

**RESOCONTO INTERMEDIO  
DI GESTIONE  
AL 31 MARZO 2015**







# **ARNOLDO MONDADORI EDITORE S.p.A.**

**Capitale Euro 67.979.168,40**

Sede Legale in Milano

Sede Amministrativa in Segrate (MI)



**RESOCONTO INTERMEDIO  
DI GESTIONE  
AL 31 MARZO 2015**

**Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.**



## INDICE

Highlights del Gruppo Mondadori nel primo trimestre 2015	9
Composizione degli Organi Sociali	10
Struttura del Gruppo Mondadori	11

### **RELAZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE SULL'ANDAMENTO DELLA GESTIONE AL 31 MARZO 2015**

Sintesi dei risultati consolidati del primo trimestre 2015	15
Risultati economici per area di attività	20
- Libri	22
- Periodici Italia	25
- Periodici Francia	28
- Retail	30
- Radio	32
- Altri business, Corporate e Digital Innovation	33
Situazione finanziaria e patrimoniale	34
Informazioni sul personale	38
Fatti di rilievo avvenuti nel primo trimestre	40
Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura del primo trimestre	41
Altre informazioni	42
Evoluzione prevedibile della gestione	43

### **SITUAZIONE PATRIMONIALE-FINANZIARIA E CONTO ECONOMICO CONSOLIDATI**

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata	46
Conto economico consolidato	48
Conto economico complessivo consolidato	49

**HIGHLIGHTS  
DEL GRUPPO MONDADORI  
NEL PRIMO TRIMESTRE  
2015**

(Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Var. *
<b>Gruppo Mondadori</b>			
<b>Ricavi</b>	<b>251,7</b>	<b>268,3</b>	<b>(6,2%)</b>
<b>Margine operativo lordo ante non ricorrenti</b>	<b>7,5</b>	<b>5,0</b>	<b>48,8%</b>
% MOL sui ricavi	3,0%	1,9%	
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>5,9</b>	<b>5,6</b>	<b>4,7%</b>
% MOL sui ricavi	2,3%	2,1%	
<b>Risultato operativo</b>	<b>0,7</b>	<b>0,1</b>	<b>n.s.</b>
% risultato operativo sui ricavi	0,3%	0,0%	
<b>Risultato netto</b>	<b>(4,7)</b>	<b>(6,4)</b>	<b>27,2%</b>
<b>Aree di Business</b>			
<b>Ricavi</b>	<b>251,7</b>	<b>268,3</b>	<b>(6,2%)</b>
Libri	55,8	56,8	(1,8%)
Periodici Italia	74,6	84,7	(11,9%)
Periodici Francia	79,9	81,7	(2,2%)
Retail	44,0	47,2	(6,8%)
Radio	2,9	2,6	9,5%
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	8,8	7,5	17,4%
Intercompany	(14,3)	(12,2)	n.s.
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>5,9</b>	<b>5,6</b>	<b>4,7%</b>
Libri	0,3	1,3	(77,7%)
Periodici Italia	6,3	6,9	(9,2%)
Periodici Francia	4,8	5,2	(7,2%)
Retail	(1,9)	(3,7)	48,8%
Radio	(1,1)	(1,2)	6,8%
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	(3,0)	(3,3)	9,2%
Intercompany	0,5	0,4	n.s.
<b>Situazione patrimoniale e finanziaria</b>			
	<b>31 marzo 2015</b>	<b>31 marzo 2014</b>	
Patrimonio netto	285,2	253,2	
Posizione finanziaria netta	(319,2)	(396,5)	19,5%
<b>Risorse Umane</b>			
Numero dipendenti a fine periodo	3.083	3.270	(5,7%)

\* Le variazioni in tutto il documento sono state calcolate sui valori espressi in migliaia di Euro

# COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI SOCIALI

## Consiglio di Amministrazione\*

### **PRESIDENTE**

Marina Berlusconi

### **AMMINISTRATORE DELEGATO**

Ernesto Mauri

### **CONSIGLIERI**

Pier Silvio Berlusconi

Pasquale Cannatelli

Bruno Ermolli

Alfredo Messina

Martina Forneron Mondadori\*\*

Danilo Pellegrino

Roberto Poli

Oddone Pozzi

10

Angelo Renoldi\*\*

Mario Resca

Cristina Rossello\*\*

Marco Spadacini\*\*

## Collegio Sindacale\*

### **PRESIDENTE**

Ferdinando Superti Furga

### **SINDACI EFFETTIVI**

Francesco Antonio Giampaolo

Flavia Daunia Minutillo

### **SINDACI SUPPLENTI**

Annalisa Firmani

Ezio Maria Simonelli

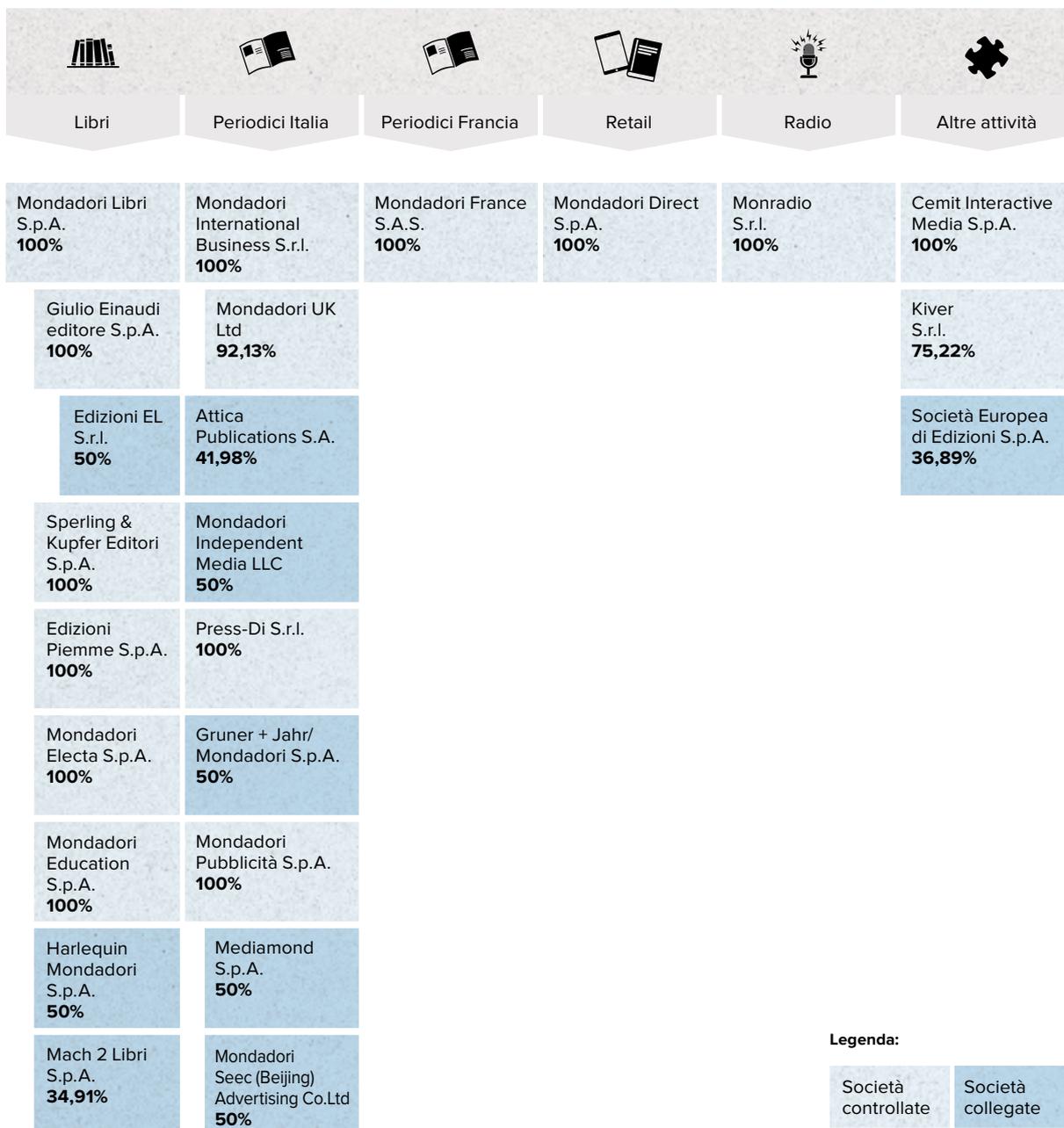
Francesco Vittadini

\* Il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale attualmente in carica sono stati nominati dall'Assemblea degli Azionisti in data 23 aprile 2015

\*\* Consigliere Indipendent

# STRUTTURA DEL GRUPPO MONDADORI

## ARNOLDO MONDADORI EDITORE S.P.A.



**Legenda:**

Società controllate

Società collegate



**Relazione del Consiglio  
di Amministrazione  
sull'andamento della gestione  
del Gruppo al 31 marzo 2015**

Il quadro macroeconomico internazionale nel trimestre ha mostrato un progresso della crescita economica a livello globale, anche se ad un tasso moderato, in quanto l'accelerazione di alcuni Paesi ha solo parzialmente compensato il rallentamento di altri. La ripresa economica europea si è indebolita nel corso degli ultimi mesi, così come i Paesi emergenti hanno mostrato uno scenario di rallentamento, alcuni dei quali (Brasile, Cina, Russia, Turchia) molto marcato.

In **Italia**, nel quarto trimestre del 2014 si è arrestata la caduta dei livelli generali d'attività dopo tre flessioni trimestrali consecutive. I dati disponibili sui primi mesi del 2015, confermano il superamento del punto di minimo del ciclo economico e l'avvio di una fase ciclica moderatamente espansiva<sup>1</sup>.

Le previsioni sul PIL per l'anno in corso si attestano tra lo 0,4%-0,7% per il nostro Paese (intorno all'1% per l'area Euro). Anche il tasso di disoccupazione è atteso ad un livello inferiore allo scorso anno (previsione 2015 pari a 12,3% vs 12,6% nel 2014)<sup>2</sup>.

In **Francia**, la crescita del PIL attesa per il 2015 è tra lo 0,9% e l'1,1%, mentre il tasso di disoccupazione dovrebbe rimanere sostanzialmente stabile rispetto allo scorso anno, nell'intorno del 10,5%<sup>3</sup>.

## PRINCIPALI ELEMENTI DELLE AREE DI ATTIVITÀ DEL GRUPPO MONDADORI NEL PERIODO IN ESAME RISPETTO ALLE DINAMICHE MOSTRATE DAI RELATIVI MERCATI DI RIFERIMENTO:

### • Italia

- nell'Area **Libri**, in un mercato *Trade* che ha registrato una flessione nei primi tre mesi dell'anno (-2,9%, GFK a marzo), il Gruppo ha sostanzialmente mantenuto la propria quota (24,9% rispetto al 25,1% del primo trimestre del 2014), confermando la propria *leadership*;

- anche nell'Area **Periodici Italia**, nonostante l'andamento negativo registrato nel mercato sia per quanto riguarda le diffusioni – in calo del 6,0% (fonte interna, canale edicola a marzo) – che la raccolta pubblicitaria – in riduzione del 6,2% (fonte Nielsen, a febbraio) – Mondadori si conferma *leader* con una quota del mercato diffusionale pari al 31,8% (33% a marzo 2014).

### • Francia

La situazione del mercato dei periodici presenta un *trend* decrescente, sia per la raccolta pubblicitaria, che registra un calo del 7,7% (fonte Kantar Media, a febbraio) sia per le diffusioni che, nel canale edicola, diminuiscono del 6,5% (fonte interna, dato a marzo). L'Area **Periodici Francia**, nonostante il penalizzante confronto con un trimestre che era stato positivamente influenzato dallo straordinario successo dello *scoop* relativo ad Hollande da parte di *Closer*, ha confermato una sostanziale stabilità dei ricavi derivante dalla diffusione (-1,3%), che rappresentano il 75% del totale dell'area. Anche le attività *digital* hanno registrato una significativa crescita (+21%) rispetto al primo trimestre 2014.

<sup>1</sup> Documento di Economia e Finanza, 2015

<sup>2</sup> Fonti: FMI; Bollettino economico - Banca d'Italia, gennaio 2015; Documento di Economia e Finanza, 2015

<sup>3</sup> Fonte: Eurostat

# SINTESI DEI RISULTATI CONSOLIDATI DEL PRIMO TRIMESTRE DELL'ESERCIZIO 2015

Conto economico consolidato (Euro/milioni)	1° trimestre 2015	% sui ricavi	1° trimestre 2014	% sui ricavi	Delta %
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>251,7</b>		<b>268,3</b>		<b>(6,2%)</b>
Costo del venduto	99,7	39,6%	112,8	42,0%	(11,7%)
Costi variabili	49,8	19,8%	51,8	19,3%	(3,8%)
Costi fissi di struttura	41,5	16,5%	44,9	16,7%	(7,4%)
Costo del lavoro	54,2	21,5%	58,1	21,7%	(6,7%)
Altri oneri / (proventi)	(2,5)	(1,0%)	(5,4)	(2,0%)	(53,4%)
Risultato collegate	(1,5)	(0,6%)	(1,2)	(0,4%)	(30,2%)
<b>Margine operativo lordo al netto di elementi non ricorrenti</b>	<b>7,5</b>		<b>5,0</b>		<b>48,8%</b>
% MOL su ricavi	3,0%		1,9%		
Ristrutturazioni	(3,0)	(1,2%)	(1,8)	(0,7%)	67,8%
Componenti straordinarie positive/(negative)	1,5	0,6%	2,4	0,9%	(39,2%)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>5,9</b>		<b>5,6</b>		<b>4,7%</b>
% MOL su ricavi	2,3%		2,1%		
Ammortamenti e perdite di valore	5,2		5,5		(7,2%)
<b>Risultato operativo</b>	<b>0,7</b>		<b>0,1</b>		<b>n.s.</b>
% risultato operativo su ricavi	0,3%		0,0%		
Proventi (oneri) finanziari netti	(4,4)	(1,8%)	(6,0)	(2,2%)	(25,0%)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	(0,1)		-		n.s.
<b>Risultato del periodo prima delle imposte</b>	<b>(3,8)</b>		<b>(5,9)</b>		<b>34,6%</b>
% su ricavi	(1,5%)		(2,2%)		
Imposte sul reddito	0,4	0,2%	0,1	0,1%	n.s.
Risultato di pertinenza di terzi	0,5	0,2%	0,4	0,2%	n.s.
<b>Risultato netto</b>	<b>(4,7)</b>		<b>(6,4)</b>		<b>27,2%</b>
% su ricavi	(1,9%)		(2,4%)		

# DATI ECONOMICI

## RICAVI



16

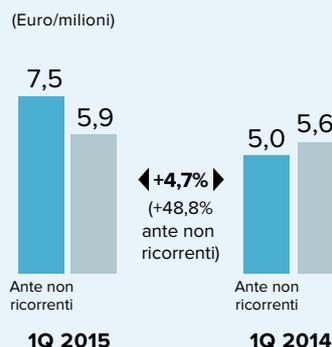
Ricavi per settore di attività (Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
Libri	55,8	56,8	(1,8%)
Periodici Italia	74,6	84,7	(11,9%)
Periodici Francia	79,9	81,7	(2,2%)
Retail	44,0	47,2	(6,8%)
Radio	2,9	2,6	9,5%
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	8,8	7,5	17,4%
<b>Totale ricavi aggregati</b>	<b>266,0</b>	<b>280,5</b>	<b>(5,2%)</b>
Ricavi intercompany	(14,3)	(12,2)	n.s.
<b>Totale ricavi consolidati</b>	<b>251,7</b>	<b>268,3</b>	<b>(6,2%)</b>

Ricavi per area geografica (Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
Italia	167,1	182,1	(8,2%)
Francia	75,3	77,3	(2,6%)
Altri Paesi UE	7,7	7,6	1,3%
Mercato USA	0,2	0,2	-
Altri Paesi	1,4	1,1	27,3%
<b>Totale ricavi consolidati</b>	<b>251,7</b>	<b>268,3</b>	<b>(6,2%)</b>

## MARGINE OPERATIVO LORDO

Il **margin operativo lordo consolidato** risulta in miglioramento del 4,7% nel trimestre in esame, attestandosi a 5,9 milioni di Euro rispetto ai 5,6 milioni di Euro al 31 marzo 2014. Il recupero di redditività è ancor più significativo al netto degli elementi non ricorrenti (che nel trimestre hanno influenzato negativamente i risultati per circa 1,5 milioni, principalmente riferibili a oneri di ristrutturazione): il margine operativo lordo ante non ricorrenti ha infatti evidenziato una **crescita di oltre il 48%**, passando dai 5,0 milioni di Euro del primo trimestre del 2014 a 7,5 milioni di Euro nel trimestre in esame, con un'incidenza percentuale che è cresciuta dall'1,9% al 3,0% dei ricavi.

Tale *performance* è il risultato di una attenta politica di gestione che si è riflessa in una riduzione delle principali voci di costo.



In particolare:

- l'incidenza del costo del venduto diminuisce dal 42% al 39,6% dei ricavi (in calo dell'11,7% rispetto al primo trimestre 2014), migliorando nella maggior parte delle aree di business, in particolare nell'Area Libri, per effetto di una più efficace gestione dei processi operativi, e nell'Area Retail;
- l'incremento dell'incidenza dei costi variabili sui ricavi da 19,3% al 19,8% (rispetto al 1Q 2014 in calo del 3,8%) è ascrivibile prevalentemente all'Area Periodici Francia ed è riferita all'incremento delle tariffe postali degli abbonamenti nonché ad alcuni investimenti promozionali realizzati nel primo trimestre;

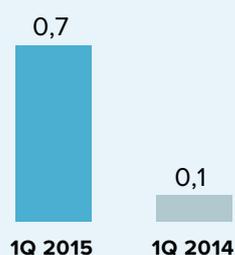
- la riduzione dei costi fissi di struttura è sostanzialmente coerente alla flessione dei ricavi ed è stata conseguita attraverso il contenimento dei costi per prestazioni di terzi e degli affitti;
- l'organico a fine periodo si è ridotto di 187 unità (-5,7%) rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente per effetto della revisione continua delle strutture organizzative; il costo del personale è di conseguenza risultato inferiore del 6,7%, riducendo la propria incidenza sui ricavi dal 21,7% al 21,5%.

Il risultato ottenuto conferma, con una più marcata accelerazione, la maggiore efficienza del Gruppo derivante dalle azioni di ridefinizione dell'assetto industriale e organizzativo avviate negli ultimi due anni.

MOL consolidato per settore di attività (Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta
Libri	0,3	1,3	(1,0)
Periodici Italia	6,3	6,9	(0,6)
Periodici Francia	4,8	5,2	(0,4)
Retail	(1,9)	(3,7)	1,8
Radio	(1,1)	(1,2)	0,1
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	(3,0)	(3,3)	0,3
Intercompany	0,5	0,4	0,1
<b>Totale MOL</b>	<b>5,9</b>	<b>5,6</b>	<b>0,3</b>

## RISULTATO OPERATIVO

(Euro/milioni)



Il **risultato operativo consolidato** nel primo trimestre dell'anno è **pari a 0,7 milioni di Euro, in miglioramento** rispetto a 0,1 milioni del pari periodo 2014 per effetto del citato incremento del margine operativo lordo e della riduzione degli ammortamenti: il risultato operativo include infatti ammortamenti delle attività immateriali per 3,2 milioni di Euro (3,2 milioni al 31 marzo 2014) e di immobili, impianti e macchinari per 2,0 milioni di Euro (2,3 milioni di Euro al 31 marzo 2014).

18

Risultato operativo consolidato per settore di attività (Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta
Libri	(0,6)	0,7	(1,3)
Periodici Italia	6,2	6,8	(0,6)
Periodici Francia	2,0	2,4	(0,4)
Retail	(2,6)	(4,9)	2,3
Radio	(1,4)	(1,5)	0,1
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	(3,4)	(3,8)	0,4
Intercompany	0,5	0,4	0,1
<b>Totale risultato operativo</b>	<b>0,7</b>	<b>0,1</b>	<b>0,6</b>

## RISULTATO NETTO

(Euro/milioni)



Il **risultato prima delle imposte consolidato** è negativo per 3,8 milioni di Euro rispetto a -5,9 milioni di Euro al 31 marzo 2014; nel primo trimestre dell'esercizio in corso, **gli oneri finanziari** complessivi ammontano a 4,4 milioni di Euro, **in significativa contrazione** rispetto ai 6 milioni di Euro del medesimo trimestre del 2014, per effetto della riduzione dell'indebitamento netto medio del periodo e del costo medio complessivo. Gli oneri fiscali complessivi del trimestre sono pari a 0,4 milioni di Euro (0,1 milioni nel primo trimestre 2014). Il **risultato netto consolidato**, dopo la quota di pertinenza di terzi, è **negativo per 4,7 milioni di Euro, in miglioramento** rispetto alla perdita di 6,4 milioni di Euro registrata al 31 marzo 2014.

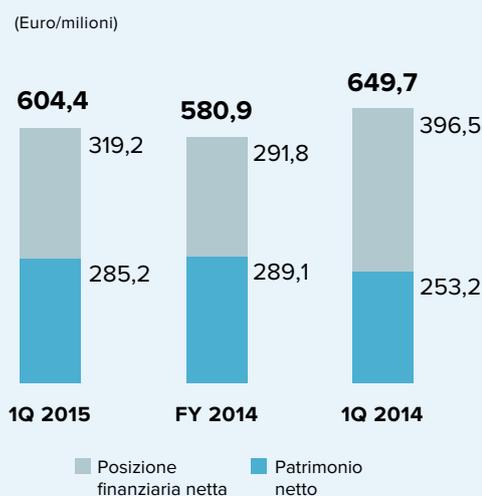
# DATI PATRIMONIALI E FINANZIARI

## CAPITALE INVESTITO NETTO

Il **capitale investito netto di Gruppo** al 31 marzo 2015 si è attestato a 604,4 milioni di Euro **in decremento** rispetto ai 649,7 milioni di Euro al 31 marzo 2014 (580,9 milioni a fine 2014).

Al 31 marzo 2015, il **capitale circolante netto di Gruppo** è stato **ridotto** dai 70,9 milioni di Euro registrati al 31 marzo 2014 ai 33,2 milioni di Euro per effetto dell'efficiente gestione delle giacenze e del miglioramento delle attività di incasso dei crediti commerciali.

La **posizione finanziaria netta di Gruppo** al 31 marzo 2015 si è pertanto attestata a **-319,2 milioni** di Euro **in sensibile miglioramento** rispetto ai **-396,5 milioni** del 31 marzo 2014 per effetto della significativa generazione di cassa del Gruppo negli ultimi dodici mesi, ed include gli effetti della stagionalità tipica del *business* (**-291,8 milioni** al 31 dicembre 2014).

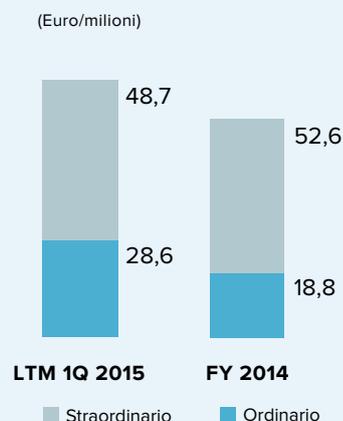


19

## CASH FLOW

Al 31 marzo 2015, il **flusso di cassa operativo** degli ultimi dodici mesi è **positivo per 56,6 milioni** di Euro (47,2 milioni al 31 dicembre 2014); il **flusso di cassa** derivante dall'**attività ordinaria** (dopo gli esborsi relativi agli oneri finanziari e alle imposte del periodo) è **pari a 28,6 milioni** di Euro, proseguendo il **trend di miglioramento** registrato nei due trimestri precedenti (€ 18,8 milioni a dicembre 2014 e € 9,8 milioni a settembre 2014).

Il **flusso di cassa straordinario** è **positivo per 48,7 milioni** di Euro (€ 52,6 milioni nel 2014), nonostante gli esborsi per ristrutturazioni (18,0 milioni di Euro), per effetto principalmente dell'aumento del capitale sociale (giugno 2014) e dell'incasso derivante dalla cessione di un asset in ambito Retail (dicembre 2014).



**RISULTATI  
ECONOMICI  
PER AREA  
DI ATTIVITÀ**

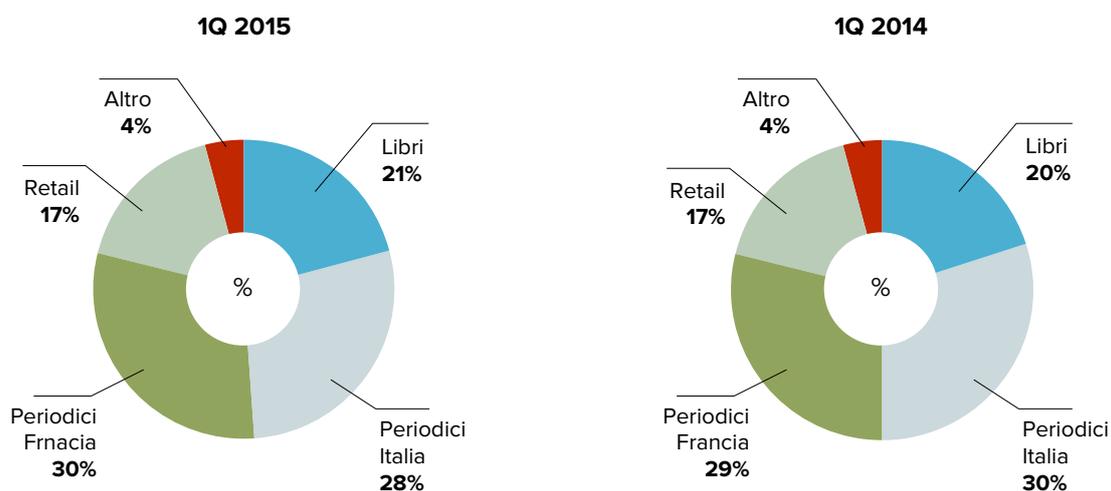
## RISULTATI ECONOMICI PER AREA DI ATTIVITÀ

(Euro/milioni)	Totale ricavi		MOL ante non ricorrenti		MOL		Ammortamenti e svalutazioni		Risultato operativo	
	1° trim.	1° trim.	1° trim.	1° trim.	1° trim.	1° trim.	1° trim.	1° trim.	1° trim.	1° trim.
	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Libri	55,8	56,8	2,7	1,4	0,3	1,3	0,8	0,5	(0,6)	0,7
Periodici Italia	74,6	84,7	6,5	6,0	6,3	6,9	0,1	0,1	6,2	6,8
Periodici Francia	79,9	81,7	4,7	5,8	4,8	5,2	2,8	2,8	2,0	2,4
Retail	44,0	47,2	(1,9)	(3,4)	(1,9)	(3,7)	0,7	1,2	(2,6)	(4,9)
Radio	2,9	2,6	(1,3)	(1,2)	(1,1)	(1,2)	0,3	0,3	(1,4)	(1,5)
Altri Business, Corporate e Digital Innovation	8,8	7,5	(3,7)	(4,0)	(3,0)	(3,3)	0,5	0,6	(3,4)	(3,8)
Rettifiche ed elisioni	(14,3)	(12,2)	0,5	0,4	0,5	0,4			0,5	0,4
<b>Totale</b>	<b>251,7</b>	<b>268,3</b>	<b>7,5</b>	<b>5,0</b>	<b>5,9</b>	<b>5,6</b>	<b>5,2</b>	<b>5,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,1</b>

La rappresentazione dei risultati economici per area di attività è effettuata in base all'approccio utilizzato dal management per monitorare le performance del Gruppo, secondo quanto stabilito dall'IFRS 8. A tal riguardo, a seguito dell'operazione di conferimento in Mediamond del ramo di azienda commerciale relativo alle attività di raccolta pubblicitaria su testate periodiche ed emittenti radiofoniche, è stato ritenuto opportuno includere a partire dall'esercizio in corso le attività dell'area Pubblicità all'interno dell'area Periodici Italia.

21

### RICAVI



## LIBRI



Con effetti decorrenti dal 1° gennaio 2015, la società di nuova costituzione **Mondadori Libri** S.p.A. è la capofila di tutte le attività dell'Area Libri del Gruppo.

Il Gruppo Mondadori è *leader* nel mercato italiano dei libri **Trade** operando con quattro Case Editrici: Edizioni Mondadori, Giulio Einaudi editore, Edizioni Piemme e Sperling & Kupfer (quest'ultima include il marchio Frassinelli).

È inoltre presente nell'editoria **Educational** con le pubblicazioni di Mondadori Education S.p.A., che occupa la terza posizione nel mercato scolastico italiano, e nell'editoria d'arte, nella gestione delle concessioni museali e nell'organizzazione e gestione di mostre ed eventi culturali con Mondadori Electa S.p.A., maggiore realtà editoriale nell'editoria d'arte e dei libri illustrati.

## Andamento del mercato di riferimento

Il mercato dei Libri *Trade* prosegue nei primi tre mesi dell'anno l'andamento negativo registrato nell'esercizio precedente, con un tasso di calo pari al 2,9%<sup>4</sup>; l'unico segmento di mercato in crescita risulta essere la Fiction Italiana con un incremento del 4,7%. Con riferimento ai canali di vendita, il canale *e-commerce* mostra una crescita dell'1,5% e rappresenta ormai oltre il 15% del totale del mercato; la GDO conferma invece il *trend* di contrazione registrando un ulteriore -8,5% e contribuendo al totale mercato per circa il 14%. Le catene e le librerie indipendenti hanno mostrato una minore contrazione rispetto al primo trimestre del 2014, rispettivamente pari al -1,9% e -3,5%.

In tale contesto, nell'area *Trade* il Gruppo Mondadori si è confermato il *leader* del mercato con una quota, pari al 24,9%, sostanzialmente stabile rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (25,1% nel primo trimestre 2014)<sup>4</sup>. Nel periodo in esame, il Gruppo è presente con 4 titoli nella classifica dei 10 libri più venduti nel trimestre. Il segmento *Educational*, nel primo trimestre, è caratterizzato dalla stagionalità del *business* della scolastica, i cui ricavi vengono tipicamente generati nella seconda metà dell'esercizio.

22

## Andamento economico dell'Area Libri

(Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
Ricavi	55,8	56,8	(1,8%)
<i>MOL ante non ricorrenti</i>	2,7	1,4	87,8%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>0,3</b>	<b>1,3</b>	<b>(77,7%)</b>

<sup>4</sup> Fonte: GFK, dati a valore

## Ricavi

Libri (Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
Edizioni Mondadori	19,5	18,2	7,3%
Giulio Einaudi editore	7,4	9,8	(25,1%)
Edizioni Piemme	6,9	7,7	(9,9%)
Sperling & Kupfer	4,2	5,6	(24,3%)
<b>Libri Trade</b>	<b>38,0</b>	<b>41,3</b>	<b>(7,9%)</b>
Mondadori Electa	5,5	5,7	(3,7%)
Mondadori Education	1,9	1,4	29,5%
<b>Libri Educational</b>	<b>7,4</b>	<b>7,1</b>	<b>3,0%</b>
Distribuzione Editori Terzi	7,1	6,8	4,9%
Altri ricavi	3,3	1,6	n.s.
<b>Totale ricavi consolidati</b>	<b>55,8</b>	<b>56,8</b>	<b>(1,8%)</b>

I ricavi del primo trimestre 2015 registrano una contrazione dell'1,8% rispetto allo stesso periodo del 2014:

**Ricavi Libri Trade:** l'andamento dei ricavi, nei primi tre mesi dell'esercizio in corso, è influenzato dalle dinamiche di mercato descritte, in particolare nel canale della GDO, nonché da una selettiva politica editoriale mirata ad incrementarne la redditività. La *performance* di Einaudi è influenzata da risultati inferiori delle campagne promozionali sui *Tascabili* rispetto allo scorso esercizio in cui era stato lanciato il *restyling* della collana. In crescita risulta l'area digitale: i ricavi derivanti dal download degli *e-book* hanno registrato un incremento del 23% rispetto al pari trimestre del 2014, attestando il peso delle vendite digitali sul totale *Trade* al 4,5% (3,6% al 31 marzo 2014).

- **Edizioni Mondadori** ha registrato nel 2015 ricavi in crescita del 7,3% nel primo trimestre e una posizione consolidata di primo *player* del mercato con una quota del 12,3%, anche per effetto della pubblicazione dell'edizione speciale del primo volume della trilogia di E.L. James *Cinquanta sfumature di grigio*, in contemporanea all'uscita cinematografica, che si è confermato al primo posto della classifica di vendita del trimestre seguito, al settimo e ottavo posto, dagli altri due volumi. Anche il nuovo romanzo di Andrea Camilleri *La relazione* è presente in classifica al nono posto.

- **Einaudi**, nei primi tre mesi del 2015, si è confermato il terzo editore in Italia con una quota pari al 5,1% del mercato, per effetto del positivo andamento registrato nel segmento *hardcover*, nonostante la contrazione riportata nel segmento *paperback*, penalizzato nel confronto con l'anno precedente per il lancio, avvenuto nel 2014, del *restyling* della linea editoriale *I Tascabili*.

- **Edizioni Piemme**, nei primi tre mesi del 2015, ha registrato una flessione dei ricavi del 10% circa rispetto all'esercizio precedente e della relativa quota di mercato che si è attestata al 3,8%; il primo trimestre del 2014 era stato positivamente influenzato dalle *performance* dei *bestseller* di Michael Connelly (*Il quinto testimone*) e di Khaled Hosseini (*E l'eco rispose*).

- **Sperling&Kupfer**, nel periodo di riferimento, ha registrato una flessione dei ricavi ed un calo della quota di mercato al 2,7%, nonostante il prolungato successo di *Storia di una ladra di libri* di Markus Zusak che si è mantenuto al quinto posto nella *top ten* della classifica dei libri più venduti del trimestre. Nel corrispondente periodo dell'esercizio precedente, le *performance* erano state influenzate positivamente da *Doctor Sleep*, l'atteso libro di Stephen King, seguito da *Shining*, pubblicato nel mese di gennaio 2014.

**Ricavi Libri *Educational*:** in questo comparto di mercato il Gruppo, nei primi tre mesi del 2015, ha registrato ricavi in crescita del 3,0% rispetto allo stesso periodo del 2014.

- **Mondadori Education** ha realizzato ricavi per 1,9 milioni di Euro (1,4 milioni al 31 marzo 2014): come di consueto, nel primo trimestre dell'anno, caratterizzato dalla stagionalità tipica del *business* della scolastica, i ricavi generati non sono significativi rispetto al totale dell'esercizio.
- **Mondadori Electa** ha registrato ricavi per 5,5 milioni di Euro (5,7 milioni nel primo trimestre 2014), in calo del 3,7% a causa della contrazione registrata nelle attività relative all'editoria d'arte, ai libri di architettura, su commessa e illustrati, mentre le attività di gestione delle concessioni museali hanno evidenziato una *performance* sostanzialmente stabile rispetto all'esercizio precedente per effetto del buon andamento nell'area archeologica di Roma e nell'area napoletana. L'attività dell'organizzazione di mostre e dell'editoria ad esse connessa (*bookshop*) è stata invece penalizzata dal limitato numero di eventi, sostanzialmente dovuto a un diverso calendario espositivo, nel 2015 legato all'Expo e quindi più concentrato nella seconda parte dell'anno.

**Ricavi da attività di Distribuzione:** i ricavi derivanti dalle attività di distribuzione di Editori Terzi, pari a 7,1 milioni di Euro, proseguono il *trend* di crescita, +4,9% rispetto al primo trimestre 2014, registrato nel corso dell'esercizio precedente.

#### **Margine operativo lordo**

Il **margine operativo lordo**, al netto di componenti non ricorrenti, nonostante la contrazione dei ricavi (-1,8%), *registra un incremento da 1,4 a 2,7 milioni di Euro* per effetto di una più efficace gestione dei processi operativi derivati 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 **margine operativo lordo** complessivo dell'area diminuisce da 1,3 milioni di Euro del primo trimestre 2014 a 0,3 milioni, per effetto di una maggiore incidenza degli oneri di ristrutturazione (2,3 milioni di Euro nel 2015 rispetto a 0,2 milioni nel 2014) che si sono concentrati nella prima parte dell'esercizio.

## PERIODICI



Primo editore italiano di periodici per quota di mercato (31,8%<sup>5</sup> a marzo) e numero di testate (23) e tra i principali in Europa, il Gruppo Mondadori ha consolidato negli anni la propria presenza nell'editoria periodica coprendo vari settori di attività. Oltre alla pubblicazione di riviste settimanali e mensili, in vendita in edicola o in versione digitale e in abbonamento, il Gruppo ha sviluppato il settore delle vendite congiunte e creato siti e portali che, sfruttando i *brand*, hanno allargato l'utenza delle testate Mondadori.

Il Gruppo, attraverso la società controllata Press-Di Distribuzione Stampa e Multimedia, distribuisce a livello nazionale i propri periodici e i giornali di editori terzi.

Mondadori è inoltre presente a livello internazionale:

- in **Francia**, tramite la controllata Mondadori France, terzo editore del mercato a livello diffusionale e secondo nel mercato pubblicitari, con un portafoglio di 29 testate;
- in altri **Paesi esteri**, tramite presenza diretta, *joint-venture* o tramite accordi di *licensing* con editori internazionali: il numero delle edizioni internazionali delle testate Mondadori si è attestato a 43 (di cui il *Grazia International Network* ne conta 24 e *Il mio Papa* 10).

## PERIODICI ITALIA



### Andamento del mercato di riferimento

I primi mesi dell'anno in corso sono stati caratterizzati da andamenti dei mercati di riferimento ancora in contrazione, seppur in misura meno marcata rispetto all'inizio dello scorso anno. A febbraio:

- il mercato pubblicitario si riduce complessivamente del 5,2%, con Periodici e Internet in calo rispettivamente del 6,2% e del 5,3%<sup>6</sup>;
- il mercato delle vendite in edicola per i periodici, sostanzialmente stabile a copie, decresce del 6,0% a causa principalmente del calo dei prezzi medi. In tale ambito, Mondadori si è confermata *leader* di mercato con una quota del 31,8% (in calo dal 33% di marzo 2014);
- il mercato dei collaterali è stato caratterizzato ad inizio anno dalla crescita di attività dei quotidiani (+11,1%), che ha limitato il calo complessivo al -1,7%, mentre i Periodici hanno continuato a registrare cali rilevanti (-14,4%)<sup>5</sup>.

### Andamento economico dell'Area Periodici Italia<sup>7</sup>

(Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
Ricavi	74,6	84,7	(11,9%)
<i>MOL ante non ricorrenti</i>	6,5	6,0	9,5%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>6,3</b>	<b>6,9</b>	<b>(9,2%)</b>

<sup>5</sup> Fonte interna: PressDi, dati a marzo

<sup>6</sup> Fonte: Nielsen, dati a febbraio

<sup>7</sup> Dall'esercizio in corso le attività dell'area Pubblicità sono incluse all'interno dell'area Periodici Italia

## Ricavi

L'area Periodici Italia ha registrato ricavi complessivi per 74,6 milioni di Euro, in flessione dell'11,9% (11,2%

a portafoglio omogeneo, considerando le testate cedute).

Ricavi Periodici Italia (Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
Diffusione	31,3	35,3	(11,3%)
Pubblicità	17,2	18,3	(5,6%)
Vendite congiunte	16,1	19,2	(15,9%)
Altri ricavi	10,0	12,0	(16,9%)
<b>Totale ricavi</b>	<b>74,6</b>	<b>84,7</b>	<b>(11,9%)</b>

In particolare:

- i ricavi derivanti dalle **diffusioni** calano dell'11,3% (-9,8% a portafoglio omogeneo) per il combinato effetto della riduzione:
  - nel canale abbonamenti, che nella prima parte del 2014 era stato positivamente influenzato da iniziative promozionali, poi ridotte dalla seconda parte dell'anno;
  - nel canale edicola, pari al 9,2% (-4,3% al netto delle minori attività *on-pack*)<sup>8</sup>entrambe derivanti, oltre che dalle dinamiche dei mercati di riferimento, dall'attenta politica di selezione delle iniziative promozionali più profittevoli.
- i ricavi della raccolta **pubblicitaria print** diminuiscono del 5,7% (-5,1% a portafoglio omogeneo), mentre il mercato si contrae del 6,2% (a febbraio); la raccolta dei **siti web** (-5,1%) mostra un andamento sostanzialmente in linea con il *trend* registrato dal mercato di riferimento (-5,3% a febbraio), ad eccezione del positivo risultato registrato da *Grazia* (+9,3% rispetto al primo trimestre 2014). I dati di traffico mostrano un'*audience* complessiva pari a 18,4 milioni di *browser* unici in crescita, al netto delle *partnership* del *network* di *Donna Moderna* che sono state significativamente limitate, del 25% circa rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente;
- i ricavi derivanti dai **prodotti collaterali** (DVD, CD, libri e oggettistica), venduti in allegato ai periodici Mondadori, diminuiscono del 15,9% rispetto al primo trimestre del 2014, per effetto delle azioni di razionalizzazione delle iniziative, finalizzate a mantenerne la redditività, e di una diversa

calendarizzazione che sarà più concentrata nella seconda parte dell'anno.

Le **Attività Internazionali**, che includono le attività di:

- Mondadori International Business, che gestisce i contratti di *licensing* e la raccolta pubblicitaria di inserzionisti italiani per le testate Mondadori pubblicate nel mondo;
- Mondadori UK, proprietaria della piattaforma di *fashion e-commerce* [www.Graziashop.com](http://www.Graziashop.com); nel trimestre in esame registrano ricavi sostanzialmente stabili rispetto all'esercizio precedente (+0,2%).

Le attività di Mondadori International Business, nei primi tre mesi dell'anno, hanno riguardato:

- il lancio di *Grazia Turchia* (settimanale) avvenuto a marzo che ha portato a 24 il numero delle edizioni internazionali di *Grazia*.
- il lancio a marzo in Germania (e distribuita anche nella Svizzera Tedesca, Austria e Liechtenstein) della prima edizione internazionale de *Il Mio Papa*. In Aprile è stata anche lanciata l'edizione polacca, raggiungendo quindi un totale di 10 edizioni in pochi mesi.

Mondadori UK ha proseguito le attività di messa a punto dell'offerta di selezionati prodotti di alta gamma alla *community* di *Grazia* nel mondo (17 milioni di lettrici e 14 milioni di utenti unici al mese) e a tutto il pubblico femminile appassionato di moda nella piattaforma *Graziashop.com*.

Mondadori detiene inoltre alcune partecipazioni estere, consolidate ad *equity*:

<sup>8</sup> Fonte interna: PressDi, dati a marzo

- Attica Publications, editore *leader* nel mercato greco dei periodici (18 riviste) e delle emittenti radiofoniche che, dopo un positivo 2014, ha iniziato l'esercizio in contrazione per effetto del contesto macroeconomico che ha influenzato il mercato pubblicitario;
- Mondadori Seec Advertising, concessionaria esclusiva per la raccolta pubblicitaria dell'edizione cinese di *Grazia*, che ha registrato un positiva *performance* nei primi tre mesi del 2015;
- *Grazia* Russia che, nei primi tre mesi del 2015, ha registrato una forte contrazione rispetto all'esercizio precedente per effetto della situazione politica del paese che ha influito negativamente sugli investimenti pubblicitari.

Il contributo complessivo di tali partecipazioni internazionali nel periodo in esame è risultato in miglioramento rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente per circa 0,1 milioni di Euro (da +0,2 a +0,3 milioni di Euro).

#### **Margine operativo lordo**

Il **margine operativo lordo**, al netto di componenti non ricorrenti, registra **un miglioramento di oltre il 9%** (da 6,0 a 6,5 milioni di Euro) per effetto delle incisive azioni di revisione della struttura editoriale ed operativa, nonostante la significativa contrazione dei ricavi determinata dalle condizioni di mercato e da puntuali politiche di selezione delle iniziative.

Il **margine operativo lordo complessivo** dell'area ha registrato, invece, un calo del 9,2%, passando da 6,9 a 6,3 milioni di Euro, derivante dalle attività pubblicitarie, il cui margine si riduce a -1,5 milioni da -0,6 milioni di Euro del primo trimestre dell'esercizio scorso che beneficiava di proventi non ricorrenti per circa 1 milione di Euro derivanti dall'operazione di conferimento a Mediamond.

## PERIODICI FRANCIA



### Andamento del mercato di riferimento

Nel periodo in esame, i mercati di riferimento di Mondadori France hanno continuato a registrare contrazioni:

- nelle vendite in edicola (-6,5% a marzo)<sup>9</sup>;
- nella raccolta pubblicitaria (-7,7% a febbraio)<sup>10</sup>.

### Andamento economico dell'Area Periodici Francia

(Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
Ricavi	79,9	81,7	(2,2%)
<i>MOL ante non ricorrenti</i>	4,7	5,8	(18,7%)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>4,8</b>	<b>5,2</b>	<b>(7,2%)</b>

#### Ricavi

Nei primi tre mesi del 2015 i ricavi di Mondadori France si sono attestati a 79,9 milioni di Euro in calo del 2,2% rispetto al pari periodo del 2014.

La contrazione delle attività tradizionali si è arrestata al 3,0%, mentre le attività digitali hanno registrato una crescita di oltre il 21% (circa il 4% dei ricavi totali), per effetto dello sviluppo delle attività digitali delle *properties* (+22%) e delle attività di *Natura Buy* (+17%). L'**audience complessiva** delle testate di Mondadori ha raggiunto un totale di 8,6 milioni di utenti unici<sup>11</sup>, in crescita del 27% rispetto al dato medio del 2014, anche per effetto della progressiva digitalizzazione dei *team* editoriali che ha consentito la produzione quotidiana di nuovi contenuti contemporaneamente per le testate fisiche e il *web*.

I ricavi relativi alla **diffusione**, che rappresentano circa il 75% del totale, hanno registrato una lieve flessione, pari all'1,3%:

- i ricavi di vendita nel canale edicola registrano una flessione del 7,7%, inferiore alla performance del mercato di riferimento; il confronto con il primo trimestre dell'esercizio 2014 risente della straordinaria *performance* derivante dalla pubblicazione da parte di Closer dello "scoop *Hollande*" nel mese di gennaio 2014;
- i ricavi di vendita nel canale abbonamenti evidenziano, al contrario, una crescita pari allo 0,4%.

I ricavi relativi alla raccolta della **pubblicità** registrano complessivamente un calo del 9,6%

Ricavi Periodici Francia (Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
Diffusione	58,8	59,6	(1,3%)
Pubblicità	17,0	18,8	(9,6%)
Altri ricavi	4,1	3,3	21,8%
<b>Totale ricavi</b>	<b>79,9</b>	<b>81,7</b>	<b>(2,2%)</b>

<sup>9</sup> Fonte interna, dato a marzo

<sup>10</sup> Fonte: Kantar Media, dato a febbraio

<sup>11</sup> Fonte: Nielsen, dato medio gennaio-febbraio 2015

rispetto al pari periodo del 2014, ma con un andamento difforme tra prodotto cartaceo e *on-line*: la crescita dell'*advertising* digitale che, nel periodo in esame, è superiore al 26% per effetto dello sviluppo dell'*audience* e rappresenta ormai oltre il 14% del totale ricavi pubblicitari, compensa parzialmente il calo rilevato dalla componente tradizionale (-13,8%, -7,3% il dato a febbraio per un confronto con il mercato).

#### **Margine operativo lordo**

Il **margine operativo lordo**, al netto di componenti non ricorrenti, **risulta in calo di 1,1 milioni** di Euro (da 5,8 a 4,7 milioni di Euro) rispetto al primo trimestre del precedente esercizio che includeva significativi benefici derivanti dallo “scoop *Hollande*” pubblicato dalla rivista *Closer*.

Mondadori France ha tuttavia proceduto nelle attività di razionalizzazione delle strutture e di contenimento dei costi redazionali, che proseguiranno 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 **margine operativo lordo complessivo**, pari a 4,8 milioni di Euro, è risultato in calo del 7,2% (da 5,2 milioni di Euro) rispetto al primo trimestre del 2014.

## RETAIL



Il Gruppo Mondadori è presente sul territorio italiano con un network di circa 600 punti vendita composti da librerie dirette, librerie in franchising, multicenter e Mondadori Point, oltre ai canali web e bookclub.

### Andamento del mercato di riferimento

#### Libro

Il mercato di riferimento per l'Area Retail è il libro (77% dei ricavi<sup>12</sup>) che, pur restando in terreno negativo, ha mostrato segnali di miglioramento rispetto all'esercizio precedente.

#### Non Libro

I mercati di riferimento del comparto *no-book* hanno registrato andamenti differenziati in relazione alle diverse categorie merceologiche:

- nel settore dell'*entertainment* nel bimestre gennaio-febbraio si è rilevato un *trend* positivo, in particolare nella vendita di supporti musicali;
- il comparto *Consumer Electronics*, nei primi due mesi dell'anno, ha evidenziato un'inversione di tendenza, seppur con un'elevata volatilità fra le diverse categorie: *tablet*, *e-reader* hanno mostrato un calo a doppia cifra mentre il settore della telefonia ha confermato il *trend* positivo degli ultimi mesi del 2014. Globalmente il settore del *Consumer Electronics* ha presentato una crescita del 5% rispetto all'anno precedente.

#### Ricavi

Nei primi tre mesi dell'anno, l'Area Retail ha registrato una flessione dei ricavi pari al 6,8% rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, anche per effetto della cessione, avvenuta a fine 2014, del *flagship store* di corso Vittorio Emanuele a Milano.

Nella composizione dei ricavi *Totale Store* per tipologia di prodotto:

- il Libro risulta preminente, rappresentando il 77% del totale, e presenta un andamento migliore del mercato di riferimento di circa 1 punto percentuale;
- l'andamento dei ricavi Non Libro, in particolare nella categoria *Consumer Electronics*, dopo due esercizi deboli, registra positivi segnali di ripresa, per effetto delle azioni intraprese su organizzazione, assortimento e promozioni.

L'analisi dei canali evidenzia:

- la positiva *performance* dei Bookstore diretti,
- nei *Bookstore Franchising*, una sostanziale stabilità nella categoria Libro ma un calo del settore *No-Book*;
- al netto della cessione del *flagship store* di Vittorio Emanuele, nei *Megastore* una positiva *performance* della categoria Libro e la ripresa del comparto *Consumer Electronics*;
- crescita del canale dell'*on-line*, in particolare sul Libro che ha registrato un differenziale positivo di oltre dieci punti percentuali rispetto al mercato (+12% rispetto a +1,5% del mercato<sup>13</sup>);
- il *Bookclub* ha presentato un andamento in linea con il calo strutturale atteso nel piano di sviluppo a medio termine.

30

### Andamento economico dell'Area Retail

(Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
Ricavi	44,0	47,2	(6,8%)
<i>MOL ante non ricorrenti</i>	<i>(1,9)</i>	<i>(3,4)</i>	<i>44,1%</i>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(1,9)</b>	<b>(3,7)</b>	<b>48,8%</b>

<sup>12</sup> Ricavi *Totale Store*

<sup>13</sup> Fonte: GFK

Ricavi Retail (Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
<i>Bookstore diretti</i>	6,9	6,7	4,0%
<i>Bookstore Franchising</i>	17,9	18,5	(3,2%)
<i>Megastore</i>	11,3	13,2	(14,5%)
<i>On-line</i>	2,8	2,5	12,0%
<b>Totale Store</b>	<b>38,9</b>	<b>40,9</b>	<b>(4,7%)</b>
<i>Bookclub</i>	5,1	6,0	(13,5%)
Altro	0	0,3	n.s.
<b>Totale ricavi</b>	<b>44,0</b>	<b>47,2</b>	<b>(6,8%)</b>

### Margine operativo lordo

Mondadori Retail ha registrato nel primo trimestre dell'esercizio in corso un **marginе operativo lordo**, al netto di componenti non ricorrenti, pari a -1,9 milioni di Euro **in netto miglioramento** rispetto ai -3,4 milioni di Euro del corrispondente trimestre del 2014. Tale risultato è stato determinato da due principali elementi:

- il miglioramento del margine di prodotto nella categoria *Book* e nei prodotti *Consumer Electronics*;
- la minor incidenza delle spese promozionali e la significativa riduzione dei costi di struttura e del personale.

Tale miglioramento, rispetto ai primi tre mesi del 2014, è riscontrabile nella maggior parte dei canali di vendita.

**Il margine operativo lordo complessivo** registra nel trimestre un più marcato miglioramento rispetto al pari periodo dell'esercizio precedente, che includeva oneri di ristrutturazione per 0,3 milioni di Euro.

## RADIO



Il Gruppo Mondadori è presente nel mercato radiofonico nazionale con l'emittente *R101*.

### Andamento del mercato di riferimento

Il mercato della raccolta pubblicitaria in Italia ha registrato un calo nel bimestre gennaio-febbraio pari al 5,2%<sup>14</sup>.

La radio, al contrario, dopo aver registrato nel 2014 un calo dell'1,8%, ha avviato positivamente il 2015 con un incremento dello 0,4% nel mese di gennaio e, con un mese di febbraio in crescita del 9,6%, ha rafforzato il dato cumulato dei primi due mesi a +5,2% nei confronti del pari periodo del 2014.

### L'andamento economico dell'Area Radio

(Euro/milioni)	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Delta %
Ricavi	2,9	2,6	9,5%
<i>MOL ante non ricorrenti</i>	<i>(1,3)</i>	<i>(1,2)</i>	<i>(12,4%)</i>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(1,1)</b>	<b>(1,2)</b>	<b>6,8%</b>

32

#### Ricavi

Nei primi tre mesi del 2015, R101, pur rilevando una raccolta pubblicitaria inferiore a quella del 2014 (raccolta lorda -4,8%) penalizzata dalle rilevazioni sul *trend* degli ascolti, ha conseguito una crescita dei **ricavi** complessivi: includendo infatti i ricavi relativi al canale televisivo, avviato dal mese di giugno dello scorso anno, il primo trimestre registra una crescita del 9,5%.

#### Margine operativo lordo

Il **margine operativo lordo**, al netto di componenti non ricorrenti, negativo per 1,3 milioni di Euro (1,2 milioni nel primo trimestre 2014), è stato influenzato da maggiori costi di promozione del canale televisivo, compensati dalle azioni di riduzione dei costi dell'area tecnica e artistica.

Il **margine operativo lordo complessivo** ha anche beneficiato del contributo positivo derivante dalla cessione di un impianto di trasmissione per 0,2 milioni di Euro.

<sup>14</sup> Fonte: Nielsen, dato a febbraio

## ALTRI BUSINESS, CORPORATE E DIGITAL INNOVATION



### Altri business

Negli Altri business sono compresi i risultati derivanti dall'attività di *Digital Marketing Service* (Cemit e Kiver) e dalla partecipazione nella Società Europea di Edizioni S.p.A., editore del quotidiano *Il Giornale*.

Nell'area dei **Digital Marketing Service**, è in corso l'integrazione delle attività di *direct marketing* tradizionali di Cemit con le competenze digitali di Kiver, agenzia specializzata nello sviluppo di iniziative digitali di promozione, *branding* e pubblicità interattiva acquisita nel dicembre 2014, al fine di ampliare il sistema di offerta per rispondere alle richieste di una clientela più esigente e interessata a soluzioni innovative di *digital marketing*.

In questo contesto, nel primo trimestre il segmento ha registrato ricavi per 3,1 milioni di Euro, in calo dai 3,4 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 multimedia.

Il margine operativo lordo è negativo per 0,3 milioni di Euro, in linea con il primo trimestre 2014.

**Società Europea di Edizioni:** nei primi tre mesi del 2015 l'editore del quotidiano *Il Giornale* registra un risultato positivo che, per la quota di interessenza di Mondadori, ammonta a 0,8 milioni di Euro, rispetto ad una perdita di 0,5 milioni nel pari periodo del 2014, per effetto di un'operazione straordinaria legata alla cessione di un portale.

### Corporate e Digital Innovation

Nel settore **Corporate** sono comprese, oltre alle strutture del vertice aziendale, le funzioni della Capogruppo impegnate nell'attività di servizio a favore delle società del Gruppo e delle diverse aree di *business*. Tali servizi sono riconducibili essenzialmente alle attività di: IT, Amministrazione, Controllo e Pianificazione, Tesoreria e Finanza, Gestione Risorse Umane, Affari Legali e Societari, Comunicazione.

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

**Digital Innovation:** la struttura dell'Area, operativa dalla fine del 2013, è impegnata trasversalmente nella ricerca di opportunità di diversificazione in attività non tradizionali con l'obiettivo di supportare tutte le Aree del Gruppo nello sviluppo di nuovi *business* e di accrescere la presenza di Mondadori nel mercato digitale.

In questi primi tre mesi, sono proseguiti gli interventi tecnologici orientati ad una più ampia valorizzazione dei contenuti editoriali del Gruppo e ad un ampliamento del sistema di offerta commerciale (in particolare delle *properties* in Italia), nonché l'adeguamento delle piattaforme di gestione degli utenti e dei contatti nell'ambito del sistema CRM.

I costi complessivi dell'area **Corporate e Digital Innovation** mostrano una riduzione rispetto all'esercizio precedente di 0,5 milioni di Euro (-3% circa), nonostante gli investimenti finalizzati al progressivo rafforzamento della struttura operativa nel settore *Digital*.

## SITUAZIONE FINANZIARIA E PATRIMONIALE

Nel primo trimestre 2015, l'implementazione delle misure di *Quantitative Easing* da parte della BCE ha determinato un'ulteriore discesa dei rendimenti e dei tassi d'interesse.

In tale contesto, l'Euribor 3 mesi si è ulteriormente ridotto, attestandosi su un valore medio nel trimestre pari a 4,6 punti base; il costo medio dell'indebitamento del Gruppo Mondadori, relativo alla componente tasso, nel medesimo periodo è stato pari al **3,77%**, rispetto al 4,22% del primo trimestre 2014.

**La situazione finanziaria del Gruppo Mondadori, al 31 marzo 2015, presenta un indebitamento netto pari a 319,2 milioni di Euro, in sensibile miglioramento rispetto a -396,5 milioni di marzo 2014.**

Posizione finanziaria netta (Euro/milioni)	31 marzo 2015	31 marzo 2014	31 dicembre 2014
Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti	7,8	19,4	13,0
Attività (passività) in strumenti derivati	(1,7)	(0,5)	(1,7)
Altre attività (passività) finanziarie	(19,2)	(40,4)	(7,4)
Finanziamenti (breve e medio/lungo termine)	(306,1)	(375,0)	(295,7)
<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>(319,2)</b>	<b>(396,5)</b>	<b>(291,8)</b>

Le linee di credito complessivamente a disposizione del Gruppo al 31 marzo 2015 ammontano a 755,4 milioni di Euro, di cui 555,0 *committed*.

Gli affidamenti a breve termine del Gruppo, pari a 200,4 milioni di Euro, utilizzati per 51,2 milioni di Euro al 31 marzo, sono costituiti da linee finanziarie di scoperto in c/c, da anticipazioni s.b.f. e linee di "denaro caldo".

Le linee a medio-lungo termine al 31 marzo sono costituite da:

(59,2 milioni di Euro), nonché alla gestione del capitale circolante netto (inclusivo dei fondi) che genera cassa per 9,0 milioni di euro quale risultato di una crescente focalizzazione sulla gestione degli *stock* e dei crediti. Negli ultimi dodici mesi si registra una ripresa degli investimenti: nell'Area Educational per i costi di creazione delle novità editoriali (3,4 milioni di Euro), per la nuova sede di Mondadori France, presso la quale sono stati eseguiti, tra gli

Finanziamenti a medio/lungo termine (Euro/milioni)	Pool di Istituti di Credito	Intesa Sanpaolo	Mediobanca	Totale	Di cui non utilizzati	Di cui con contratto di copertura rischio tasso
Term Loan	172,5 (1)	45,0 (3)	47,5 (2)	<b>265,0</b>	-	133,8
Revolving Facility	90,0 (4)	150,0 (3)	50,0 (2)	<b>290,0</b>	280,0	-
<b>Totale finanziamenti</b>	<b>262,5</b>	<b>195,0</b>	<b>97,5</b>	<b>555,0</b>	<b>280,0</b>	<b>133,8</b>

(1) rate di pari importo in scadenza a dicembre 2016 e a dicembre 2017

(2) scadenza a dicembre 2017

(3) scadenza a dicembre 2016

(4) scadenza a dicembre 2018

Il *cash flow* ha avuto la seguente dinamica:

<i>Cash flow</i> (Euro/milioni)	31 marzo 2015	31 marzo 2014	LTM
<b>Posizione finanziaria netta iniziale</b>	<b>(291,8)</b>	<b>(363,2)</b>	<b>(396,5)</b>
Ebitda ante fattori non ricorrenti	7,4	5,0	64,1
Gestione partecipazioni	(0,3)	1,4	(4,9)
Capitale circolante netto e fondi (Investimenti) disinvestimenti	(22,1)	(31,3)	9,0
	(2,6)	(2,4)	(11,6)
<b>Cash flow operativo</b>	<b>(17,6)</b>	<b>(27,3)</b>	<b>56,6</b>
Oneri finanziari	(4,4)	(5,9)	(21,5)
Imposte correnti pagate	(1,9)	(0,8)	(6,5)
<b>Cash flow ordinario</b>	<b>(23,9)</b>	<b>(34,0)</b>	<b>28,6</b>
Incassi (pagamenti) imposte esercizi precedenti	2,0	4,7	12,6
Oneri di ristrutturazione	(6,8)	(9,0)	(18,0)
(Acquisizioni) / cessioni, effetti non ricorrenti	1,3	5,0	23,0
Collocamento azionario	-	-	31,1
<b>Cash flow non operativo</b>	<b>(3,5)</b>	<b>0,7</b>	<b>48,7</b>
<b>Cash flow totale</b>	<b>(27,4)</b>	<b>(33,3)</b>	<b>77,3</b>
<b>Posizione finanziaria netta finale</b>	<b>(319,2)</b>	<b>(396,5)</b>	<b>(319,2)</b>

La **performance del cash flow operativo LTM, che negli ultimi dodici mesi ha generato 56,6 milioni di Euro**, è riconducibile al positivo risultato della gestione reddituale al netto delle partecipazioni

altri, lavori di adeguamento dell'impiantistica (3,4 milioni di Euro), nell'Area Retail per miglione sui negozi (1,4 milioni di Euro) e per *software* e *office automation* (1,3 milioni di Euro).

Il **cash flow ordinario**, che include gli esborsi relativi a imposte e oneri finanziari, risulta **positivo per 28,6 milioni di Euro**, confermando il trend di miglioramento della generazione di cassa, dei dodici mesi precedenti, rilevata a dicembre 2014 (18,8 milioni di Euro) e a settembre 2014 (9,8 milioni di Euro).

Il **cash flow non operativo è positivo per 48,7 milioni di Euro**, nonostante gli esborsi relativi agli oneri di ristrutturazione (18,0 milioni di Euro), per effetto dell'aumento del capitale sociale (31,1 milioni di Euro), dell'incasso parziale di crediti fiscali (IVA e IRES per istanza di rimborso IRAP) maturati negli esercizi precedenti (12,6 milioni di Euro) e del saldo netto dell'attività di acquisizioni e cessioni di asset, in cui è registrato l'incasso relativo alla cessione del Multicenter di Corso Vittorio Emanuele a Milano per 25 milioni di Euro.

Tali elementi determinano una **generazione di cassa negli ultimi dodici mesi pari a 77,3 milioni di Euro**, con conseguente equivalente riduzione dell'indebitamento.

Il **cash flow operativo** del primo trimestre 2015 registra un miglioramento rispetto ai valori del medesimo periodo del 2014 per effetto della positiva gestione del capitale circolante netto. A livello di cash flow ordinario si amplia il differenziale per effetto del contenimento degli oneri finanziari, pur in presenza di maggiori esborsi per imposte.

Il **cash flow non operativo** registra una flessione rispetto al primo trimestre 2014, in cui l'effetto dell'operazione di conferimento del ramo commerciale di Mondadori Pubblicità SpA e degli incassi di imposte dirette e indirette, relative ad esercizi precedenti, erano superiori.

36

Stato patrimoniale consolidato (Euro/milioni)	31 marzo 2015	31 marzo 2014	Delta %	31 dicembre 2014
Crediti commerciali netti	254,1	266,0	(4,5%)	268,7
Rimanenze	116,7	122,6	(4,9%)	108,4
Debiti commerciali e verso autori, collaboratori e agenti	(337,9)	(336,4)	0,4%	(347,4)
Altre attività / (passività)	0,3	18,7	(98,4%)	(11,1)
<b>Capitale circolante netto</b>	<b>33,2</b>	<b>70,9</b>	<b>(53,2%)</b>	<b>18,6</b>
Attività immateriali	600,8	619,1	(3,0%)	601,6
Investimenti immobiliari, immobili impianti e macchinari	35,6	41,9	(15,0%)	37,1
Partecipazioni	40,0	37,9	5,4%	39,6
<b>Capitale investito fisso</b>	<b>676,4</b>	<b>698,9</b>	<b>(3,2%)</b>	<b>678,3</b>
Fondi	(59,2)	(73,3)	(19,3%)	(69,1)
Indennità di fine rapporto	(46,0)	(46,8)	(1,6%)	(46,8)
<b>Capitale investito netto</b>	<b>604,4</b>	<b>649,7</b>	<b>(7,0%)</b>	<b>580,9</b>
Capitale sociale	68,0	64,1	6,1%	68,0
Riserve e patrimonio netto di terzi azionisti	221,9	195,5	13,5%	220,5
Risultato netto	(4,7)	(6,4)	27,2%	0,6
<b>Capitale proprio</b>	<b>285,2</b>	<b>253,2</b>	<b>12,6%</b>	<b>289,1</b>
Posizione finanziaria netta	319,2	396,5	(19,5%)	291,8
<b>Capitale di terzi</b>	<b>319,2</b>	<b>396,5</b>	<b>(19,5%)</b>	<b>291,8</b>
<b>Totale fonti</b>	<b>604,4</b>	<b>649,7</b>	<b>(7,0%)</b>	<b>580,9</b>

Al 31 marzo 2015, il capitale circolante netto registra un miglioramento del 53,2%, per effetto:

- della riduzione dei crediti commerciali, anche per effetto dell'andamento dei ricavi;
- del contenimento del valore delle rimanenze, delle azioni incisive ed efficaci di gestione degli *stock* nell'Area Retail e della cessione del *megastore* milanese di Corso Vittorio Emanuele;
- dell'incasso parziale di crediti fiscali (IVA e IRES per istanza di rimborso IRAP), maturati negli esercizi precedenti (12,6 milioni di Euro);
- dei minori anticipi versati agli autori (circa 6,0 milioni di Euro).

I debiti commerciali, allineati ai valori del primo trimestre 2014, registrano una significativa riduzione della componente di scaduto.

Il capitale investito fisso, pari a 676,4 milioni di Euro al 31 marzo 2015, si riduce di 22,5 milioni rispetto allo stesso trimestre dell'esercizio precedente, anche per effetto della cessione del *megastore* di Vittorio Emanuele nell'Area Retail e per la restante parte per gli ammortamenti delle attività immateriali a vita utile definita e delle attività materiali.

I fondi registrano complessivamente una diminuzione di circa 14 milioni di Euro per effetto dell'utilizzo di fondi rischi per oneri di ristrutturazione.

Il capitale investito netto del Gruppo, pari a 604,4 milioni di Euro al 31 marzo 2015, mostra di conseguenza una contrazione del 7% rispetto al 31 marzo 2014, che ha determinato, insieme all'aumento di capitale, una significativa riduzione dell'indebitamento.

# INFORMAZIONI SUL PERSONALE

## GLI ORGANICI

Il personale dipendente, a tempo indeterminato e determinato, in forza alle società del Gruppo, al 31 marzo 2015, risulta composto da 3.083 unità con una riduzione, rispetto ai dodici mesi precedenti del 5,7%, pari a 187 risorse (3.270 dipendenti a marzo 2014).

A perimetro omogeneo, considerando l'acquisizione della società Kiver e la costituzione di Mondadori UK, entrambe avvenute nel corso del 2014, la riduzione del personale dipendente diventa di 217 posizioni pari al -6,6%. Il costo del lavoro, nello stesso periodo, al netto delle acquisizioni e degli oneri straordinari, si è contratto di 4,2 milioni (-7,2%).

I valori conseguiti sono il risultato di una politica di riduzione dei costi fissi, avviata negli scorsi anni e tuttora in corso, che ha visto, in tutte le aree del Gruppo l'avvio di piani di ristrutturazione e di efficientamento dei processi e degli organici, tra le quali, oltre al concluso piano di prepensionamento del personale grafico-editoriale, le azioni avviate

nell'ambito dei Periodici, con il programma di gestione di 87 esuberanti giornalisti, ancora in corso, la razionalizzazione dei punti vendita di Mondadori Retail, e le operazioni avviate da Mondadori France che hanno consentito, nell'ultimo anno, una riduzione di circa il 3% dell'organico dipendente.

La creazione di Mondadori Libri SpA, nata da uno *spin-off* dell'area Libri di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., ha comportato il calo di 197 dipendenti in capo a quest'ultima e l'incremento del valore relativo alle "società controllate". Il progetto in questione è di grande respiro strategico per le potenzialità che il Gruppo Mondadori può esprimere nel mercato italiano del libro e si caratterizza per l'avvio, anche in quest'ambito, a partire dal mese di febbraio 2015, di una serie di revisioni organizzative e di meccanismi operativi finalizzati a migliorare le sinergie tra le varie case editrici e l'efficienza complessiva.

Gli organici puntuali del Gruppo alla data del 31 marzo 2015:

Personale in forza	31/03/2015	31/03/2014
Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.:		
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	821	995
- Operai	5	82
	<b>826</b>	<b>1.077</b>
Società controllate italiane:		
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	1.248	1.225
- Operai	104	48
	<b>1.352</b>	<b>1.273</b>
Società controllate estere:		
- Dirigenti, giornalisti, impiegati	905	920
- Operai	-	-
	<b>905</b>	<b>920</b>
<b>Totale</b>	<b>3.083</b>	<b>3.270</b>

<b>Organici puntuali per settore di attività</b>	<b>31/03/2015</b>	<b>31/03/2014</b>
Libri	553	566
Periodici Italia	614	656
Periodici Francia	883	918
Retail	558	640
Radio	28	26
Digital Marketing Service	71	67
Digital Innovation	28	19
Corporate	348	378
<b>Totale</b>	<b>3.083</b>	<b>3.270</b>

## FATTI DI RILIEVO AVVENUTI NEL CORSO DEL PRIMO TRIMESTRE

### NOMINE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI MONDADORI LIBRI S.P.A.

In data **21 gennaio 2015**, il Consiglio di Amministrazione di Mondadori Libri S.p.A. ha definito la propria composizione come segue: Presidente Ernesto Mauri, Consiglieri Enrico Selva Coddè, Gian Arturo Ferrari, Antonio Porro e Oddone Pozzi.

A riporto dell'Amministratore Delegato di Gruppo Ernesto Mauri - Enrico Selva Coddè ha assunto la carica di Amministratore Delegato di Mondadori Libri S.p.A. Area Trade e Antonio Porro è stato confermato nell'Area Educational in qualità di Amministratore Delegato. Gian Arturo Ferrari, vice presidente di Mondadori Libri S.p.A., agirà di concerto con l'amministratore delegato Area Trade Enrico Selva nell'implementazione e comunicazione dei programmi editoriali.

### MANIFESTAZIONE D'INTERESSE NON VINCOLANTE PER RCS LIBRI S.P.A.

In data **18 febbraio 2015**, su richiesta della Consob, Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. ha informato di aver sottoposto a RCS MediaGroup S.p.A. una manifestazione di interesse non vincolante relativa ad una eventuale operazione di acquisizione dell'intera partecipazione detenuta da RCS MediaGroup S.p.A. in RCS Libri S.p.A., pari al 99,99% del capitale sociale, nonché dell'ulteriore complesso di beni e attività che costituiscono l'ambito librario di RCS MediaGroup.

In data **6 marzo 2015**, è stato concesso alla Società da parte di RCS MediaGroup S.p.A. un periodo di esclusiva sino al 29 maggio 2015, al fine di approfondire i termini e le condizioni dell'eventuale operazione.

## FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DEL PRIMO TRIMESTRE

### ASSEMBLEA 2015: NOMINE DEI NUOVI ORGANI SOCIALI E ALTRE DELIBERE

In data **23 aprile 2015**, l'Assemblea degli Azionisti, oltre ad aver approvato il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2014 di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e rinnovato l'autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie, ha nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione che risulta così composto: Marina Berlusconi (Presidente), Ernesto Mauri, Pier Silvio Berlusconi, Oddone Maria Pozzi, Pasquale Cannatelli, Bruno Ermolli, Roberto Poli, Danilo Pellegrino, Alfredo Messina, Martina Forneron Mondadori, Marco Spadacini, Angelo Renoldi, Mario Resca e Cristina Rossello.

L'Assemblea ha altresì nominato il nuovo Collegio Sindacale, che risulta così composto: Ferdinando Superti Furga (Presidente), Francesco Antonio Giampaolo e Flavia Daunia Minutillo (Sindaci effettivi); Francesco Vittadini, Annalisa Firmani ed Ezio Maria Simonelli (Sindaci supplenti).

Le nomine di entrambi gli organi, che rimarranno in carica per tre esercizi, sino all'Assemblea di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2017, sono state effettuate sulla base dell'unica lista depositata per l'Assemblea, presentata dall'azionista di maggioranza Fininvest S.p.A..

Il Consiglio di Amministrazione ha confermato Ernesto Mauri nella carica di Amministratore Delegato, conferendogli i relativi poteri di gestione, nominato i membri dei Comitati:

- Comitato Controllo e Rischi: Angelo Renoldi (Presidente), Marco Spadacini e Cristina Rossello;
- Comitato Remunerazione e Nomine: Marco Spadacini (Presidente), Bruno Ermolli e Cristina Rossello;
- Comitato Operazioni Parti Correlate: Angelo Renoldi (Presidente), Cristina Rossello e Marco Spadacini.

e confermato Oddone Maria Pozzi nel ruolo di dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari.

## ALTRE INFORMAZIONI

Il Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015 è stato predisposto in conformità ai principi contabili IAS/IFRS ed i criteri di valutazione adottati sono in linea con quelli utilizzati al 31 dicembre 2014. 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 2015 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.

***Adesione al processo di semplificazione normativa adottato con delibera Consob n. 18079 del 20 gennaio 2012. Informativa ai sensi degli artt. 70, comma 8, e 71, comma 1-bis, del Regolamento Consob n. 11971/99 e successive modifiche.***

In data e con effetti 13 novembre 2012 il Consiglio di Amministrazione di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., ai sensi dell'art. 3 della Delibera Consob n. 18079 del 20 gennaio 2012 ed in relazione alle disposizioni degli artt. 70, comma 8, e 71, comma 1-bis, del Regolamento Consob n. 11971/1999, ha deliberato di avvalersi della facoltà di derogare agli obblighi di pubblicazione dei documenti informativi previsti dal predetto Regolamento Consob in occasione di operazioni significative di fusione, scissione, aumenti di capitale mediante conferimento di beni in natura, acquisizioni e cessioni.

## EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Alla luce della *performance* del Gruppo nei primi mesi e delle **azioni di ottimizzazione** dei processi operativi e della struttura dei costi in tutte le aree di business nonché degli **interventi** finalizzati 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 significativa crescita a livello operativo**, già indicata in sede di presentazione del bilancio al 31 dicembre 2014. Parallelamente, proseguono le attività di attenta valutazione finalizzate all'eventuale dismissione di *asset non core* per il Gruppo.

Coerentemente a quanto illustrato e pur in un contesto di ripresa degli investimenti e possibili variazioni di perimetro nell'Area *Digital*, anche la **Posizione Finanziaria Netta** è attesa in miglioramento rispetto a fine 2014.

Per il Consiglio di Amministrazione  
Il Presidente  
Marina Berlusconi



43

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 Resoconto intermedio di gestione corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili della società.

Il dirigente preposto alla redazione dei  
documenti contabili societari  
Oddone Pozzi





**Situazione patrimoniale-finanziaria  
consolidata**

**Conto economico e conto economico  
complessivo consolidati**

## SITUAZIONE PATRIMONIALE-FINANZIARIA CONSOLIDATA

Attivo (Euro/migliaia)	31 marzo 2015	31 dicembre 2014	31 marzo 2014
<b>Attività immateriali</b>	<b>600.761</b>	<b>601.593</b>	<b>619.103</b>
<b>Investimenti immobiliari</b>	<b>3.107</b>	<b>3.133</b>	<b>3.155</b>
Terreni e fabbricati	7.739	7.895	8.384
Impianti e macchinari	12.803	8.853	10.845
Altre immobilizzazioni materiali	11.949	17.187	19.486
<b>Immobili, impianti e macchinari</b>	<b>32.491</b>	<b>33.935</b>	<b>38.715</b>
Partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	39.550	39.201	37.486
Altre partecipazioni	443	443	442
<b>Totale partecipazioni</b>	<b>39.993</b>	<b>39.644</b>	<b>37.928</b>
<b>Attività finanziarie non correnti</b>	<b>316</b>	<b>316</b>	<b>2.487</b>
<b>Attività per imposte anticipate</b>	<b>79.835</b>	<b>78.882</b>	<b>52.676</b>
<b>Altre attività non correnti</b>	<b>1.737</b>	<b>1.848</b>	<b>29.069</b>
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>758.240</b>	<b>759.351</b>	<b>783.133</b>
<b>Crediti tributari</b>	<b>50.681</b>	<b>50.040</b>	<b>67.200</b>
<b>Altre attività correnti</b>	<b>94.109</b>	<b>87.687</b>	<b>99.379</b>
<b>Rimanenze</b>	<b>116.660</b>	<b>108.365</b>	<b>122.635</b>
<b>Crediti commerciali</b>	<b>254.096</b>	<b>268.736</b>	<b>265.987</b>
<b>Titoli ed altre attività finanziarie correnti</b>	<b>11.702</b>	<b>11.916</b>	<b>20.501</b>
<b>Cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti</b>	<b>7.836</b>	<b>12.966</b>	<b>19.366</b>
<b>Totale attività correnti</b>	<b>535.084</b>	<b>539.710</b>	<b>595.068</b>
<b>Attività destinate alla dismissione o cessate</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Totale attivo</b>	<b>1.293.324</b>	<b>1.299.061</b>	<b>1.378.201</b>

<b>Passivo</b> (Euro/migliaia)	<b>31 marzo</b> <b>2015</b>	<b>31 dicembre</b> <b>2014</b>	<b>31 marzo</b> <b>2014</b>
<b>Capitale sociale</b>	<b>67.979</b>	<b>67.979</b>	<b>64.079</b>
<b>Riserva sovrapprezzo azioni</b>	<b>12.000</b>	<b>12.000</b>	<b>170.625</b>
<b>Azioni proprie</b>	-	-	<b>(73.497)</b>
<b>Altre riserve e risultati portati a nuovo</b>	<b>177.612</b>	<b>176.706</b>	<b>66.040</b>
<b>Utile (perdita) dell'esercizio</b>	<b>(4.687)</b>	<b>618</b>	<b>(6.434)</b>
<b>Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo</b>	<b>252.904</b>	<b>257.303</b>	<b>220.813</b>
<b>Capitale e riserve di pertinenza di terzi azionisti</b>	<b>32.272</b>	<b>31.818</b>	<b>32.398</b>
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>285.176</b>	<b>289.121</b>	<b>253.211</b>
<b>Fondi</b>	<b>59.150</b>	<b>69.109</b>	<b>73.304</b>
<b>Indennità di fine rapporto</b>	<b>46.031</b>	<b>46.709</b>	<b>46.771</b>
<b>Passività finanziarie non correnti</b>	<b>266.712</b>	<b>266.327</b>	<b>374.251</b>
<b>Passività per imposte differite</b>	<b>82.065</b>	<b>81.657</b>	<b>77.441</b>
<b>Altre passività non correnti</b>	-	-	-
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>453.958</b>	<b>463.802</b>	<b>571.767</b>
<b>Debiti per imposte sul reddito</b>	<b>1.276</b>	<b>139</b>	<b>1.598</b>
<b>Altre passività correnti</b>	<b>207.821</b>	<b>204.224</b>	<b>214.655</b>
<b>Debiti commerciali</b>	<b>272.799</b>	<b>291.079</b>	<b>272.395</b>
<b>Debiti verso banche ed altre passività finanziarie</b>	<b>72.294</b>	<b>50.696</b>	<b>64.575</b>
<b>Totale passività correnti</b>	<b>554.190</b>	<b>546.138</b>	<b>553.223</b>
<b>Passività destinate alla dismissione o cessate</b>	-	-	-
<b>Totale passivo</b>	<b>1.293.324</b>	<b>1.299.061</b>	<b>1.378.201</b>

# CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

(Euro/migliaia)	Periodo al 31 marzo 2015	Periodo al 31 marzo 2014
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>251.682</b>	<b>268.338</b>
Decremento (incremento) delle rimanenze	(8.339)	(585)
Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	49.465	45.538
Costi per servizi	154.933	169.426
Costo del personale	57.277	59.285
Oneri (proventi) diversi	(7.817)	(12.687)
Proventi (oneri) da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto	(261)	(1.722)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>5.902</b>	<b>5.639</b>
Ammortamenti e perdite di valore di immobili, impianti e macchinari	1.953	2.353
Ammortamenti e perdite di valore delle attività immateriali	3.206	3.206
Perdite di valore di partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto e di altre imprese	-	-
<b>Risultato operativo</b>	<b>743</b>	<b>80</b>
Proventi (oneri) finanziari	(4.448)	(5.933)
Proventi (oneri) da altre partecipazioni	(125)	-
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>(3.830)</b>	<b>(5.853)</b>
Imposte sul reddito	391	137
<b>Risultato derivante dall'attività in funzionamento</b>	<b>(4.221)</b>	<b>(5.990)</b>
Proventi (oneri) da attività/passività destinate alla dismissione o cessate	-	-
<b>Risultato netto</b>	<b>(4.221)</b>	<b>(5.990)</b>
Attribuibile a:		
- <b>Interessenze di terzi azionisti</b>	<b>466</b>	<b>444</b>
- <b>Azionisti della controllante</b>	<b>(4.687)</b>	<b>(6.434)</b>
Risultato netto per azione (espresso in unità di Euro)	(0,018)	(0,028)
Risultato netto diluito per azione (espresso in unità di Euro)	(0,018)	(0,028)

48

# CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO

(Euro/migliaia)	Periodo al 31 marzo 2015	Periodo al 31 marzo 2014
<b>Risultato netto</b>	<b>(4.221)</b>	<b>(5.990)</b>
<i>Componenti riclassificabili a Conto Economico</i>		
Utili (perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci di imprese estere	(161)	-
Altri utili (perdite) da società valutate con il metodo del patrimonio netto	441	(85)
Parte efficace di utile (perdite) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari ( <i>cash flow hedge</i> )	(51)	(759)
Utili (perdite) derivanti da attività disponibili per la vendita ( <i>fair value</i> )	-	-
Effetto fiscale relativo agli altri utili (perdite) riclassificabili a conto economico	14	218
<i>Componenti riclassificati a Conto Economico</i>		
Utile (perdite) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari ( <i>cash flow hedge</i> )	-	-
Utili (perdite) derivanti da attività disponibili per la vendita ( <i>fair value</i> )	-	-
Effetto fiscale relativo agli altri utili (perdite) riclassificati a conto economico	-	-
<i>Componenti non riclassificabili a Conto Economico</i>		
Utili (perdite) attuariali	55	56
Effetto fiscale relativo agli altri utili (perdite) non riclassificabili a conto economico	(15)	(14)
<b>Totale altri utili (perdite) al netto dell'effetto fiscale</b>	<b>283</b>	<b>(584)</b>
<b>Risultato complessivo dell'esercizio</b>	<b>(3.938)</b>	<b>(6.574)</b>
Attribuibile a:		
- Azionisti della controllante	(4.392)	(7.018)
- Interessenze di pertinenza di terzi	454	444

49

Per il Consiglio di Amministrazione  
Il Presidente  
Marina Berlusconi



Progetto grafico e impaginazione:



MERCURIO<sub>GP</sub>  
[www.mercuriogp.eu](http://www.mercuriogp.eu)



