel settore no-book; una positiva performance della categoria libro nei *megastore (like-for-like)* e il ritorno alla crescita nel comparto consumer electronics; la crescita del canale *on-line* (+2,5%), in particolare sul libro che ha registrato un andamento migliore del mercato di oltre cinque punti percentuali (8,5% rispetto a +3,1% del mercato); il *bookclub* ha presentato un andamento in linea con il calo strutturale atteso nel piano di sviluppo a medio termine (-13,5%).

Il **marginale operativo lordo** di Mondadori Retail, al netto di componenti non ricorrenti, è pari a **-3,2 milioni di euro, in netto miglioramento (+37,1%)** rispetto ai -5,1 milioni di euro del corrispondente periodo del 2014. Tale risultato è stato determinato da due principali elementi:

- il miglioramento del margine di prodotto, in particolare nella categoria book e nei prodotti consumer electronics, raggiunto per effetto delle azioni di revisione del network e del format (il semestre ha visto l'apertura a giugno del nuovo *megastore* di via San Pietro all'Orto a Milano), di contenimento delle promozioni e di attento assortimento dei prodotti;
- il proseguimento delle azioni di riduzione dei costi che hanno determinato la minor incidenza delle spese promozionali e la significativa riduzione dei costi di struttura e del personale.

Tale miglioramento, rispetto ai primi sei mesi del 2014, è riscontrabile nella maggior parte dei canali di vendita. Il **marginale operativo lordo complessivo** ha registrato nel semestre un più marcato incremento, passando dai -5,5 milioni di euro dei primi sei mesi del 2014, che includevano oneri di ristrutturazione per 0,4 milioni di euro, ai **-2,8 milioni di euro** del periodo in esame.

- **DIGITAL**

Nel primo semestre dell'anno i ricavi complessivi delle attività digitali hanno registrato una crescita dell'8% rispetto al 30 giugno 2014 (**25,6 milioni di euro** rispetto ai 23,7 milioni di euro del 30 giugno 2014). L'incidenza delle attività digitali sui ricavi totali del Gruppo si è attestata al 5% rispetto al 4,4% del primo semestre dello scorso anno.

Le attività puramente digitali e trasversali a tutte le aree di business hanno incrementato i propri ricavi del 12,1% rispetto al primo semestre 2014.

Le attività di digital marketing service hanno registrato ricavi per 6,2 milioni di euro, in calo dai 6,4 milioni di euro del 2014 per effetto dello slittamento di alcune commesse relative alle attività tradizionali di Cemit, solo parzialmente compensato dall'avvio dei prodotti digitali e multimediali.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Nel semestre in esame il Gruppo ha proseguito le azioni di razionalizzazione strategica del portafoglio di attività e di valorizzazione di alcuni asset non core al fine di rafforzare ulteriormente la posizione competitiva nei core business e cogliere al meglio eventuali opportunità. In questo contesto si inquadra la già citata operazione relativa alla dismissione della maggioranza delle attività radiofoniche del Gruppo.

Alla luce dei **positivi risultati** registrati dal Gruppo nel semestre, dei costanti interventi di **ottimizzazione** dei processi operativi e della struttura dei costi, nonché delle **azioni** finalizzate a **mitigare il calo dei ricavi** derivante dalla dinamica dei mercati, è ragionevole confermare la stima per l'esercizio 2015 di **un margine operativo lordo del Gruppo in crescita**.

Coerentemente a quanto illustrato e pur in un contesto di ripresa degli investimenti e di possibili variazioni di perimetro nell'Area Digital finalizzati a garantire il futuro sviluppo del Gruppo, anche la **posizione finanziaria netta** è attesa in miglioramento rispetto a fine 2014.

La documentazione relativa alla presentazione dei risultati del primo semestre dell'anno è resa disponibile presso il meccanismo di stoccaggio autorizzato 1Info (www.1info.it) e su www.mondadori.it (sezione Investor Relations).

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Oddone Pozzi dichiara, ai sensi del comma 2 art. 154 bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili della società.

In allegato:

- Situazione finanziaria e patrimoniale consolidata (allegato 1)
- Conto economico consolidato (allegato 2)
- Conto economico consolidato - secondo trimestre (allegato 3)
- Cash flow di Gruppo (allegato 4)

Media Relations Mondadori
Tel. +39 02 75423159
Email: pressoffice@mondadori.it

Web: www.mondadori.it
Feed RSS: <http://www.mondadori.it/Extra/RSS-Feed>
Twitter: <https://twitter.com/mondadori>

Allegato 1

Situazione finanziaria e patrimoniale consolidata

Stato Patrimoniale Consolidato (Euro/milioni)	30 giugno 2015	30 giugno 2014	Delta	31 dicembre 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) in 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	-	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
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	326,5	368,9	(42,4)	291,8
TOTALE FONTI	604,9	645,0	(40,1)	580,9

Allegato 2**Conto economico consolidato**

Conto economico consolidato					
(Euro/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%)	(3,4)	(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.

Allegato 3**Conto economico consolidato - secondo trimestre**

Conto economico consolidato					
(Euro/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)		-		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.

Allegato 4**Cash Flow di Gruppo**

Cash Flow di Gruppo (Euro/milioni)	30 giugno 2015	30 giugno 2014	LTM
PFN inizio periodo	(291,8)	(363,2)	(368,9)
EBITDA ante elementi non ricorrenti	23,8	18,1	72,1
Effetto partecipazioni / dividendi	1,4	(1,6)	(0,2)
Variazione CCN e fondi	(28,3)	(34,0)	5,9
CAPEX	(7,5)	(4,0)	(14,6)
Cash flow operativo Radio	-	(1,5)	(3,6)
Cash Flow operativo	(10,6)	(23,0)	59,6
Oneri finanziari	(7,8)	(12,3)	(17,6)
Imposte	(5,1)	0,5	(11,0)
Oneri finanziari e Imposte Radio	1,3	-	0,5
Cash Flow ordinario	(22,2)	(34,8)	31,5
Aumenti capitale / (Dividendi pagati)	-	31,2	-
Ristrutturazioni	(11,6)	(14,2)	(17,7)
Imposte straordinarie / anni precedenti	2,2	4,7	12,7
Acquisizioni asset	-	(2,9)	(1,0)
Dismissioni asset	(3,1)	10,3	16,9
Cash Flow straordinario	(12,5)	29,1	10,9
Totale Cash Flow	(34,7)	(5,7)	42,4
PFN inizio periodo	(326,5)	(368,9)	(326,5)