

Poligrafici **Editoriale**

Novembre 2011

Strettamente riservata



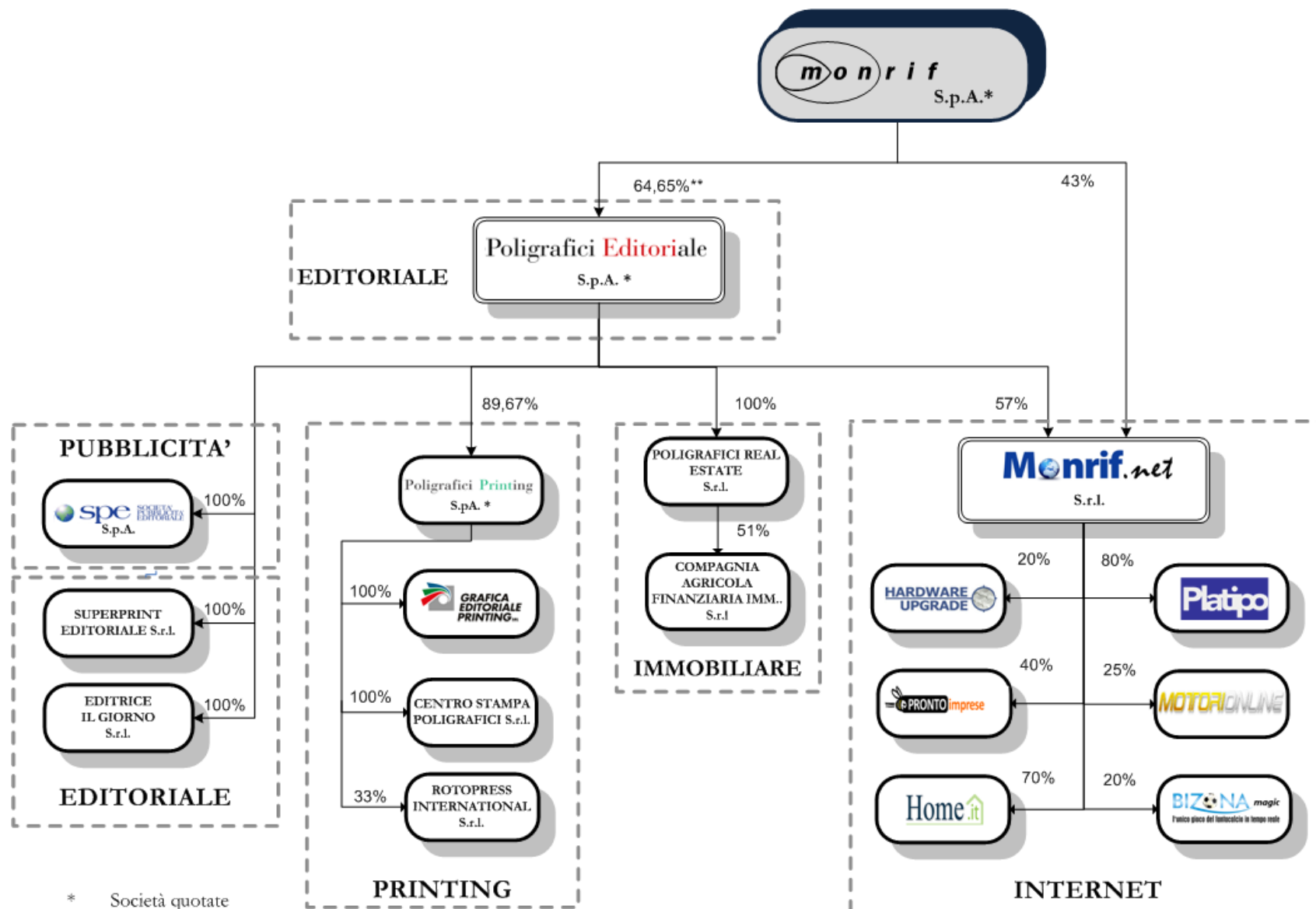
Struttura & governance

Profilo del gruppo

Strategie

Dati finanziari

Conclusioni



* Società quotate

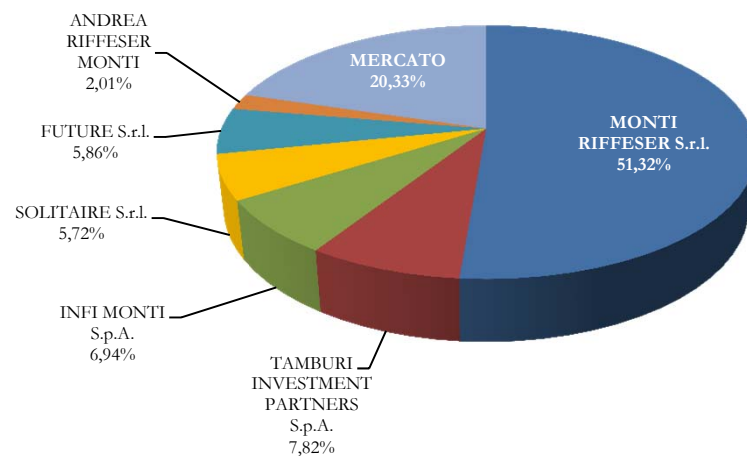
** Include il 2,75% di acquisto azioni proprie effettuato da Poligrafici Editoriale S.p.A.

Monrif S.p.A.

CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE	
PRESIDENTE E AD	Andrea Riffeser Monti
VICE PRESIDENTE	Maria Luisa Monti Riffeser
CONSIGLIERE	Matteo Riffeser Monti
CONSIGLIERE	Giorgio Cefis
CONSIGLIERE*	Andrea Ceccherini
CONSIGLIERE*	Giorgio Giatti
CONSIGLIERE*	Roberto Tunioli

*Consigliere indipendente

AZIONISTI*



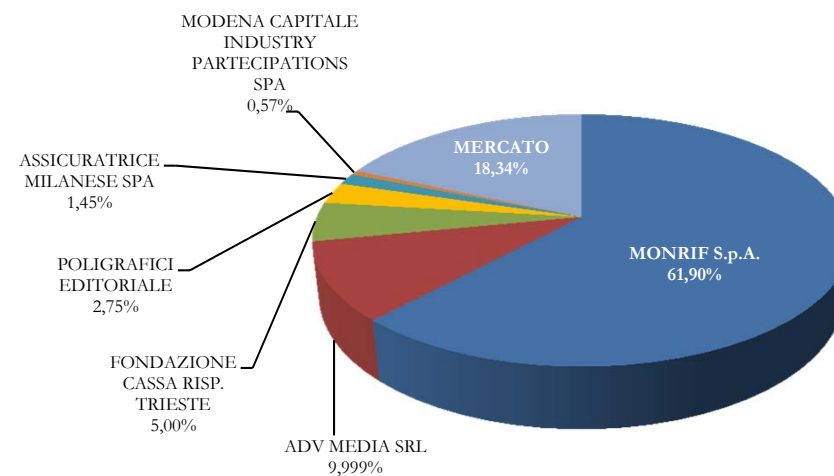
• Secondo le risultanze del Libro Soci o delle ultime comunicazioni ai sensi di legge pervenute alla società

Poligrafici Editoriale S.p.A.

CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE	
PRESIDENTE	Maria Luisa Monti Riffeser
VICE PRESIDENTE E AD	Andrea Riffeser Monti
CONSIGLIERE	Sara Riffeser Monti
CONSIGLIERE	Matteo Riffeser Monti
CONSIGLIERE*	Mario Cognigni
CONSIGLIERE	Giorgio Cefis
CONSIGLIERE*	Massimo Paniccia
CONSIGLIERE*	Alessandro Zanini Mariani

*Consigliere indipendente

AZIONISTI*



• Secondo le risultanze del Libro Soci o delle ultime comunicazioni ai sensi di legge pervenute alla società

Le attività del Gruppo Poligrafici Editoriale



Quotidiani

Monrif.net Internet



Pubblicità

Poligrafici **Editoriale**

Poligrafici **Printing Printing**



Real Estate



Struttura & governance

Profilo del gruppo

Strategie

Dati finanziari

Conclusioni

I quotidiani di Poligrafici Editoriale (Circulation)



IL RESTO DEL CARLINO
 Diffusione: 143.583 copie (giornaliera)
 Lettori 1.296.000 medi

IL GIORNO
 Diffusione: 58.061 copie (giornaliera)
 Lettori: 408.000 medi

LA NAZIONE
 Diffusione: 113.999 copie (giornaliera)
 Lettori: 886.000 medi

Fonte: ADS (luglio 2011) e Audipress (agosto 2011)

Lettori giornalieri medi: 2.590.000



Diffusione media giornaliera: 315.643

I lettori sono concentrati principalmente nelle regioni italiane più ricche:

- Emilia Romagna/Marche = Il Resto del Carlino
- Lombardia = Il Giorno
- Toscana/Umbria = La Nazione

3°
per
DIFFUSIONE

3°
per LETTORI MEDI
GIORNALIERI

8%
QUOTA
DI
MERCATO

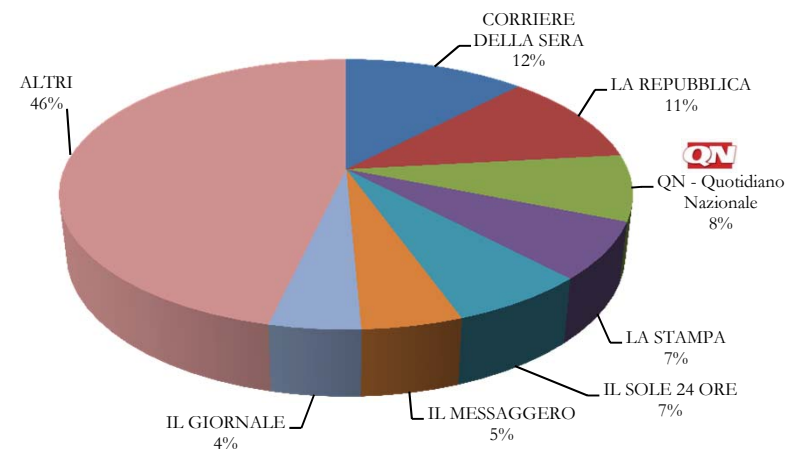
Principali testate vendute in Italia

TESTATE	Fonte: ADS		Fonte: Audipress	
	DIFFUSIONE MEDIA AAG. '10 - LU. '11	ΔDIFF. % ('11-'10)	Lettori medi giornalieri (2011-I) (000)	ΔDIFF. % ('11-I/'11-I)
CORRIERE DELLA SERA	488.951	-1,9%	3.274	7,1%
REPUBBLICA	443.380	-3,6%	3.276	0,8%
QN - Quotidiano Nazionale	315.643	-4,0%	2.590	7,0%
STAMPA	273.384	-4,7%	2.132	2,5%
SOLE 24 ORE	263.707	-2,2%	1.015	0,0%
MESSAGGERO	192.447	-1,6%	1.567	7,3%
GIORNALE	173.220	-7,7%	728	-4,7%
LIBERO	107.638	0,4%	434	10,7%
AVVENIRE	107.011	0,2%	305	-1,9%
ITALIA OGGI	83.331	-10,3%	173	5,5%
GAZZETTINO	80.107	-1,2%	586	-5,9%
FATTO QUOTIDIANO	78.041	na	na	na
TIRRENO	75.101	-3,9%	539	0,4%
SECOLO XIX	74.365	-11,7%	538	12,3%
MATTINO	73.258	-1,6%	1.077	10,5%
UNIONE SARDA	61.414	-6,0%	461	7,0%
GIORNALE DI SICILIA	61.392	-5,4%	406	-4,9%
NUOVA SARDEGNA	55.276	-4,7%	346	-4,4%
ALTRI	1.003.598	-6,0%	7.105	0,0%
TOTALE MERCATO QUOTIDIANI *	4.011.264	-2,3%	26.552	0,0%

Fonte: ADS (luglio 2011) e Audipress (agosto 2011)

* Esclusi Free Press e sportivi

Mercato dei quotidiani italiani (diffusione media)

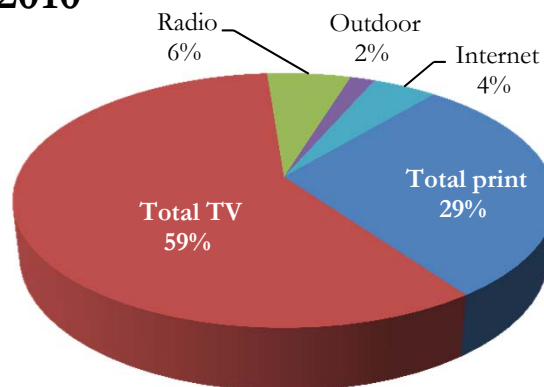


Il mercato della Pubblicità e i risultati di Poligrafici Editoriale

- o Il Gruppo Poligrafici Editoriale, attraverso la controllata Società Pubblicità Editoriale (SPE), vende gli spazi pubblicitari delle proprie testate, dei periodici e dei siti online.
- o SPE ha sede centrale ad Assago (MI) ed opera attraverso le succursali di Bologna, Firenze e Milano (sedi delle testate), le filiali di Roma e Padova, 28 Agenzie dirette e 12 Agenzie Generali, per un totale di 130 agenti.



2010



	€/mln	2005	2006	2007	2008	2009	2010	H1 2010	H1 2011
Newspapers		1.705,5	1.716,4	1.782,8	1.676,2	1.411,2	1.382,8	709,2	672,9
Free Press (1)		63,9	70,3	120,1	140,2	102,9	77,0	49,0	24,5
Magazines		1.222,5	1.296,0	1.328,5	1.231,5	877,6	829,9	412,7	406,6
Total print		2.991,9	3.082,7	3.231,4	3.047,9	2.391,7	2.289,6	1.170,9	1.104,1
Public TV		1.346,3	1.368,5	1.371,0	1.321,3	1.098,0	1.128,8		
Commercial TV		3.322,5	3.230,3	3.215,7	3.274,8	3.002,7	3.158,0		
Sat TV				66,8	255,2	258,3	332,6		
Total TV		4.668,8	4.598,8	4.653,5	4.851,4	4.358,9	4.619,3	2.629,1	2.506,7
Radio		408,6	440,7	476,8	472,9	436,3	470,0	249,4	227,0
Outdoor		198,7	197,0	233,7	227,2	135,1	136,9	73,7	63,1
Internet (2)		137,1	197,6	281,9	556,5	302,2	363,0	264,9	302,2
TOTAL ADVERTISING *		8.405,1	8.516,8	8.877,3	9.155,9	7.624,3	7.878,7	4.387,9	4.202,9

*Excluding Cinema, Cards, Direct mail, Out of home Tv and Transit (338 €/mln H1 2011)

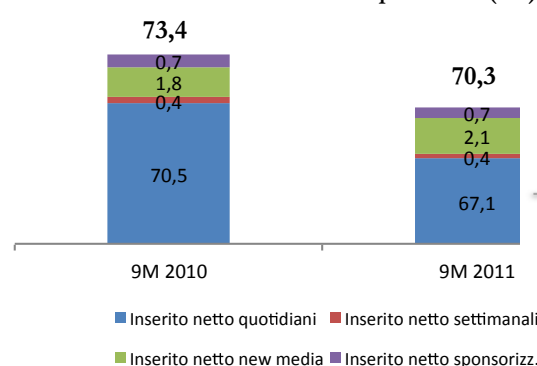
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Newspapers	2,4%	0,6%	3,9%	-6,0%	-15,8%	-2,0%
Free Press (1)	17,5%	10,0%	70,8%	16,7%	-26,6%	-25,2%
Magazines	4,4%	6,0%	2,5%	-7,3%	-28,7%	-5,4%
Total print	3,5%	3,0%	4,8%	-5,7%	-21,5%	-4,3%
Public TV	0,2%	1,6%	0,2%	-3,6%	-16,9%	2,8%
Commercial TV	3,6%	-2,8%	-0,5%	1,8%	-8,3%	5,2%
Sat TV				nr	1,2%	28,8%
Total TV	2,6%	-1,5%	1,2%	4,3%	-10,2%	6,0%
Radio	2,1%	7,9%	8,2%	-0,8%	-7,7%	7,7%
Outdoor	3,4%	-0,9%	18,6%	-2,8%	-40,5%	1,3%
Internet		44,1%	42,7%	97,4%	-45,7%	20,1%
TOTAL ADVERTISING	4,6%	1,3%	4,2%	3,1%	-16,7%	3,3%

Source: AC Nielsen 2010; FCP 2010

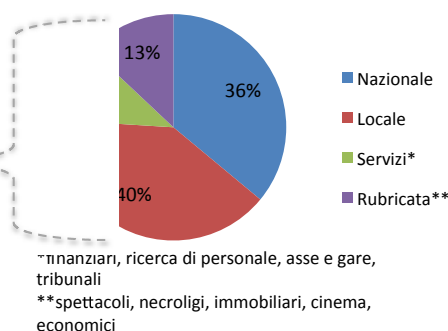
(1) Free press data are based on FCP survey, and therefore they are net of agency fees. All other data are based on AC Nielsen survey.

(2) In 2008 Internet includes Google estimates

SPE - Inserito netto pubblicità (€m)




SPE - Incidenza sul netto quotidiani 9M 2011



*finanziari, ricerca di personale, asse e gare, tribunali
 **spettacoli, necrologi, immobiliari, cinema, economici

Quotidiano.net: il portale del Gruppo Poligrafici Editoriale

Poligrafici **Editoriale**

Società	% partecipazione	Sito	Logo	TRAFFICO	
				UV mese	PV mese
Monrif Net S.r.l.		www.quotidiano.net		12.347.997 *	78.050.871 *
Pronto s.r.l.	40%	www.prontoimprese.it		2.147.085	4.244.630
Home S.r.l.	70%	www.home.it		39.239	112.207
Qpon S.r.l.	80%	www.platipo.it		<i>under construction</i>	
Motorionline S.r.l.	25%	www.motorionline.com		609.520	5.728.266
Hardware Upgrade s.r.l.	20%	www.HWupgrade.it		3.822.747	21.115.453
Massive S.r.l.	20%	www.bizonamagic.it		2.583	88.293
	partner commerciale	www.dicios.it		1.439.503	12.934.506
	partner commerciale	www.lospettacolo.it		136.747	526.028

* dati aggregati del network a ottobre 2011

Il portale web nazionale che aggrega oltre le testate locali storiche del Gruppo (Carlino, Nazione, Giorno) gli altri siti verticali il cui network a ottobre 2011* evidenzia:



12.347.997 UTENTI UNICI MESE

78.050.871 PAGINE VISTE MESE

23.302.560 VISITATORI MESE

* (Dati ShinyStat - certificati Audiweb)



- ✓ Poligrafici Printing S.p.A. opera attraverso le società interamente controllate (Centro Stampa Poligrafici S.r.l. e Grafica Editoriale Printing S.r.l.) sui mercati della stampa industriale di tipo poligrafico e grafico con una rete commerciale dedicata e una capacità produttiva articolata su rotative roto-offset (con e senza forno), operative fino a 24 ore al giorno localizzate nei centri stampa di Bologna, Firenze, Milano e Loreto, quest'ultimo tramite la collegata Rotopress International S.r.l.



- ✓ L'attività Poligrafica è rivolta alla stampa dei quotidiani del Gruppo Poligrafici Editoriale.
- ✓ L'attività Grafica editoriale/commerciale è dedicata alla stampa per terzi di periodici, libri, pieghevoli e brochure commerciali per la grande distribuzione, nonché cataloghi e altri stampati di alta qualità.



- ✓ Dal 16 marzo 2010 le azioni ordinarie di Poligrafici Printing S.p.A. sono quotate su AIM Italia. Nomad della società è Unipol Merchant S.p.A., mentre Banca Finnat Euramerica S.p.A. agisce come Specialist della società.



L'attività immobiliare del Gruppo Poligrafici Editoriale



- ✓ Il settore del *Real Estate* rappresenta un importante asset all'interno del Gruppo Poligrafici Editoriale.
- ✓ Il portafoglio immobiliare del Gruppo Poligrafici Editoriale comprende, infatti, sia “Immobili strumentali” (rappresentati dalle sedi generali delle testate Il Resto del Carlino e de La Nazione, dalle diverse sedi delle redazioni locali ed, infine, dagli stabilimenti industriali di Bologna e Firenze ove vengono stampate sia le testate suddette che prodotti per conto terzi) sia “Investimenti immobiliari” che originano a favore del Gruppo flussi finanziari ampiamenti indipendenti rispetto alle altre attività possedute dal Gruppo (principalmente uffici locati a terzi e terreni edificabili per sviluppo).
- ✓ Come riportato nella tabella che segue, gli Immobili strumentali del Gruppo Poligrafici Editoriale hanno un Net Asset Value (NAV) pari a circa € 93,9 milioni mentre gli Investimenti immobiliari hanno un NAV pari a circa € 47,8 milioni.

Settore Real Estate	NAV (€/ mln)	Sup. lorda mq. terreni	Sup. lorda mq. immobili
Immobili strumentali	93.974	9.825	75.287
Investimenti immobiliari	47.826	815.137	16.200
Totale	141.800	824.962	91.487



Struttura & governance

Profilo del gruppo

Strategie

Dati finanziari

Conclusioni

Posizionamento di mercato :

- ✧ Centralità del territorio: leadership locale
- ✧ Nuove idee editoriali
- ✧ Focus sullo “spazio di vita” dei lettori

Maggiore integrazione carta stampata/Internet

- ✧ Sviluppo dei prodotti “free” (creazione di un network di siti web verticali per incrementare la raccolta pubblicitaria) e “pay” (piattaforme “mobile” ovvero tablet, smartphones e TV di ultima generazione)

Sviluppo di Settimanali a costi marginali per implementare i ricavi pubblicitari:

- ✧ Riduzione foliazione dei quotidiani a favore dei nuovi settimanali locali (test positivi)

Ristrutturazione nel settore stampa conto terzi, attraverso:

- ✧ Accordi sindacali per la riduzione del costo del lavoro
- ✧ Nuovi investimenti
- ✧ Sviluppo di partnership commerciali/industriali



Struttura & governance

Profilo del gruppo

Strategie

Dati finanziari

Conclusioni

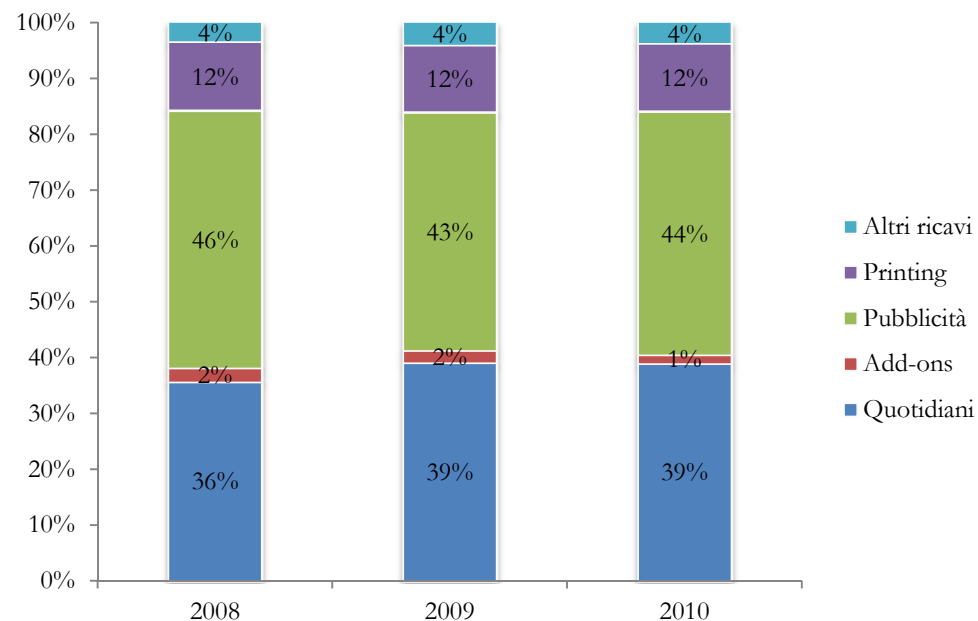
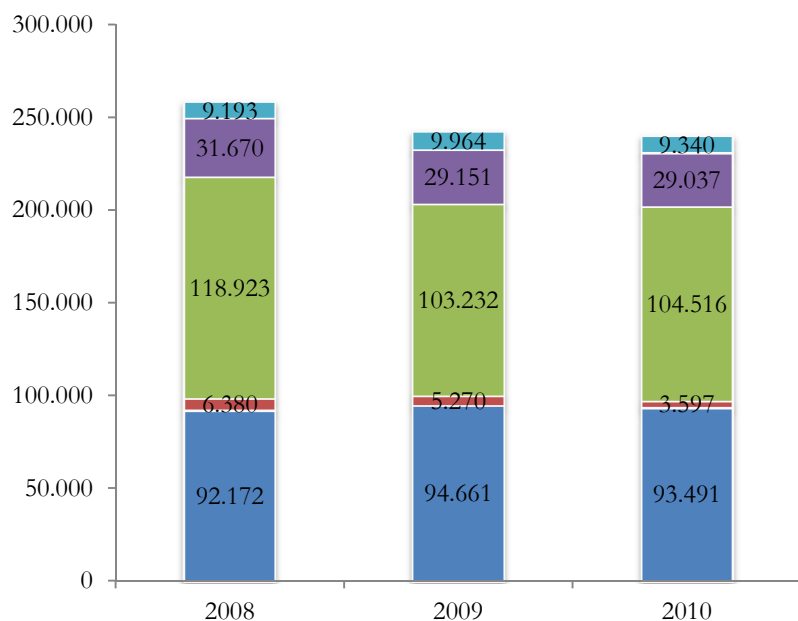
- Il Gruppo Poligrafici Editoriale ha intrapreso negli ultimi esercizi un processo di razionalizzazione dei costi operativi teso a incrementare la marginalità operativa. I principali interventi hanno riguardato:
 - ❖ Costo per materie prime: la voce ha registrato una riduzione importante nel triennio considerato, grazie all'ottimizzazione della produzione (nuove tecnologie) ed alla diminuzione del prezzo delle materie prime.
 - ❖ Costo per acquisto di spazi pubblicitari: tale voce è inerente all'acquisto di spazi pubblicitari de Il Secolo XIX e di altri.
 - ❖ Costo del lavoro (giornalisti): il piano biennale di prepensionamento volontario del personale giornalistico è stato completato alla fine dell'esercizio 2010 comportando l'uscita complessiva di 75 giornalisti dal 1° gennaio 2009.
 - ❖ Costo del lavoro (personale produttivo e impiegatizio): nel mese di giugno 2011 è stato completato il piano biennale di prepensionamento volontario che ha portato l'uscita complessiva di 110 dipendenti dal luglio 2009.
- A luglio 2011 la controllata Grafica Editoriale Printing S.r.l. ha definito un nuovo piano pluriennale di interventi, per ottenere un miglioramento di competitività con la ridefinizione dei turni di lavoro, l'ottimizzazione e l'incremento della capacità produttiva e la riduzione degli organici quando entreranno in funzione gli investimenti industriali previsti.

€/ mln	2008	2009	2010	Δ % 10 vs 09	Δ % 09 vs 08
Costo per materie prime	46,4	42,7	36,7	-14,1%	-8,0%
<i>% sul totale</i>	<i>18%</i>	<i>19%</i>	<i>17%</i>		
Costo acquisto spazi pubblicitari	5,8	4,6	4,3	-6,6%	-21,1%
<i>% sul totale</i>	<i>2%</i>	<i>2%</i>	<i>2%</i>		
Costo del lavoro (escl. incentivi)	104,5	95,2	95,2	0,0%	-8,9%
<i>% sul totale</i>	<i>41%</i>	<i>42%</i>	<i>43%</i>		
Incentivi all'esodo	4,3	4,0	6,6	63,7%	-5,7%
<i>% sul totale</i>	<i>2%</i>	<i>2%</i>	<i>3%</i>		
Altri costi operativi	92,0	80,9	76,7	-5,2%	-12,1%
<i>% sul totale</i>	<i>36%</i>	<i>36%</i>	<i>35%</i>		
Costi totali	253,0	227,4	219,4	-3,5%	-10,1%
Organico medio *	1207,0	1180,0	1139,0	-3,5%	-2,2%

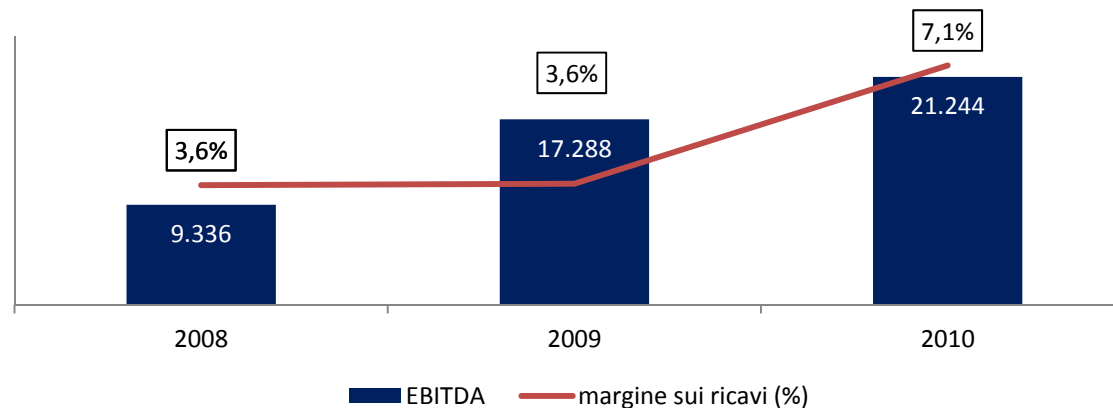
	€/ mln	2008	2009	2010
Quotidiani		92,2	94,7	93,5
Add-ons		6,4	5,3	3,6
Pubblicità		118,9	103,2	104,5
Printing		31,7	29,2	29,0
Altri ricavi		9,2	10,0	9,3
Valore della Produzione		258,3	242,3	240,0
Costi operativi		140,3	125,8	116,9
Costo del lavoro		104,5	95,2	95,2
Incentivi e prepensionamenti		4,3	4,0	6,6
EBITDA		9,3	17,3	21,2
<i>EBITDA Margjn</i>		<i>3,6%</i>	<i>7,1%</i>	<i>8,9%</i>
Ammortamenti e perdite di valore delle immobilizzazioni		11,9	12,1	11,8
Accantonamenti fondi e oneri		3,9	2,4	0,7
EBIT		-6,5	2,7	8,8
<i>EBIT Margjn</i>		<i>-3%</i>	<i>1%</i>	<i>4%</i>
Proventi ed (oneri) finanziari		-4,9	-3,6	-9,1 *
Proventi e (oneri) da valutazione delle partecipazioni		0,0	0,0	0,0
Imposte sul reddito		0,9	3,3	1,3
Interessi delle minoranze		0,2	0,0	-0,3
Utile/ Perdita di Gruppo		-12,2	-4,1	-2,0

* Comprende la valutazione al fair value delle 929.100 azioni Mediobanca classificate nelle attività finanziarie disponibili per la vendita che ha comportato una svalutazione di € 6,2 milioni.

Poligrafici Editoriale – Dati economici consolidati



EBITDA (€/mln) & Margine

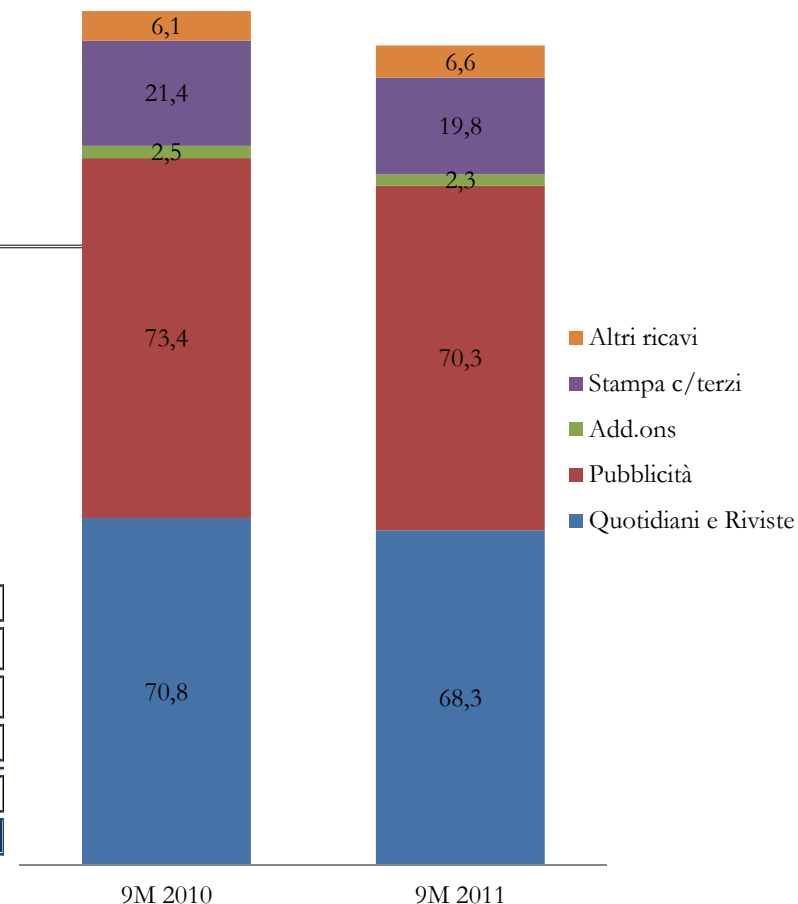


Poligrafici Editoriale – Conto economico consolidato YTD

Poligrafici **Editoriale**

€/mln	9M 2011	9M 2010	Δ	Δ %
RICAVI	167,3	174,3	-7,0	-4,0%
EBITDA	12,2	15,2	-3,0	-19,9%
<i>Ebitda margine</i>	<i>7,3%</i>	<i>8,7%</i>		
EBIT	2,8	4,7	-1,9	-40,8%
<i>Ebit margine</i>	<i>1,6%</i>	<i>2,7%</i>		
UTILE / (PERDITA)	-1,9	-0,7	-1,2	-167,3%

€/mln	9M 2011	%	9M 2010	%	Δ	Δ %
Quotidiani e Riviste	68,3	40,8%	70,8	40,6%	-2,5	-3,6%
Pubblicità *	70,3	42,0%	73,4	42,1%	-3,1	-4,2%
Add.ons	2,3	1,4%	2,5	1,5%	-0,2	-8,8%
Stampa c/terzi	19,8	11,8%	21,4	12,3%	-1,7	-7,8%
Altri ricavi	6,6	3,9%	6,1	3,5%	0,5	8,3%
TOTALE POLIGRAFICI	167,3	100,0%	174,3	100,0%	-7,0	-4,0%



* A perimetro omogeneo, escludendo gli effetti del mancato rinnovo della raccolta pubblicitaria de Il Secolo XIX, il fatturato pubblicitario rileva una flessione del 1,6%.

STATO PATRIMONIALE

€/mln	30 Set 2011	2010	Δ	Δ %
Attività Immobilizzate	170,4	176,5	-6,2	-3,5%
Capitale Circolante Netto	6,9	11,1	-4,2	-38,0%
Fondi	44,2	49,5	-5,3	-10,7%
CAPITALE INVESTITO NETTO	133,1	138,2	-5,1	-3,7%
Patrimonio Netto	53,1	56,1	-2,9	-5,3%
Indebitamento Finanziario Netto	79,9	82,1	-2,1	-2,6%
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	133,1	138,2	-5,1	-3,7%

INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO *

€/mln	30 Sett. 2011	2010	Δ
Disponibilità ed Attività Finanziarie a breve	(12,1)	(16,6)	-4,5
Debiti Finanziari	92,1	98,7	-6,6
Debiti a medio-lungo termine	55,3	61,6	-6,3
debiti bancari non correnti	24,2	28,0	-3,7
debiti non correnti per locazioni finanziarie	31,1	33,6	-2,5
Debiti a breve termine	36,8	37,1	-0,4
INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO	79,9	82,1	-2,1

€/mln	30 Sett. 2011	2010	Δ
Debiti a breve (banche ed altri)	14,9	11,5	3,4
Leasing totali (breve e lungo)	36,1	38,5	-2,4
Mutui totali (breve e lungo)	28,9	32,1	-3,1
INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO	79,9	82,1	-2,1

* Nel prospetto non si tiene conto delle 929.100 azioni Mediobanca classificate nelle attività finanziarie disponibili per la vendita che al prezzo di riferimento del 15 novembre 2011 hanno un valore di € 5,2 milioni.



Struttura & governance

Profilo del gruppo

Strategie

Dati finanziari

Conclusioni



- ✧ *QN Quotidiano Nazionale*, fascicolo sinergico in abbinamento a *Il Resto del Carlino*, *Il Giorno* e *La Nazione*, è il **3° quotidiano d'informazione in Italia** sia in termini di diffusione che di lettori.
- ✧ Il Gruppo, con oltre 150 anni di tradizione, è **leader nelle regioni di diffusione** (Emilia Romagna, Toscana, Marche e Umbria).
- ✧ QN verrà rafforzato con un **supplemento economico domenicale** e con la pubblicazione di settimanali dedicati alle realtà locali - **Obiettivo: 40 edizioni settimanali dedicate** per creare un nuovo contenitore per la pubblicità.

Poligrafici Printing

- ✧ Il Gruppo Poligrafici Editoriale ha recentemente (2007-2009) **investito in impianti ad alta tecnologia produttiva** (circa € 60 milioni): eventuale surplus di stampa disponibile anche per editori terzi.



- ✧ Un portafoglio immobiliare con **importanti plusvalori inespressi**.

Monrif.net

- ✧ Il Gruppo Poligrafici sta rafforzando la propria presenza sul web attraverso la **creazione di un Network di informazione di qualità**: nazionale, locale, verticale con l'obiettivo di presentarsi come testata di più siti di informazione leader nei propri settori di riferimento.
- ✧ Una **redazione web di 50 giornalisti supportati da 500 giornalisti della carta stampata**, gestisce 51 portali di informazione locale ed il sito di informazione nazionale www.quotidiano.net.
- ✧ La sinergia tra carta stampata ed Internet permette di migliorare l'offerta informativa e posiziona **Monrif Net al quarto posto nel settore News & Information** (secondo gli ultimi dati pubblicati da Audipress) dell'informazione on line in Italia.
- ✧ Crescita della **raccolta pubblicitaria online**

Poligrafici **Editoriale**