

ARNOLDO MONDADORI EDITORE S.p.A.

Capitale Euro 67.451.756,32

Sede Legale in Milano

Sede Amministrativa in Segrate (MI)

**Resoconto intermedio di gestione
sul primo trimestre dell'esercizio 2011**

Cariche sociali e organismi di controllo

Consiglio di Amministrazione

Presidente

Marina Berlusconi

Vice Presidente e Amministratore Delegato

Maurizio Costa

Consiglieri

Pier Silvio Berlusconi

Roberto Briglia

Pasquale Cannatelli

Bruno Ermolli

Martina Forneron Mondadori

Roberto Poli

Angelo Renoldi

Mario Resca

Carlo Sangalli

Marco Spadacini

Umberto Veronesi

Carlo Maria Vismara (*)

(*) Segretario

Collegio Sindacale

Presidente

Ferdinando Superti Furga

Sindaci Effettivi

Francesco Antonio Giampaolo

Franco Carlo Papa

Sindaci Supplenti

Francesco Vittadini

Ezio Simonelli

Sommario

Relazione sulla gestione

- Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre 2011	9
- Indicatori finanziari e non finanziari	10
- Libri	11
- Periodici Italia	17
- Periodici Francia	19
- Servizi pubblicitari	21
- Digital	22
- Direct e Retail	23
- Radio	24
- Corporate e altri business	25
- Situazione finanziaria	26
- Informazioni sul personale	28
- Investimenti tecnici	29
- Altre informazioni	29
- Evoluzione prevedibile della gestione	29

Situazione patrimoniale-finanziaria e conto economico consolidati

- Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata	32
- Conto economico e conto economico complessivo consolidati	34

Relazione sulla gestione

Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre 2011

Nei primi tre mesi del 2011 non si sono evidenziate a livello macroeconomico significative variazioni rispetto ai *trend* già in atto negli ultimi mesi del passato esercizio: i valori di crescita della produzione restano molto contenuti, i consumi non danno segni di ripresa mentre resta elevato il livello di disoccupazione.

Relativamente ai mercati di riferimento del Gruppo Mondadori, i dati dei primi due mesi mostrano in Italia: per i periodici una riduzione delle diffusioni (-7,5% a copie) e degli investimenti pubblicitari (-4,3%), mentre i collaterali hanno mostrato segni di ripresa (+7,3%) rispetto a un *trend* di forte riduzione degli ultimi anni; sostanzialmente stabile il mercato dei libri, sia a volume che a valore.

In Francia nel trimestre si conferma la ripresa da tempo in atto della pubblicità sui periodici (+4,0% a volume) mentre per il periodo non si hanno valori di diffusione affidabili sui periodici.

In rapporto al contesto di mercato sopra descritto, l'incremento del 3,2% del fatturato consolidato di Mondadori, rispetto ai primi tre mesi dell'esercizio precedente, deriva da *performance* generalmente migliori in tutti i *business* rispetto ai singoli mercati di riferimento, oltre che dal consolidamento di Mondolibri.

A livello reddituale, il seppur lieve miglioramento del margine operativo lordo (+2,8%) è stato ottenuto nonostante i crescenti investimenti per lo sviluppo del *network* internazionale dei periodici e delle nuove attività digitali; contributo significativo è derivato anche in questo primo trimestre dalla riduzione dei costi operativi.

Di seguito i principali risultati economici al 31 marzo 2011.

Il **fatturato consolidato** è stato di 355,6 milioni di Euro, in incremento del 3,2% rispetto ai 344,7 milioni di Euro del 2010.

Il **margine operativo lordo consolidato** è risultato di 21,8 milioni di Euro, in aumento del 2,8% rispetto ai 21,2 milioni di Euro dell'esercizio precedente pur comprendendo, come sopra indicato, maggiori investimenti in sviluppo.

Il **risultato operativo consolidato** è stato pari a 16,3 milioni di Euro, in aumento del 3,8% rispetto ai 15,7 milioni di Euro del 2010; in entrambi i trimestri di riferimento gli ammortamenti di attività materiali e immateriali sono stati di 5,5 milioni di Euro.

L'**utile prima delle imposte consolidato** è risultato di 10,9 milioni di Euro, superiore del 26,7% rispetto agli 8,6 milioni di Euro dell'esercizio precedente, grazie alla riduzione degli oneri finanziari derivante dal minor costo del denaro a seguito della ristrutturazione del debito di fine 2010 oltre che da un minor indebitamento medio.

L'**utile netto consolidato** è risultato di 5,0 milioni di Euro, più che raddoppiato rispetto ai 2,4 milioni di Euro di pari periodo dell'esercizio precedente.

Il **cash flow lordo** del primo trimestre 2011 è stato di 10,5 milioni di Euro rispetto ai 7,9 milioni di Euro del 2010.

La **posizione finanziaria netta** è passata da -342,4 milioni di Euro di fine 2010 a -320,7 milioni di Euro al 31 marzo 2011, con un miglioramento nel trimestre di 21,7 milioni di Euro.

L'andamento dei singoli settori in cui opera Mondadori viene approfondito nella sezione dedicata alle singole divisioni del Gruppo; di seguito ne sono illustrati i principali elementi.

Indicatori finanziari e non finanziari

Conto economico consolidato (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010	Delta %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	355,6	344,7	3,2%
Costi per il personale	68,5	66,9	2,4%
Costo del venduto e di gestione (*)	265,3	256,3	3,5%
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	-	(0,3)	n.s.
Margine operativo lordo	21,8	21,2	2,8%
<i>Incidenza MOL su ricavi</i>	<i>6,1%</i>	<i>6,2%</i>	
Ammortamenti di immobili, impianti e macchinari	2,7	2,7	-
Ammortamenti delle attività immateriali	2,8	2,8	-
Risultato operativo	16,3	15,7	3,8%
<i>Incidenza risultato operativo su ricavi</i>	<i>4,6%</i>	<i>4,6%</i>	
Proventi (oneri) finanziari netti	(5,4)	(7,1)	(23,9%)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-	
Risultato del periodo prima delle imposte	10,9	8,6	26,7%
Imposte sul reddito	5,7	6,0	(5,0%)
Risultato di pertinenza di terzi	(0,2)	(0,2)	-
Risultato netto	5,0	2,4	108,3%

(*) Include le seguenti voci: decremento (incremento) delle rimanenze; costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci; costi per servizi; oneri (proventi) diversi.

I ricavi consolidati sono stati pari a 355,6 milioni di Euro con un incremento del 3,2%; di seguito si fornisce la composizione dei ricavi per area di *business*.

Volume d'affari per settore di attività (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010	Delta %
Libri	78,0	79,8	(2,3%)
Periodici Italia	122,0	123,4	(1,1%)
Periodici Francia	82,6	81,1	1,9%
Servizi pubblicitari	49,5	49,4	0,2%
<i>Digital</i>	4,4	-	n.s.
<i>Direct e Retail</i>	61,5	49,5	24,2%
Radio	3,3	3,1	6,5%
<i>Corporate e altri business</i>	5,2	4,8	8,3%
Totale ricavi aggregati	406,5	391,1	3,9%
Ricavi infragruppo	(50,9)	(46,4)	9,7%
Totale ricavi consolidati	355,6	344,7	3,2%

Nel prospetto seguente viene fornito il dettaglio dei ricavi consolidati per area geografica.

Volume d'affari per area geografica (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010	Delta %
Mercato nazionale	264,8	258,4	2,5%
Francia	78,6	77,4	1,6%
Altri Paesi UE	8,1	7,5	8,0%
Mercato USA	0,1	0,1	-
Altri Paesi	4,0	1,3	n.s.
Totale ricavi consolidati	355,6	344,7	3,2%

Libri

Il fatturato della Divisione Libri si è attestato a 78 milioni di Euro nel primo trimestre 2011 in calo del 2,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La flessione è imputabile principalmente a una diversa calendarizzazione delle iniziative editoriali.

I dati di mercato Nielsen dei primi tre mesi del 2011 confermano la *leadership* del Gruppo nel comparto *Trade* del mercato con una quota di circa il 26,1%. Tra le singole case editrici in leggerissimo calo rispetto al 2010 le quote di Edizioni Mondadori, Sperling & Kupfer e Piemme, in crescita Einaudi.

Resoconto intermedio di gestione sul primo trimestre dell'esercizio 2011
 Importi espressi in milioni di Euro

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010
Fatturato libri	76,5	78,5
Altri ricavi	1,5	1,3
	78,0	79,8
Costi operativi	(65,4)	(69,5)
Margine operativo lordo	12,6	10,3
Ammortamenti e svalutazioni	(0,3)	(0,4)
Risultato operativo	12,3	9,9

Di seguito si riporta il dettaglio dei ricavi per editore:

Libri (Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010	Delta %
Edizioni Mondadori	27,3	28,6	(4,5%)
Einaudi	14,2	12,9	10,1%
Sperling & Kupfer	7,4	6,7	10,4%
Edizioni Piemme	11,9	12,3	(3,3%)
Mondadori Electa	6,4	7,7	(16,9%)
Mondadori Education	2,5	2,5	-
Distribuzione Libri	7,0	8,0	(12,5%)
Altri ricavi	1,3	1,1	18,2%
Totale ricavi consolidati	78,0	79,8	(2,3%)

Edizioni Mondadori

Nel primo trimestre del 2011 Edizioni Mondadori ha conseguito ricavi per 27,3 milioni di Euro, con una flessione del 4,5% rispetto all'anno precedente.

Le Edizioni Mondadori Hardcover si sono attestate su una quota a valore del 19,9% (+0,3% rispetto al primo trimestre 2010), fonte Nielsen Bookscan.

Di rilievo, nei primi tre mesi del 2011, la buona tenuta di alcune strenne natalizie del 2010 tra cui *I dolori del giovane Walter* di Luciana Littizzetto (in totale oltre 420.000 copie vendute), che mantiene la vetta in classifica Nielsen nelle prime settimane di gennaio e *Impero* di Alberto Angela (oltre 180.000 copie complessive).

Un richiamo particolare meritano i libri che hanno celebrato l'anniversario dei 150 anni dell'Unità d'Italia e che hanno ottenuto una buona *performance*: *Il Cuore e la Spada* di Bruno Vespa, *La patria, bene o male. Almanacco essenziale dell'Italia unita* di Carlo Fruttero e Massimo Gramellini e *Viva l'Italia* di Aldo Cazzullo.

I primi tre mesi della Narrativa Italiana sono caratterizzati dall'uscita del nuovo romanzo di Margaret Mazzantini, *Nessuno si salva da solo*, in vendita dal 4 marzo e subito ai primi

posti della classifica dei più venduti. Per il lancio di questa novità (250.000 copie), oltre alle tradizionali attività di promozione, per la prima volta è stato realizzato un evento dal vivo, "Slam Book", coinvolgendo anche il pubblico *online* dei lettori di Margaret Mazzantini attraverso la diffusione di contenuti sui *social network*.

Nel mese di febbraio è stato lanciato *Mammut*, il nuovo romanzo di Antonio Pennacchi, vincitore del Premio Strega 2010, con una prima distribuzione di oltre 60.000 copie. Soddifazione per Mauro Corona che con *La fine del mondo storto* è Premio Selezione Bancarella 2011. Da sottolineare il nuovo ingresso, nella collana Strade Blu Narrativa, di *Malastagione* di Francesco Guccini e Lorian Macchiavelli che in soli tre mesi raggiunge 50.000 copie vendute.

Nella Narrativa Straniera l'attesa Madeleine Wickham (alias Sophie Kinsella) con *Vacanze in villa* conferma il successo dell'autrice tra i romanzi al femminile per la primavera, accedendo subito ai primi posti della classifica (65.000 copie).

Sul versante Varia, dopo il successo de *Il viaggio dimagrante* ritorna Rosanna Lambertucci con *Le diete della salute* (45.000 copie) seguito dal quinto romanzo della fortunata serie *Amici* di Maria De Filippi *Testa o Cuore* di Luca Zanforlin che raggiunge le 70.000 copie in un mese.

Dopo cinque anni dal clamoroso caso editoriale *The Secret* (10 milioni di copie vendute nel mondo), l'autrice Rhonda Byrne pubblica con Edizioni Mondadori la versione italiana dell'attesissimo seguito *The Power* (oltre 120.000 copie).

Gli Oscar Mondadori nei Paperback hanno beneficiato della tradizionale campagna sconto; alla fine di marzo è stato lanciato NumeriPrimi^o, il nuovo marchio destinato al segmento del *paperback* di qualità, che ospita a pochi mesi dall'edizione originale i migliori successi delle case editrici del Gruppo: i primi 13 titoli hanno avuto una tiratura complessiva di quasi 800.000 copie diffuse nei canali libreria e grande distribuzione.

All'interno della divisione Ragazzi si segnala l'ottimo risultato del primo *legal thriller* per ragazzi di John Grisham, *La prima indagine di Theodore Boone*, e si confermano i successi di Rick Riordan con la saga di "Percy Jackson e gli dei dell'Olimpo" e di Licia Troisi con l'ultimo capitolo della trilogia "Le leggende del Mondo Emerso" e con *I Dannati di Malva*. A marzo il secondo lancio novità della collana Oscar Junior conclude il trimestre.

Giulio Einaudi Editore

Al 31 marzo 2011 si evidenzia un incremento dei ricavi netti pari al 10,1%, cui hanno contribuito in modo significativo sia il canale libreria sia la grande distribuzione, nonché i ricavi per la cessione dei diritti di pubblicazione; in leggera flessione il canale rateale.

Tra le novità che hanno registrato le migliori collocazioni sul mercato in questo primo trimestre 2011 segnaliamo: *Libertà* di Jonathan Franzen (76.000 copie vendute), *Il signor Cevdet e i suoi figli* di Orhan Pamuk (23.000 copie), *Nemesi* di Philip Roth (26.000 copie), *L'unico figlio* di Anne Holt (27.000 copie), *Vizio di forma* di Thomas Pynchon (14.000 copie), *Un calcio in bocca fa miracoli* di Marco Presta (15.000 copie). Si segnalano poi *Che la festa cominci* di Niccolò Ammaniti (45.000 copie) e *Romanzo criminale* di Giancarlo De Cataldo (29.000 copie), che sono stati riproposti in edizione NumeriPrimi°. Buone nel primo trimestre anche le vendite di titoli pubblicati nel 2010 tra cui *Momenti di trascurabile felicità* di Francesco Piccolo (41.000 copie) e *Ogni cosa alla sua stagione* di Enzo Bianchi (25.000 copie).

Sperling & Kupfer

Nel primo trimestre del 2011 Sperling & Kupfer registra ricavi per 7,4 milioni di Euro in crescita del 10,4% rispetto all'analogo periodo 2010. A tal proposito si segnala la pubblicazione nel mese di marzo 2011 del nuovo romanzo di Nicholas Sparks *Vicino a te non ho paura* (110.000 copie vendute).

La produzione è stata di 94 titoli novità rispetto ai 77 dell'esercizio precedente (in crescita risultano in particolare le linee Non Fiction per 7 titoli e Paperback per 9 titoli).

La proposta editoriale ha visto nella Fiction il ritorno di Guillaume Musso con *La ragazza di carta* (32.000 copie) e il successo della ripubblicazione a prezzo promozionale de *La ragazza del lago. Lo sguardo di uno sconosciuto* (27.000 copie) della scrittrice norvegese Karin Fossum, contemporaneamente all'uscita della novità *Al lupo, al lupo*. Per il *fantasy* due romanzi di rilievo sono stati *Spells* (19.000 copie) dell'autrice Aprilynne Pike e *Oksa Pollock e il mondo invisibile* (25.000) della coppia Anna Plichota e Cendrine Wolf. Nella Non Fiction si segnalano *Il ruggito della mamma tigre* di Amy Chua, *Viva la grammatica!* di Valeria Della Valle e Giuseppe Patota e *L'intoccabile* di Marisa Merico e Douglas Thompson.

Per il Paperback si evidenzia la pubblicazione nella nuova collana NumeriPrimi° di due titoli di portafoglio particolarmente apprezzati dal mercato: *Donne che corrono coi lupi* di Clarissa Pinkola Estés e *L'ultima canzone* di Nicholas Sparks.

Edizioni Piemme

Nel primo trimestre 2011 Piemme ha registrato ricavi per 11,9 milioni di Euro, in calo del 3,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Nel settore Adulti rimangono sostanzialmente stabili le linee Saggistica e Narrativa, mentre la flessione del Paperback è dovuta a uno slittamento nella tempistica delle campagne promozionali.

Nella *Junior* il forte aumento del fatturato delle linee Stilton (+32,9% rispetto al 2010), il lancio della nuova linea Paperback Junior e il buon andamento della Freeway (+212%), rivolta ai *young adult*, hanno compensato il lieve calo de *Il Battello a Vapore* (-4,1%).

Per quanto riguarda i titoli più importanti, nella Narrativa si segnalano Priya Basil con *Profumo di spezie proibite* (20.000 copie vendute), Dinaw Mengestu con *Leggere il vento*, nel genere femminile Emily Giffin con *Tutto per amore o quasi* e il *thriller* di Dennis Lehane *Moonlight Mile*, tutti a quota 17.000 copie.

Nella Saggistica si registra il buon andamento di Sherry Argov che riprende il suo precedente successo con *Falli soffrire 2.0. Gli uomini preferiscono le stronze. La versione aggiornata* (34.000 copie), seguito da *Lunga è la notte* di Jerry Clark e Anthony Flacco (28.900 copie) nella nuova collana Voci. Altri titoli importanti sono *Quaranta frustate. La mia ribellione alla legge degli uomini* di Lubna Ahmad Al-Hussein e Djénane Kareh Tager (22.000 copie) e *Il giardino della luce* di Marilyn Berger (20.000 copie).

Nella linea Religione *L'aldilà nei messaggi di Medjugorje* di Padre Livio (20.000 copie) e il nuovo libro di Nicola Legrottaglie, *L'amore vince tutto* (15.000 copie).

Il Paperback ha visto il lancio, nella nuova collana NumeriPrimi°, del primo di una serie di titoli Piemme *A un passo dal baratro* di Paolo Brosio (46.000 copie).

Nella Junior, per quanto riguarda la linea Stilton prosegue il successo della collana Grandi Libri in particolare con *Le avventure di re Artù* (86.000 copie) e registra ottime vendite anche la neonata collana de *I Preistotopi* (con i primi due titoli a 27.000 copie ciascuno). Nella linea *Il Battello a Vapore* si conferma il successo della serie *GOL!* (due le novità 2011 della collana con un venduto rispettivamente di 19.000 e 18.000 copie) mentre per la linea *Freeway* si segnala *Angeli nell'ombra* di Becca Fitzpatrick (15.000 copie).

Editoria d'arte e organizzazione mostre

I ricavi di Mondadori Electa si sono attestati in questo primo trimestre a 6,4 milioni di Euro, in calo del 16,9% rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente. Le ragioni di questo calo sono ascrivibili al generale *trend* negativo nella maggior parte dei segmenti di mercato in cui Mondadori Electa opera. Si segnala inoltre che, al calo dei ricavi dalle vendite in libreria, si aggiunge lo slittamento di alcune attività *sponsor*. Nell'area dei beni culturali la contrazione delle attività di Mondadori Electa è riconducibile alla fase di transizione che sta attraversando l'intero settore in attesa delle nuove gare per le concessioni museali, in regime di proroga da molto tempo.

L'aumento delle vendite nei *bookshop* museali è dovuto principalmente all'aggiudicazione delle concessioni delle librerie del Museo del Novecento a Milano e del Maxxi a Roma.

Mondadori Education

Mondadori Education al 31 marzo 2011 registra ricavi netti di vendita pari a 2,5 milioni di Euro, stabili rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, in una stagione, come di consueto, dagli impatti minimi sul fatturato annuo.

Importante la produzione nel trimestre relativa alle novità adozionali per l'anno scolastico 2011-2012: 196 i titoli pubblicati (191 nello stesso periodo del 2010). La produzione editoriale ha riguardato gran parte del catalogo della scuola secondaria di primo grado (mercato che, per effetto del blocco sessennale delle adozioni introdotto nel 2009 - e non mutando il quadro normativo esterno - resterà congelato fino al 2015) e il primo biennio della scuola secondaria di secondo grado, segmento nel quale perdurano gli effetti della riforma varata nel 2010. Si è proceduto a consolidare il processo avviato nel 2010, ovvero la realizzazione di un'offerta che abbinati al prodotto cartaceo *asset* multimediali fruibili *online* e strettamente connessi al progetto didattico del manuale; inoltre è stata inaugurata una linea di prodotti editoriali *offline* (32 titoli), digitali, interattivi e personalizzabili, progettati per essere fruiti con le lavagne interattive multimediali (LIM).

E-Book

Il mercato, ancora in fase embrionale, in attesa dell'apertura degli *e-store* dei principali operatori internazionali vede Mondadori incrementare la propria offerta con un catalogo che conta, al termine del primo trimestre, circa 1700 titoli (+200 rispetto a fine 2010).

Per la maggior parte delle nuove uscite contemporaneamente al lancio dell'edizione cartacea viene realizzata la versione *e-book*.

L'andamento delle vendite risulta stabile dopo il picco natalizio e si prevede una generale ripresa nel corso dell'anno.

Distribuzione e logistica

I ricavi del primo periodo dell'anno risultano pari a 7 milioni di Euro in diminuzione del 12,5% rispetto al primo trimestre 2010. Da evidenziare la contrazione dei ricavi dall'editore Baldini e Castoldi Dalai cui si contrappone il miglioramento di Edizioni EL, società partecipata al 50% dalla Giulio Einaudi Editore.

Si segnala inoltre l'inizio della distribuzione dell'editore di saggistica ADD Editore.

In ambito logistico il numero di spedizioni rimane pressoché inalterato rispetto al primo trimestre del 2010, benché le copie spedite siano in calo del 4,6%. Il costo di spedizione a copia diminuisce del 12,1% grazie agli opportuni interventi sull'efficienza industriale e sulle più importanti componenti di costo.

Periodici Italia

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010
Fatturato periodici	113,1	114,3
Altri ricavi	8,9	9,1
	122,0	123,4
Costi operativi	(107,8)	(109,3)
Margine operativo lordo	14,2	14,1
Ammortamenti e svalutazioni	(0,1)	(0,2)
Risultato operativo	14,1	13,9

L'andamento dei ricavi è stato determinato dalla diminuzione dei ricavi diffusionali del 5,8%, dalla crescita dei ricavi pubblicitari (+4,8%), sostenuti da una forte attività della rete di vendita e da numerose e innovative iniziative, e dall'ottima *performance* del *network* internazionale e della raccolta *digital*.

I fatturati dei prodotti collaterali sono rimasti stabili.

Tra i fatti più significativi del trimestre si segnalano:

- il rilancio di *Cosmopolitan*, testata pubblicata dalla *joint venture* Hearst Mondadori. Il mensile è stato rilanciato con successo nel mese di febbraio sotto la guida della nuova direzione. La profonda rivisitazione grafica e contenutistica del giornale, accompagnata da un ritorno al formato "standard", e conseguente abbandono del formato "pocket", sta ottenendo ottimi risultati sia in termini diffusionali che di apprezzamento dell'utenza pubblicitaria;
- il rilancio di *Casaviva*. Lo storico mensile di arredamento della casa editrice (lanciato da Mondadori nel 1973) è stato rinnovato graficamente e nei contenuti. Anche in questo caso le prime evidenze segnano, sotto il profilo della raccolta pubblicitaria e delle diffusioni, un risultato estremamente positivo e in progresso rispetto agli andamenti precedenti;
- il *restyling* grafico di *Ciak*, la testata di cinema *leader* nel mercato italiano.

L'attività di rinnovamento, *restyling* e riposizionamento delle testate proseguirà nel corso dei prossimi mesi e riguarderà almeno altri 4 mensili e un settimanale entro l'anno. È di questi giorni il lancio di *Panorama Icon*, il nuovo supplemento di *Panorama* dedicato allo stile e alla moda maschile, che ha preso il posto di *First*. I risultati di raccolta del nuovo giornale sono stati ottimi, segnalando un'eccellente accoglienza dell'iniziativa da parte del mercato di riferimento.

Diffusione

Il mercato diffusionale prosegue nella sua tendenziale diminuzione delle copie vendute (-7,5% a febbraio, fonte: stime interne).

Mondadori si è difesa meglio degli altri *competitor* con copie diffuse in calo del 6,4% principalmente attribuibili all'abbattimento di distribuzioni promozionali e al calo programmato del canale abbonamenti (-11%), iniziato già dallo scorso anno per controbilanciare gli importanti incrementi delle tariffe postali.

Relativamente all'andamento delle singole testate:

- positivo l'andamento delle diffusioni di *Grazia*, che nonostante il calo degli abbonamenti, sono in linea al 2010. In significativa crescita *CasaFacile*, *Grazia Casa* e *Casaviva*;
- in linea con la dinamica del mercato *Donna Moderna*, *Tv Sorrisi e Canzoni* e *Chi*. In particolare per queste ultime due testate va registrato l'ingresso sul mercato di *magazine* concorrenti a basso prezzo di copertina che ha indotto una generalizzata riduzione dei prezzi, politica che Mondadori ha deciso di non seguire.

Vendite congiunte

Il mercato nel primo trimestre si caratterizza per la presenza di alcune iniziative di particolare successo da parte dei quotidiani che fanno crescere il numero di copie vendute, a scapito del prezzo medio.

In questo contesto Mondadori, presente soprattutto con "la prima visione" di *Panorama* e "le collane *animation*" di *Tv Sorrisi e Canzoni*, ha ottenuto *performance* inferiori all'andamento del mercato e in linea con i dati del 2010; tuttavia, anche per le iniziative già previste, si ritiene di poter recuperare nei prossimi mesi.

Attività internazionali

Ottimo l'andamento dei ricavi da *licencing*, in crescita di oltre il 50%, grazie soprattutto alla ripresa del mercato pubblicitario.

Le *performance* positive di tutte le edizioni, in particolare di quelle settimanali, trainano anche i ricavi derivanti dal servizio di raccolta pubblicitaria su clienti italiani per il *network* internazionale.

Ancora in espansione il numero di edizioni in licenza del Gruppo Mondadori, grazie alla firma del contratto con Sanoma per il lancio in giugno di *Casaviva* in Ucraina e con Artcom Media per il lancio in autunno di *Interni Russia*.

In deciso miglioramento i risultati delle *joint venture* paritetiche in Russia e Cina rispetto allo scorso anno per il notevole sviluppo della raccolta pubblicitaria.

La consociata Attica risente, nel primo trimestre, del perdurare della crisi finanziaria in Grecia e vede ridursi i ricavi pubblicitari di circa il 30%.

Performance difforni per i ricavi pubblicitari nei Paesi balcani: quelli più legati al mercato greco (Bulgaria e Romania) in flessione, stabili o in leggera crescita gli altri (Serbia e Ungheria).

Digital

Il mondo delle *properties* ha offerto una *performance* in linea con il *budget*, con una crescita anno su anno superiore al mercato. Complessivamente la raccolta pubblicitaria dei siti Mondadori chiude a marzo con un incremento di oltre il 20% rispetto ai primi tre mesi del 2010, con www.donnamoderna.com in particolare evidenza, bene anche www.grazia.it e www.panorama.it.

Positivi anche gli andamenti dei principali parametri legati al traffico rilevato a marzo: fra tutti www.donnamoderna.com che, a livello di *network*, mostra un *trend* di visitatori unici superiore del 26% (circa 4 milioni), mentre crescono del 25%, a circa 52 milioni, le pagine viste.

Periodici Francia

Mondadori France ha chiuso il primo trimestre del 2011 con un fatturato di 82,6 milioni di Euro, con un incremento dell'1,9% rispetto al corrispondente periodo del 2010.

Il margine operativo lordo si attesta a 6,5 milioni di Euro, in aumento rispetto al marzo 2010 del 51,2%: questa *performance* è legata sostanzialmente al miglioramento dei risultati del settimanale *Grazia* e alla politica di riduzione dei costi intrapresa negli anni precedenti; in questo contesto si inserisce il trasferimento nella nuova sede di Montrouge che ha consentito una riduzione sensibile dei canoni di locazione.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010
Fatturato periodici	79,7	78,0
Altri ricavi	2,9	3,1
	82,6	81,1
Costi operativi	(76,1)	(76,8)
Margine operativo lordo	6,5	4,3
Ammortamenti e svalutazioni	(2,4)	(2,5)
Risultato operativo	4,1	1,8

Diffusione

I ricavi diffusionali, che comprendono sia le vendite in edicola che gli abbonamenti, rappresentano circa il 71% del totale ricavi e sono risultati sostanzialmente stabili a livello consolidato (+0,5%): questa *performance* è ancor più positiva se si tiene conto dell'andamento in continua riduzione del mercato di riferimento.

In questo ambito Mondadori France ha lanciato nel primo trimestre dell'anno tre nuove formule per *Science & Vie*, *Auto Plus* e *Le Film Français* e un nuovo trimestrale *Guerre & Histoire* nel filone *Science & Vie*. A fine marzo è stata lanciata una versione *pocket* del settimanale *Grazia* al prezzo di 1,50 Euro mentre il prezzo della versione "grande formato" è stato aumentato a 1,70 Euro.

Infine sono da segnalare i buoni risultati dei mensili femminili che mostrano un incremento delle copie vendute, a conferma della strategia di riposizionamento del portafoglio sul settore femminile e sui titoli a più ampia diffusione: nel primo trimestre, rispetto allo stesso periodo del 2010, *Modes & Travaux* registra un +8,0%, *Top Santé* un +4,2% e *Biba* un +14,5%.

Pubblicità

Dal punto di vista pubblicitario i ricavi consolidati registrano un miglioramento del 10,2% rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente.

Questi eccellenti risultati sono dovuti soprattutto alla forte crescita dei ricavi pubblicitari del settimanale *Grazia* (+68%) e le buone *performance* delle testate *Sciences*, di *Closer* e di *l'Ami des Jardins*.

I ricavi pubblicitari dei periodici femminili "Haut de Gamme" di Mondadori France (il settimanale *Grazia* e il mensile *Biba*) rappresentano oggi il 32,5% dei ricavi pubblicitari totali (il 24,6% nel primo trimestre 2010).

Il mercato pubblicitario dei periodici presenta, per il primo trimestre 2011, una crescita del 4,0% in volume di pagine (fonte: Kantar Media). Nel medesimo periodo Mondadori France registra una *performance* eccellente del +13,0% in volume e aumenta dello 0,8% la propria quota di mercato.

Con 539 pagine nel primo trimestre il settimanale *Grazia* si attesta alla seconda posizione nel mercato della stampa periodica.

Servizi pubblicitari

Il mercato

Le evidenze dei primi mesi del 2011 sono all'insegna di una leggera contrazione degli investimenti pubblicitari (a febbraio il totale dei mezzi rilevati da Nielsen registra un -2%).

In particolare il segnale maggiormente negativo è rappresentato dalla inaspettata contrazione dei quotidiani (-8,7%), che ha influenzato negativamente anche i periodici (-4,3%) su cui ha pesato il calo dei professionali.

Per gli altri mezzi si rileva una sostanziale tenuta per radio e TV, quest'ultima in leggero calo (-0,5%), mentre *internet* risulta essere, in questo inizio d'anno, l'unico mezzo in significativa controtendenza (+15,5%).

Per quanto riguarda i settori dei periodici riscontriamo dei segnali di ripresa per cosmesi, auto e farmaceutici, una tenuta della moda e un inizio non positivo per largo consumo e arredamento.

La Società

Mondadori Pubblicità chiude il primo trimestre con una raccolta complessiva in leggero miglioramento rispetto al 2010.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010
Fatturato pubblicità	49,0	48,6
Altri ricavi	0,5	0,8
	49,5	49,4
Costi operativi	(51,9)	(51,7)
Margine operativo lordo	(2,4)	(2,3)
Ammortamenti e svalutazioni	-	-
Risultato operativo	(2,4)	(2,3)

Nell'ambito del mezzo periodici, i *magazine* dell'editore Mondadori realizzano un +3%, ascrivibile soprattutto ai settimanali (+5,6%). Da segnalare gli andamenti positivi di *Grazia* (+18%), *Donna Moderna* (+4%), *Tu Style* (+46,4%) e *Panorama* (incluso i supplementi +3,2%).

Tra i mensili, in generale sofferenza anche in questo inizio d'anno, da evidenziare l'ottima *performance* di *Starbene* (+23,4%), *Flair* (+4,7%) e *Cosmopolitan* che, grazie al rilancio e al cambio di formato, realizza un fatturato in significativa crescita (+58,7%).

Per finire, il mezzo radio vede la raccolta per *R101* in linea con il 2010.

Digital

Nell'ultimo trimestre del 2010 è stata costituita un'area di *business digital*, dedicata allo sviluppo delle diverse attività legate alle nuove tecnologie.

Da questo trimestre si dà quindi evidenza a livello economico di un segmento *digital* che, per effetto dell'organizzazione a matrice di cui il Gruppo Mondadori si è dotato dall'inizio del 2011, risulta anche di supporto alle altre unità di *business*.

Per quanto sopra, mentre nel segmento *digital* trovano espressione economica le attività dirette quali *e-commerce* (*bol.it* e *easysshop.it*), *gaming*, *applications* e CRM, altre attività (*e-book*, *book club on line*, siti *internet*, abbonamenti e pubblicità digitali) trovano espressione economica in altre aree di *business*.

I ricavi diretti, che ammontano a 4,4 milioni di Euro, sono riferibili per la gran parte (quasi 4 milioni) al sito www.bol.it, attraverso il quale il Gruppo distribuisce e vende libri, altri prodotti editoriali e oggettistica; la restante parte del fatturato riguarda servizi e applicazioni legati alla telefonia mobile e servizi per la gestione di siti *internet*.

Il mese di marzo del sito www.bol.it è risultato molto promettente in termini di visitatori unici (raggiunta quota 835 mila, +14% rispetto a marzo 2010), con oltre 6,3 milioni di pagine viste.

Altre iniziative si prevede daranno il loro contributo a partire dalla seconda parte dell'esercizio: l'attività di *e-commerce* attraverso il sito www.easysshop.it, con cui Mondadori ha iniziato l'attività di vendita di prodotti delle migliori marche di moda, arredamento, *design* e tecnologia a partire dall'ultima decade di marzo e l'attività dei giochi *on line* per la quale è stata presentata la domanda per l'ottenimento della concessione governativa.

Un'ulteriore importante attività del settore *digital* è l'elaborazione e implementazione di un adeguato sistema di *customer relationship management* (CRM), volto a mettere a fattor comune i *data base* dei clienti del Gruppo al fine di sfruttarne le potenzialità ancora inesprese.

Per quanto riguarda le attività di *e-book* e *properties* si rimanda al commento di Libri e Periodici Italia; il volume complessivo di attività dirette e trasversali ammonta a 12 milioni di Euro.

Direct e Retail

Il fatturato complessivo dell'Area *Direct e Retail* nel primo trimestre 2010 è stato pari a 61,5 milioni di Euro, in aumento del 24,2%, per il consolidamento di Mondolibri S.p.A. a far data dal mese di maggio 2010, senza il quale si registrerebbe una flessione del 5% circa dovuta principalmente alla chiusura di alcuni negozi di proprietà, avvenuta nel secondo semestre 2010.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010
Fatturato	59,7	44,4
Altri ricavi	1,8	5,1
	61,5	49,5
Costi operativi	(63,2)	(50,0)
Margine operativo lordo	(1,7)	(0,5)
Ammortamenti e svalutazioni	(1,5)	(1,3)
Risultato operativo	(3,2)	(1,8)

Direct

Nel primo trimestre Cemit Interactive Media realizza lo stesso volume di ricavi dell'anno precedente, mantenendo sostanzialmente stabili i rapporti con i propri clienti. Sempre importante è il peso del largo consumo nei servizi offerti.

La società prosegue nelle attività tradizionali di *direct marketing*, arricchendo il proprio portafoglio servizi nell'area *internet*.

In Mondolibri il fatturato dei *bookclub* è in contrazione, come tra l'altro avviene in tutta Europa; l'obiettivo è di contenere i costi e di adeguarli ai più ridotti volumi di attività cercando, nel contempo, di ampliare la tipologia dei prodotti offerti ai soci.

In aumento i servizi resi a terzi dall'impianto di Brescia, che ha consentito di mitigare la flessione dei fatturati derivanti dall'attività principale.

Retail

Come già accennato il calo dei ricavi è in buona parte dovuto alla chiusura dei due importanti negozi di Roma; a parità di rete la flessione si attesterebbe al 2% circa rispetto all'anno precedente.

L'andamento del mese di marzo lascia sperare in una ripresa nei prossimi mesi.

Nei *multicenter* è in atto un'iniziativa volta ad aprire un importante numero di "corner" che, sulla base di accordi specifici con i maggiori fornitori di prodotti non editoriali, consentiranno di ampliare e focalizzare meglio l'offerta alla clientela.

Prosegue lo sviluppo della marca privata nei settori della cancelleria (Emporio Mondadori) e dei film (Grande Cinema Mondadori) e l'allargamento verso nuovi segmenti di offerta (*gift box*), a compensazione di una possibile contrazione futura nell'area del libro.

Continua lo sviluppo del *network* dei negozi in *franchising*, che oggi conta 487 affiliazioni; tale dinamica giustifica la crescita di fatturato nell'ordine del 5% circa.

In un'ottica di servizio ai negozi si incrementa l'attività di Mondadori Express, una nuova iniziativa di Mondadori Franchising, che fornisce in modo rapido titoli di speciale richiesta da parte dei punti vendita.

Sono proseguite nel primo trimestre importanti azioni promozionali sul libro (con il supporto di campagne di comunicazione nazionali), che hanno stimolato il lettore all'acquisto in un momento particolarmente debole di mercato.

Si segnala che nel mese di marzo i Consigli di Amministrazione delle società attive nel *retail* (Mondadori Retail, Mondadori Franchising e Mondolibri) hanno approvato il progetto di fusione che vedrà, dal 1° luglio 2011, operare sotto un'unica ragione sociale le tre entità.

Radio

Il mercato radiofonico nel 1° trimestre 2011 ha registrato una flessione in termini di fatturato pari al 5% rispetto allo scorso anno (Fonte: FCP Assoradio).

La pubblicazione dei dati nazionali di ascolto da parte di Audiradio è ancora sospesa a causa del dibattito interno al Consiglio di Amministrazione sulla validità dell'indagine Panel Diari (ultimo dato pubblicato è il 1° trimestre 2010 in cui R101 si colloca a 2,5 milioni di ascoltatori nel giorno medio e circa 7 milioni nei 21 giorni).

Per il 2011 non è stata finora avviata alcuna indagine.

(Euro/milioni)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010
Fatturato	3,3	3,1
Altri ricavi	-	-
	3,3	3,1
Costi operativi	(4,3)	(4,3)
Margine operativo lordo	(1,0)	(1,2)
Ammortamenti e svalutazioni	(0,4)	(0,4)
Risultato operativo	(1,4)	(1,6)

La raccolta pubblicitaria lorda di *R101* si è attestata a 4,4 milioni di Euro, in linea con i risultati dello scorso anno.

Dal punto di vista editoriale prosegue il processo di rinnovamento dell'emittente avviato negli ultimi mesi del 2010: musica a maggior impatto emotivo, nuovi conduttori, maggior focalizzazione sul concetto di “*adult contemporary radio*” ossia di una radio pensata per il *target* 25-54 anni.

R101 ha rafforzato il proprio posizionamento anche come canale musicale in rete, affiancando il digitale all'attività tradizionale, ampliando la varietà dell'offerta con l'obiettivo di raggiungere fasce diverse di ascoltatori, approfondire il rapporto con i *fan* e attrarre inserzionisti pubblicitari con nuovi spazi promozionali.

Attualmente sono 5 le *Web Radio* tematiche (dedicate alle più grandi *hit* degli anni '70, '80, '90, '00 e alla selezione del meglio del *Pop* degli ultimi 40 anni) ascoltabili dal sito della Radio e dai più evoluti *smartphone* grazie alle applicazioni dedicate.

R101 è inoltre presente sui principali *social network* come Facebook, Twitter, FriendFeed e YouTube con *fan page* ufficiali e canali proprietari, fondamentali strumenti di comunicazione quotidiana con il proprio vasto pubblico. Il sito, recentemente arricchito di un nuovo canale WebTV, che presenta l'intera produzione Video della radio, si mantiene su dati di traffico significativi (oltre 200.000 visitatori unici e circa 3 milioni di *page view* al mese) mentre la pagina ufficiale della Radio su Facebook ha già conquistato circa 100.000 *fan*.

Corporate e altri business

Nel settore Corporate sono comprese, oltre alle strutture che gestiscono l'attivo finanziario del Gruppo, le funzioni della Capogruppo impegnate nell'attività di servizio a favore delle società del Gruppo e delle divisioni di *business*.

Tali servizi sono riconducibili essenzialmente alle attività ITC, all'amministrazione, controllo di gestione e pianificazione, alla tesoreria e finanza, gestione personale, legale e societario, comunicazione esterna.

I ricavi sono costituiti essenzialmente dagli addebiti effettuati a controllate, collegate e altri soggetti dei servizi sopra menzionati.

Mondadori International

Gli *asset* finanziari gestiti dalla società al 31 marzo 2011 ammontano a 34,4 milioni di Euro (33,8 a fine 2010). La società nel trimestre ha registrato una perdita pari a 0,6 milioni di Euro.

La composizione dell'attivo finanziario al 31 marzo è la seguente:

- conti correnti, attività assimilabili alla cassa e *time deposit* con primarie banche italiane a scadenza massima inferiore a tre mesi per 13,4 milioni di Euro;
- titoli obbligazionari a tasso variabile disponibili per la vendita per 21,0 milioni di Euro.

Situazione finanziaria

A conclusione di un trimestre caratterizzato da limitati investimenti, la situazione finanziaria del Gruppo Mondadori, al 31 marzo 2011, presenta un saldo negativo pari a 320,7 milioni di Euro, in miglioramento di quasi 22 milioni di Euro rispetto al termine dello scorso esercizio.

Posizione finanziaria netta (Euro/milioni)	31 marzo 2011	31 dicembre 2010	31 marzo 2010
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	82,6	84,9	34,2
Attività finanziarie al <i>fair value</i>	-	-	-
Attività finanziarie disponibili per la vendita	20,9	26,2	33,5
Attività (passività) in strumenti derivati	0,8	(5,3)	(5,3)
Altre attività (passività) finanziarie	(11,4)	(9,8)	(17,0)
Finanziamenti (breve e medio/lungo termine)	(413,6)	(438,4)	(402,6)
Posizione finanziaria netta	(320,7)	(342,4)	(357,2)

Andamento dei tassi e dei cambi

Prosegue a livello mondiale la fase di crescita economica cominciata nel 2010, sostenuta in modo particolare dall'elevato livello di sviluppo dei Paesi emergenti e dal recupero degli Stati Uniti. In Europa la crescita si consolida su livelli inferiori alle aspettative, nonostante la *performance* decisamente positiva della Germania.

Continua anche il progresso dei flussi commerciali internazionali e il rincaro dei prezzi delle materie prime, contribuendo ad accelerare la dinamica inflazionistica nei Paesi a economia avanzata.

Restano attuali le preoccupazioni sulla situazione del debito sovrano di alcuni Paesi europei, che hanno interessato nella prima parte del 2011 soprattutto il Portogallo e la Grecia.

La ripresa della produzione e l'aumento dell'inflazione hanno orientato le aspettative verso un rialzo dei tassi di interesse di riferimento, in particolar modo in Europa, dove la Banca Centrale è intervenuta ai primi di aprile, incrementando il livello del tasso minimo sulle operazioni di rifinanziamento principale dello 0,25%.

L'andamento dell'Euribor 3 mesi nel trimestre ha riflesso fedelmente tali aspettative con una crescita pressoché costante dall'1,00% di inizio anno all'1,24% di fine marzo. Il valore medio del periodo è stato pari all'1,096%. Il costo medio dell'indebitamento del Gruppo Mondadori è stato invece pari al 3,66%.

Il cambio Euro/Dollaro è cresciuto dall'1,29 minimo in gennaio all'1,42 di fine marzo; analogamente l'Euro/Sterlina dallo 0,83 minimo in gennaio allo 0,88 di fine marzo.

Le linee di credito complessivamente a disposizione del Gruppo al 31 marzo 2011 ammontano a 1.086,4 milioni di Euro, di cui 750,2 *committed*.

Gli affidamenti a breve termine del Gruppo, pari a 336,2 milioni di Euro, non utilizzati al 31 marzo 2011, sono costituiti da linee finanziarie di scoperto in c/c e da anticipazioni s.b.f.

Le principali linee a medio-lungo termine sono costituite:

- per 320,0 milioni di Euro, da un finanziamento bancario a tasso variabile a cinque anni con scadenza marzo 2014, concesso da un *pool* di primarie banche di *standing* internazionale; il finanziamento è costituito da un *term loan* di 150,0 milioni di Euro, interamente utilizzato al 31 marzo e da un *Revolving Facility* di 170,0 milioni di Euro non utilizzato; sul *term loan* sono stati posti in essere alcuni contratti di *Interest Rate Swap* per trasformare il tasso d'interesse da variabile a fisso;
- finanziamento *amortizing* a tasso variabile per 130 milioni di Euro, *term loan*, concesso da un *pool* di primarie banche popolari italiane, con scadenza giugno 2015; inoltre, nel mese di agosto è stato stipulato un contratto di *Interest Rate Swap amortizing* su un nozionale di 50 milioni di Euro;
- finanziamento *bullet* a tasso variabile per 50 milioni di Euro, *term loan*, concesso da Mediobanca, con scadenza marzo 2017; inoltre, nel mese di luglio 2010 è stato stipulato un contratto di *Interest Rate Swap* a integrale copertura del finanziamento, con partenza *forward* a fine luglio 2011.

Nel mese di marzo 2011, il Gruppo Mondadori ha concluso la rinegoziazione delle linee bilaterali *committed* con Intesa Sanpaolo, ottenendo una complessiva estensione della durata media dei finanziamenti. Di seguito, si indica la composizione delle suddette linee bilaterali al 31 marzo 2011 e, fra parentesi, la situazione precedente alla ristrutturazione:

- finanziamento a tasso variabile per 50,0 milioni di Euro (150 milioni di Euro), con scadenza maggio 2013, *term loan*, interamente utilizzato al 31 marzo; sul *term loan* è in essere un contratto di *Interest Rate Swap*, scadenza fine luglio 2011;
- finanziamento a tasso variabile per 200,0 milioni di Euro (100 milioni di Euro), con scadenza dicembre 2016 (dicembre 2015), suddiviso fra un *term loan* di 50,0 milioni di Euro (35 milioni di Euro), utilizzato per 35 milioni di Euro al 31 marzo e un *Revolving Facility* di 150 milioni di Euro (65 milioni di Euro), non utilizzato al 31 marzo.

Informazioni sul personale

Gli organici

Il personale dipendente, a tempo indeterminato e determinato, in forza alle società del Gruppo, al 31 marzo 2011, risulta composto da 3.674 unità rispetto alle 3.852 presenti nel marzo 2010 (3.649 a dicembre 2010).

L'andamento dell'organico mostra chiaramente i risultati raggiunti negli ultimi 12 mesi, a seguito della realizzazione della maggior parte della ristrutturazione avviata nel 2010 che ha portato, rispetto a oggi e considerando anche il consolidamento della società Mondolibri avvenuto lo scorso anno, a una riduzione complessiva di 178 unità pari al 4,6% della forza.

L'incremento di organico rispetto a dicembre (0,6%) è la sintesi tra le azioni di riorganizzazione e ristrutturazione dei *business* tradizionali, tutt'ora in corso ma in fase conclusiva e le nuove assunzioni legate alla strategia di sviluppo del Gruppo nelle aree *web* e digitale.

In Francia è stato inoltre recentemente presentato un piano di riorganizzazione dei *magazine* televisivi che porterà a una riduzione di organico di 37 unità.

Si segnala, infine, che i dati di bilancio non recepiscono gli effetti dei rinnovi dei CCNL Grafico-Editoriale e del Commercio e Servizi, il primo, in quanto ancora in fase di negoziazione, e il secondo, in quanto ridefinito nei primi giorni del mese di aprile.

Nel prospetto seguente si fornisce il dato puntuale relativo agli organici del Gruppo alla data del 31 marzo 2011:

Personale in forza	31 marzo 2011	31 dicembre 2010	31 marzo 2010 (*)
Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.127	1.108	1.193
- Operai	92	96	98
	1.219	1.204	1.291
Società controllate italiane:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.465	1.478	1.530
- Operai	58	58	62
	1.523	1.536	1.592
Società controllate estere:			
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	932	909	969
- Operai	-	-	-
	932	909	969
Totale	3.674	3.649	3.852

(*) Include, per ragioni di omogeneità, gli organici di Mondolibri S.p.A., consolidata integralmente dal mese di maggio 2010.

Investimenti tecnici

Gli investimenti realizzati nel primo trimestre 2011 ammontano complessivamente a 0,9 milioni di Euro e riguardano prevalentemente mobili, arredi e macchine per l'ufficio.

Altre informazioni

Il Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2011 è stato predisposto in conformità ai principi contabili IAS/IFRS e i criteri di valutazione adottati sono in linea con quelli utilizzati al 31 dicembre 2010.

Il documento fornisce le informazioni richieste dall'art. 154 *ter* comma 5 del D.Lgs. 58/1998.

Per ragioni di omogenea confrontabilità dei dati contabili contenuti nel presente documento con quelli forniti nelle precedenti rendicontazioni periodiche e di continuità informativa nei confronti del mercato, il Resoconto intermedio di gestione sul primo trimestre dell'esercizio 2011 mantiene, inoltre, la medesima impostazione definita per i precedenti resoconti intermedi trimestrali.

Pertanto, non è stato applicato il principio contabile internazionale n. 34 in tema di informativa finanziaria infrannuale.

Evoluzione prevedibile della gestione

I primi tre mesi dell'anno non hanno fornito indicazioni in merito a possibili cambiamenti, nel breve periodo, rispetto alle situazioni recentemente evidenziate sia a livello macroeconomico sia nei mercati di riferimento del Gruppo Mondadori, nei quali si è assistito generalmente ancora a una contrazione dei volumi di attività.

Mondadori ha presentato per il quinto trimestre consecutivo risultati in crescita, grazie alla forte attenzione posta alla qualità dei prodotti, alla difesa dei *brand* e alla continua ottimizzazione della struttura operativa.

A quanto sopra, il Gruppo ha aggiunto un crescente impegno nello sviluppo delle attività digitali, per sfruttare il potenziale del portafoglio prodotti e *communities* del Gruppo e per dare risposta alle nuove richieste di consumo dei clienti, derivanti anche dai cambiamenti tecnologici.

I prossimi trimestri, in mancanza di significative e imprevedibili discontinuità nei mercati di riferimento, dovrebbero confermare i miglioramenti mostrati a partire da inizio 2010, consentendo a Mondadori di conservare un buon livello di redditività operativa, nonostante gli investimenti per lo sviluppo delle nuove attività nel digitale.

Per il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente
Marina Berlusconi

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

*Conto economico e conto economico complessivo
consolidati*

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

Attivo (Euro/migliaia)	31 marzo 2011	31 dicembre 2010
Attività immateriali	899.366	901.468
Investimenti immobiliari	2.361	2.383
Terreni e fabbricati	10.506	10.680
Impianti e macchinari	15.458	5.513
Altre immobilizzazioni materiali	28.168	39.766
Immobili, impianti e macchinari	54.132	55.959
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	132.386	131.464
Altre partecipazioni	1.332	222
Totale partecipazioni	133.718	131.686
Attività finanziarie non correnti	2.967	1.889
Attività per imposte anticipate	44.322	45.679
Altre attività non correnti	1.431	1.390
Totale attività non correnti	1.138.297	1.140.454
Crediti tributari	36.207	28.709
Altre attività correnti	89.411	81.667
Rimanenze	135.839	131.484
Crediti commerciali	349.968	385.207
Titoli e altre attività finanziarie correnti	27.223	31.942
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	82.550	84.901
Totale attività correnti	721.198	743.910
Attività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale attivo	1.859.495	1.884.364

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

Passivo (Euro/migliaia)	31 marzo 2011	31 dicembre 2010
Capitale sociale	67.452	67.452
Riserva sovrapprezzo azioni	286.857	286.857
Azioni proprie	(144.968)	(144.968)
Altre riserve e risultati portati a nuovo	375.699	327.771
Utile (perdita) dell'esercizio	5.015	42.101
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	590.055	579.213
Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti	1.950	1.750
Totale patrimonio netto	592.005	580.963
Fondi	39.221	43.416
Indennità di fine rapporto	53.156	53.159
Passività finanziarie non correnti	389.372	418.468
Passività per imposte differite	91.802	91.189
Altre passività non correnti	-	-
Totale passività non correnti	573.551	606.232
Debiti per imposte sul reddito	25.508	22.619
Altre passività correnti	270.837	250.966
Debiti commerciali	353.510	380.895
Debiti verso banche ed altre passività finanziarie	44.084	42.689
Totale passività correnti	693.939	697.169
Passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Totale passivo	1.859.495	1.884.364

Conto economico consolidato

(Euro/migliaia)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	355.550	344.729
Decremento (incremento) delle rimanenze	(4.376)	(1.949)
Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	49.106	51.927
Costi per servizi	211.234	197.229
Costo del personale	68.466	66.864
Oneri (proventi) diversi	9.388	9.114
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	40	(331)
Margine operativo lordo	21.772	21.213
Ammortamenti e perdite di valore di immobili, impianti e macchinari	2.742	2.754
Ammortamenti e perdite di valore delle attività immateriali	2.720	2.788
Risultato operativo	16.310	15.671
Proventi (oneri) finanziari	(5.432)	(7.105)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	-	-
Risultato prima delle imposte	10.878	8.566
Imposte sul reddito	5.663	5.966
Risultato derivante dall'attività in funzionamento	5.215	2.600
Proventi (oneri) da attività/passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
Risultato di pertinenza di terzi azionisti	(200)	(217)
Risultato netto	5.015	2.383
Risultato netto per azione (espresso in unità di Euro)	0,021	0,010
Risultato netto diluito per azione (espresso in unità di Euro)	0,021	0,010

Conto economico complessivo consolidato

(Euro/migliaia)	Periodo al 31 marzo 2011	Periodo al 31 marzo 2010
Risultato netto prima delle interessenze di pertinenza di terzi	5.215	2.600
Utili (perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci di imprese estere	(2)	16
Altri utili (perdite) da società valutate con il metodo del patrimonio netto	(1.606)	229
Parte efficace di utile (perdite) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari (<i>cash flow hedge</i>)	6.092	(614)
Utili (perdite) derivanti da attività disponibili per la vendita (<i>fair value</i>)	758	(129)
Effetto fiscale relativo agli altri utili (perdite)	-	-
Totale altri utili (perdite) al netto dell'effetto fiscale	5.242	(498)
Risultato complessivo del periodo	10.457	2.102
Attribuibile a:		
- Azionisti della controllante	10.257	1.885
- Interessenze di pertinenza di terzi	200	217

Per il Consiglio di Amministrazione
 Il Presidente
 Marina Berlusconi