



MONDADORI

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

LA “NUOVA” MONDADORI CON EMAP FRANCE:

- UN PLAYER DA OLTRE 2 MILIARDI DI EURO DI RICAVI
- UNO DEI PRINCIPALI GRUPPI EDITORIALI
NEL SETTORE DEI PERIODICI IN EUROPA
- UNA PIATTAFORMA PER L’ESPORTAZIONE DEL KNOW-HOW
EDITORIALE E DEL LIFESTYLE ITALIANO NEL MONDO

***Oggi presentazione alla business community
del vice presidente e amministratore delegato Maurizio Costa***

Segrate, 20 giugno 2006 – Nel corso di un incontro con analisti finanziari e investitori programmato in data odierna presso la sede di Segrate, Maurizio Costa, vice presidente e amministratore delegato del Gruppo Mondadori, presenterà alla *business community* l’operazione di acquisizione di Emap France da Emap Plc, comunicata al mercato nella giornata di ieri.

Di seguito gli argomenti che verranno illustrati nel corso dell’incontro.

CONSIDERAZIONI GENERALI

L’acquisizione di Emap France rappresenta per Mondadori un’operazione di grandissimo valore strategico e finanziario: si tratta di un passo decisivo nel processo di crescita internazionale del Gruppo poiché si concretizza la possibilità di creare valore attraverso lo sfruttamento del know-how editoriale del Gruppo su scala globale. Con l’acquisizione di Emap France, la “nuova” Mondadori - che si focalizzerà in maniera sempre più decisa sulle attività editoriali ad alto valore aggiunto - si colloca tra i primi editori di periodici in Europa.

Il perfezionamento dell’operazione, subordinato all’autorizzazione delle competenti autorità europee, è previsto entro il 30 settembre 2006.

IL “VALORE” DELL’OPERAZIONE

Dal punto di vista strategico, l’acquisizione di uno dei principali editori di periodici in Francia (con un articolato portafoglio di oltre 40 testate leader nei rispettivi segmenti di mercato), comporterà infatti l’ingresso da parte di Mondadori nel più grande mercato europeo dei periodici e l’opportunità di porre in essere sinergie sia sul fronte dei ricavi sia su quello dei costi.

Da un punto di vista finanziario, l’acquisizione – che avverrà mediante integrale pagamento per cassa – consentirà a Mondadori di rendere più efficiente la struttura

finanziaria. Secondo i dati pro-forma 2005 inclusivi dell'effetto dell'operazione, l'indebitamento netto risulterebbe inferiore a 2,5 volte il margine operativo lordo. Ricordiamo che il prezzo dell'operazione è stato definito sulla base di un *enterprise value* di 545 milioni di euro che corrisponde a 9,2 volte l'EBITDA di Emap France nell'ultimo esercizio annuale chiuso al 31 marzo 2006 (nella tabella 1 allegata, una selezione delle più recenti acquisizioni nel settore periodici con l'indicazione dei multipli applicati).

UNA TAPPA FONDAMENTALE NEL PERCORSO STRATEGICO DI MONDADORI

A partire dal 1996, Mondadori ha perseguito una strategia di sviluppo finalizzata all'incremento della redditività e alla creazione di valore (in tabella 2 vengono indicati i principali dati economici del gruppo Mondadori nel periodo 1996-2005).

Negli ultimi anni è stato inoltre accelerato il processo di internazionalizzazione della casa editrice con una serie di partnership con primari editori stranieri, investimenti in Spagna e America Latina, e nella regione balcanica sino ad arrivare alla più recente attività di *licensing* relativa a testate Mondadori in Europa e Asia.

Alle *joint venture* paritetiche già esistenti (con Harlequin per libri di narrativa femminile per l'edicola e con Gruner&Jahr per Focus e Geo tra gli altri), si sono aggiunti negli ultimi anni gli accordi con il Gruppo Bertelsmann per Mondolibri (attività di e-commerce e di vendita per corrispondenza di libri e prodotti multimediali), con Hearst per la pubblicazione di Cosmopolitan e con Rodale Press per Starbene e l'edizione italiana di Men's Health.

Per quanto riguarda gli **investimenti all'estero**, nel 2001 ha preso il via la partnership con il Grupo Editorial Random House (divisione libri del Gruppo Bertelsmann), leader dell'editoria libraria in Spagna e in America Latina (Messico, Argentina, Cile, Colombia e Venezuela). E' del 2003 l'ingresso in Attica Publications, società leader in Grecia nei periodici, quotata alla Borsa di Atene, e presente in Romania, Bulgaria, Ungheria e Serbia.

Mondadori, in meno di due anni, ha inoltre lanciato 9 edizioni di proprie testate in **licensing** in 8 paesi (Bulgaria, Gran Bretagna, Grecia, Emirati Arabi, Portogallo, Croazia, Serbia, Thailandia) creando tre brand di valenza internazionale (Grazia, Casaviva e Interni) con possibilità di esportazione anche in altri paesi.

EMAP FRANCE, UN'OPPORTUNITA' UNICA NEL PIU' GRANDE MERCATO D'EUROPA

Quello francese è il maggior **mercato europeo** nel settore periodici in termini di **ricavi**: in Francia il fatturato complessivo del comparto è di 4,7 miliardi di euro, rispetto ai 3,7 miliardi di euro della Germania e ai 3,4 miliardi di euro della Gran Bretagna (dati 2004). Sul fronte della **raccolta pubblicitaria** la quota periodici rispetto al totale mercato è del 31%; in Germania del 23% e in Gran Bretagna del 14% (fonte ZenithOptimedia, dicembre 2005).

Emap France è il terzo editore francese in termini di volumi (10% rispetto al 13% di Prisma Press e al 25% di Hachette); in termini di valore, c'è un maggior allineamento tra i tre principali player: Hachette e Prisma Press detengono una quota di mercato del 13%, Emap France del 12%. La *market share* della raccolta pubblicitaria è del 17% per Hachette, dell'11% per Prisma Press e del 10% per Emap France.

Nell'ultimo esercizio Emap France, 1.238 dipendenti, ha registrato un fatturato netto di 440 milioni di euro equamente ripartito fra abbonamenti, diffusioni edicola e pubblicità, con un margine operativo lordo di 59 milioni di euro e un risultato operativo di 56 milioni di euro.

Tra le oltre 40 testate pubblicate ci sono televisivi/spettacolo (tra cui *Télé Star* e *Télé Poche*), femminili (tra cui *Top Santé*, *Biba* e *20ans*), maschili (fra cui *FHM* e *Max*), "senior" (*Pleine Vie*) e specializzati (Emap France è leader in vari segmenti, tra cui quello automobilistico). In tabella 3 la ripartizione dei ricavi 2005 e periodicità/diffusione delle principali testate di Emap France.

LA “NUOVA” MONDADORI

Il Gruppo Mondadori copre tutto il ciclo produttivo delle proprie attività editoriali, dalla ideazione e creazione dei prodotti alla stampa, distribuzione e commercializzazione. La divisione Libri del Gruppo ha consolidato nel corso del 2005 la propria leadership nel mercato nazionale, con una quota di circa il 28%, ed è co-leader nei Paesi di lingua spagnola. La divisione Periodici, con una *market share* diffusionale del 39% e pubblicitaria del 29%, è la numero uno in Italia e vanta una presenza diretta in sette paesi e licenze in cinque, in Europa ed Asia. Da gennaio 2005 Mondadori è entrata nel settore radiofonico con Radio R101, che dopo un solo anno vanta già ottime performance e conferma un alto potenziale di crescita. Mondadori Printing è la società in cui sono concentrate le attività industriali della divisione Grafica: una delle aziende del settore più grande, competitiva e tecnologicamente avanzata d'Europa. Nel Retail, infine, Mondadori dispone di una capillare rete distributiva multicanale, in forte crescita, sia diretta che in franchising.

L'operazione Emap France assume un grande rilievo sul piano industriale e benefici effetti potranno derivare dalle sinergie ottenibili sia sotto il profilo dell'incremento dei ricavi che della riduzione dei costi. In particolare, il lancio sul mercato francese di periodici Mondadori così come l'importazione in Italia e nel network Mondadori di testate Emap potranno generare significative opportunità di sviluppo. Ulteriori efficienze sul piano dei costi potranno realizzarsi dallo scambio di materiale editoriale con le testate francesi, dalle economie di scala nell'approvvigionamento della carta e dall'ottimizzazione dell'utilizzo della capacità produttiva di Mondadori Printing.

Il consolidato pro-forma del nuovo Gruppo, sommando i dati Mondadori 2005 (al netto della componente straordinaria del credito governativo d'imposta relativa al contributo carta) alle attività di Emap France (sulla base del consuntivo al 31 marzo 2006) presenterebbe un **fatturato consolidato** che passa da 1.657 a 2.097 milioni di euro; il margine operativo lordo da 203 a 262 milioni di euro; il risultato operativo da 167 a 223 milioni di euro.

In termini di suddivisione percentuale del fatturato nelle diverse aree, **la quota relativa al business editoriale crescerebbe dal 78% all'83%**, mentre dal punto di vista della **distribuzione geografica dei ricavi**, la quota proveniente dall'estero salirebbe **dal 7% (pre Emap) al 26% (Emap incluso)**.

Mondadori

Federico Angrisano
Tel. +39 02 75423159/3058
email: rapportistampa@mondadori.it
www.mondadori.com

Image 7

Anne Méaux
Tel. +33 (0) 1 53707455
email: ameaux@image7.fr

Yves Messarovitch
Tel. +33 (0) 1 53707449
email: ymessarovitch@image7.fr

Acquisizioni recenti nel settore periodici

EV / EBITDA

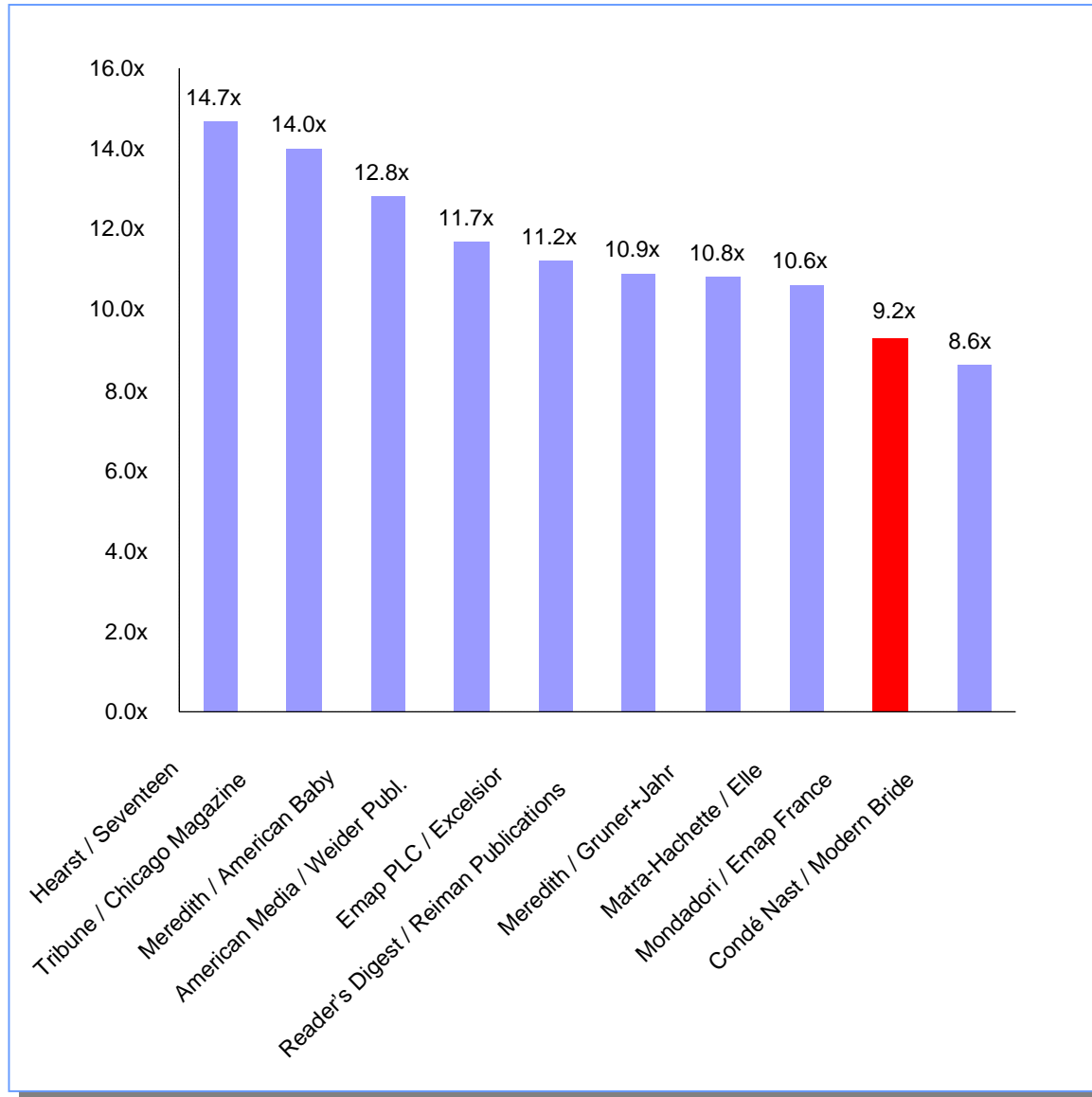
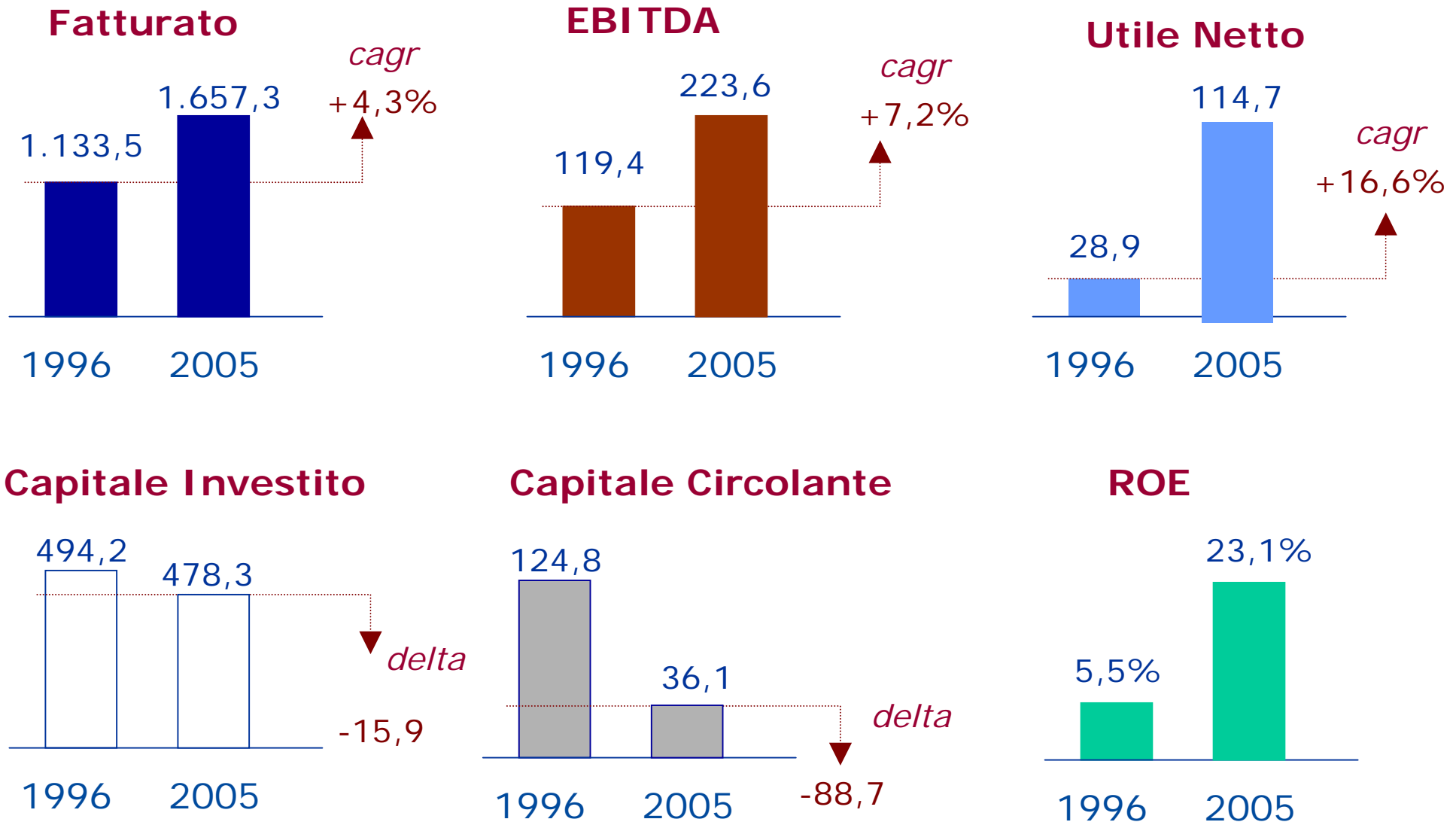
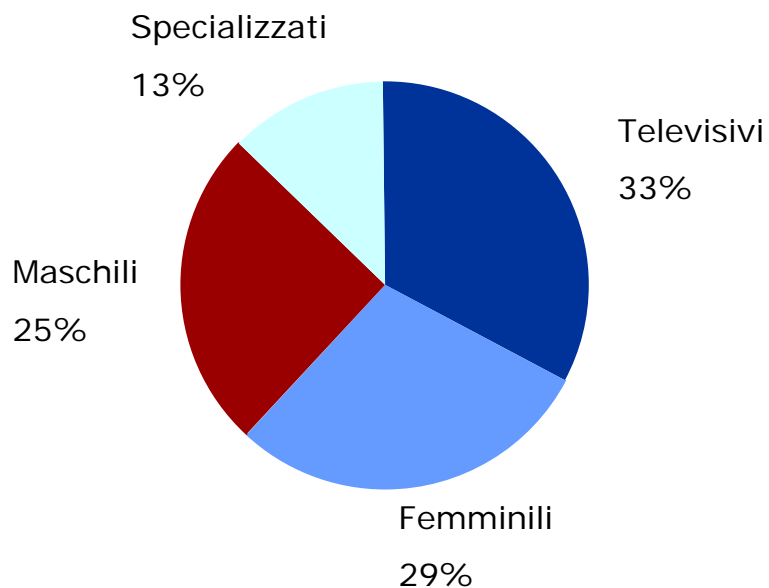


Tabella 2 1996-2005: risultati del Gruppo Mondadori



Emap France

Fatturato 2005 - Breakdown



Principali testate

Category	Periodicità	Diffusione
Televisivi		
Télé Star	Settimanale	1.399.307
Télé Poche	Settimanale	733.898
Télé Star Jeux	Mensile	197.504
Femminili		
Pleine Vie	Mensile	967.812
Modes & Travaux	Mensile	456.255
Top Santé	Mensile	432.017
Closer	Settimanale	420.378
Nous Deux	Settimanale	369.098
Biba	Mensile	219.816
20 ans	Mensile	110.635
Maschili		
Science & Vie	Mensile	347.854
Auto Plus	Settimanale	323.288
FHM	Mensile	169.430
Science & Vie Junior	Mensile	166.515
L'Auto Journal	Quindicinale	129.646
ADDX	Mensile	103.191
Specializzati		
Le Chasseur Français	Mensile	494.514
L'Ami des Jardins	Mensile	179.004