

Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 0432-126-2015	Data/Ora Ricezione 05 Novembre 2015 10:11:13	MTA - Star
---	--	------------

Societa' : MONDO TV

Identificativo : 65116

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : MONDON01 - Corradi

Tipologia : IRAG 06

Data/Ora Ricezione : 05 Novembre 2015 10:11:13

Data/Ora Inizio : 05 Novembre 2015 10:26:14

Diffusione presunta

Oggetto : il CdA approva il nuovo business plan
quinquennale 2016-2020 anche alla luce
degli eventi e contratti annunciati negli
ultimi mesi

Testo del comunicato

Vedi allegato.



COMUNICATO STAMPA

GRUPPO MONDO TV: il C.d.A. approva il nuovo business plan quinquennale 2016-2020 anche alla luce degli eventi e contratti annunciati negli ultimi mesi

Prosegue la politica di espansione del Gruppo con i fondamentali in crescita e significativo aumento della marginalità

A livello consolidato si prevedono:

- valore della produzione che passa da circa Euro 32,8 milioni nel 2016 a circa Euro 66,7 del 2020, con un tasso di crescita cumulato nel periodo di circa il 103%;
- margine operativo lordo (EBITDA) che passa da circa Euro 18,8 milioni nel 2016 a circa Euro 44,3 milioni nel 2020, con un tasso di crescita cumulato di circa il 135%;
- risultato operativo (EBIT) che passa da circa Euro 9,8 milioni nel 2016 a circa Euro 27,3 milioni nel 2020 con un tasso di crescita superiore al 178%;

Rispetto al piano precedente, approvato a maggio 2014, l'EBITDA nel 2020 è superiore del 65% e l'EBIT 2020 è superiore del 71%

5 novembre 2015 - Il C.d.A. di Mondo TV S.p.A. - a capo dell'omonimo gruppo attivo in Europa nella produzione e distribuzione di "cartoons" per la TV ed il cinema ha approvato il nuovo business plan quinquennale, aggiornando in miglioramento le previsioni in parte già previste nel piano quinquennale approvato in data 14 maggio 2014. Il piano contiene, oltre agli obiettivi strategici del Gruppo e alle relative previsioni economiche e finanziarie, anche l'Action Plan che si intende porre in essere per il raggiungimento di tali obiettivi a partire dai prossimi mesi e nel corso del quinquennio a venire.

Matteo Corradi, Amministratore delegato della Mondo TV S.p.A., dichiara: "Nel momento più difficile del nostro mercato, il Gruppo Mondo TV ha saputo rispondere alla necessità e alle opportunità dei cambiamenti in corso modificando il proprio modo di pensare e lavorare. Abbiamo accelerato l'implementazione del nuovo modello di business: come noto abbiamo avviato un processo di forte internazionalizzazione aggredendo quei mercati che mostravano maggiori segni di salute e ci siamo distinti per la capacità di adeguarci alle esigenze anche culturali per operare in tali mercati. I risultati, sia sotto il profilo qualitativo che quantitativo,



ad oggi ci premiano. Crediamo che sia ora necessario adeguare ancora una volta il nostro modo di affrontare le sfide dei prossimi anni, senza modificare i pilastri del nostro nuovo modello di business, ma razionalizzando i nostri obiettivi, le nostre risorse e adottando nuove azioni che ci consentiranno di essere ancora più competitivi e auspicabilmente performanti nel nostro settore. Il 2015 è stato un anno in cui abbiamo consolidato importanti rapporti in Cina e nell'area del Golfo, due mercati sempre più strategici per il nostro Gruppo e sui quali dobbiamo ancora puntare molto, rendendo più efficace il posizionamento raggiunto. Negli ultimi due anni abbiamo saputo riorganizzare il nostro dipartimento produttivo, contenendo i costi e migliorando l'efficienza: questo oggi ci consente di avere un numero elevato di produzioni in corso con partner provenienti da tutto il mondo. Riteniamo a questo punto di essere in grado e di dover ancora aumentare i programmi in produzione per sfruttare al meglio la nostra incrementata capacità produttiva. A questo punto diventa importante operare un simile processo di razionalizzazione e di aumento di capacità produttiva della struttura del Gruppo dedicata allo sviluppo del licensing e merchandising che come noto rappresenta uno dei pilastri più importanti anche in termini quantitativi per un aumento della marginalità delle performance economiche del Gruppo. Infine il Gruppo si è preparato a rispondere alla mutata e crescente domanda di prodotti live-teen attraverso la distribuzione di alcuni prodotti di successo come Grachi e Suena conmigo in Europa: orbene, crediamo sia maturo il momento per la Mondo TV di spingere su questo particolare settore, ampliando l'offerta sia per linee di prodotto che per linea di mercati sui quali operare. In estrema sintesi ci aspettiamo che con l'adeguamento degli obiettivi e l'adozione delle nuove azioni il Gruppo Mondo TV possa crescere nei prossimi anni sia in termini di fatturato che di marginalità attraverso il mantenimento di una struttura dei costi assolutamente sostenibile senza dover ricorrere a forme di indebitamento.”

* * * * *

Obiettivi strategici

Gli obiettivi strategici del nuovo business plan quinquennale sono:

1. Ampliamento del portfolio prodotti e ulteriore miglioramento della capacità produttiva;



2. Rafforzamento dei pilastri di sviluppo del business in Cina e nell'area medio-orientale, quindi nel canale produttivo e in quello distributivo;
3. Espansione del focus sull'attività connessa con il licensing e il merchandising;
4. Rafforzamento del business connesso con i prodotti cosiddetti "live teen-action" per giovani, si attraverso l'ampliamento dell'offerta di prodotti in distribuzione che attraverso l'ingresso nell'attività di co-produzione degli stessi.

Obiettivi economico-finanziari

	2016	2017	2018	2019	2020
Valore della produzione	32.850	42.857	51.786	59.741	66.700
EBITDA	18.850	27.437	32.360	39.535	44.333
EBIT	9.825	13.617	16.861	23.251	27.342

Action Plan

Il Gruppo intende promuovere e intraprendere diverse azioni al fine di conseguire gli obiettivi strategici e i risultati economici attesi sulla base del nuovo *business plan*. Le suddette azioni possono essere sinteticamente raggruppate nei seguenti gruppi di azioni:

- a) Incremento dell'attività di *scouting* di nuove property per l'avvio di nuove co-produzioni;
- b) Rafforzamento della capacità produttiva del Gruppo al fine di consentire lo sviluppo di un numero maggiore di co-produzioni: l'azione avrà tra l'altro il duplice obiettivo di diversificare i prodotti per tipologia di target di pubblico (maschile, femminile, prescolare) che di diversificazione territoriale (prodotti a forte appeal locale su mercati interessanti per il Gruppo o prodotti a più forte vocazione internazionale)
- c) Intensificazione delle partnership strategiche con operatori attivi sul mercato cinese: l'azione ha il fine di rafforzare la presenza di prodotti del Gruppo sia attraverso accordi di distribuzione dei prodotti esistenti, che attraverso il coinvolgimento dei partner nello sviluppo dei nuovi prodotti affinché gli stessi possano presentare un maggiore appeal in Cina;



- d) Presenza del Gruppo con una propria struttura nell'area medio-orientale: l'azione ha lo scopo di consentire il rafforzamento del posizionamento del Gruppo facilitando soprattutto l'attività connessa con le co-produzioni in tale area che deve ormai considerarsi sempre più strategica;
- e) Ampliamento della struttura in carico dello sviluppo del settore del licensing e merchandising: l'azione ha lo scopo di consentire una più efficace attività di sfruttamento delle property del Gruppo e il presidio diretto da parte del Gruppo di territori ad oggi in gestione dei propri partner o non adeguatamente presidiati;
- f) Maggiore integrazione tra le varie aree di business: l'azione deve consentire una migliore sinergia tra i diversi dipartimenti al fine di consentire un più razionale sfruttamento commerciale delle property gestite a livello di produzione o di distribuzione da parte del Gruppo;
- g) Orientamento di alcune risorse allo sviluppo del settore delle serie e prodotti c.d. "live teen-action": l'azione ha lo scopo di consentire al Gruppo di rafforzare la propria offerta di questa tipologia di programmi per ragazzi a fronte di un costante incremento della domanda da parte dei media internazionali;
- h) Miglioramento del presidio dell'area latino-americana: l'azione si pone l'obiettivo da un lato di fornire supporto alle attività di scouting dei prodotti "live teen-action" e dall'altro di aumentare le performance del Gruppo in tale area.

Mondo TV, quotata al segmento Star di Borsa Italiana, ha sede a Roma ed è un Gruppo costituito da quattro società; il Gruppo è leader in Italia e tra i principali operatori Europei nella produzione e distribuzione di serie televisive e film d'animazione per la TV e il cinema, ed è attivo nei settori correlati (distribuzione audiovisiva e musicale, sfruttamento, media, editoria e merchandising). Per ulteriori informazioni su Mondo TV, vai su www.mondotv.it

Cod. ISIN: IT0001447785 - Sigla: MTV - Negoziata su MTA - Reuters: MTV.MI - Bloomberg: MTV.IM

Contact: Mondo TV
Matteo Corradi
Investor Relator
matteo.corradi@mondotv.it
matteo.corradi@mondotv.ch



PRESS RELEASE

MONDO TV GROUP: Board of Directors approved the new five years business plan for 2016-2020 also in the light of the events and agreements announced in the last months

The group continues its expansion strategy with fundamentals increasing and a significant improvement of the margins

At the consolidated level:

- **Value of Production goes from around Euros 32,8 million in 2016 to around Euros 66,7 million in 2020, with a cumulated growth rate of around 103% in the period**
- **EBITDA goes from Euros 18,8 million in 2016 to around Euros 44,3 million in 2020 with a cumulated growth rate of around 135% in the period**
- **EBIT goes from Euros 9,8 million in 2016 to around Euros 27,3 million in 2020 with a cumulated growth rate in the period higher than 178%**

Compared to the previous plan, approved in May 2014, EBITDA in 2020 is increasing of 56%, and EBIT in 2020 is increasing of 71%

5 November 2015 - The Board of Directors of Mondo TV S.p.A. – holding company of a Group working in the production and distribution of cartoons for TV and the cinema – approved the new five years business plan, increasing the estimates already included in the business plan approved on 14 May 2014. The plan includes , further to the strategic goals and the financial targets, also the action plan, which the group intends to implement in the next months and along the five years period.

Matteo Corradi, managing director of Mondo TV S.p.A. stated: “In the most difficult period of our market, Mondo TV group was able to respond to the needs and opportunities for a change by modifying its way of thinking and doing business. We have accelerated the implementing of a new business model: as known, we have started a strong internationalization process focusing on those markets, which seemed to be more profitable and we have been able to face the needs, also culturally different, of those markets. The results, both from a qualitative and quantitative standpoint are giving us reason at the moment. We believe it is now the moment to adequate once more our way of facing the future challenges, without modifying the pillars of our business model, but being more effective on our targets, our resources and by way of adopting those actions that will allow us to be even more competitive and performing in our market. In 2015 we have consolidated our presence In China and the Gulf area, two markets which have become even more crucial and on which we have to focus even more making our positioning even more effective. In the last two years we have re-organized our production department, limiting the costs and improving the production capacity: this allows us now to have a high number of production with partners from all over the world. At this stage we shall



increase the number of productions to better exploit our improved production capacity. At this stage it is also important to similarly improve the capacity also of the licensing and merchandising department, which represents one the most important pillars of our business also for it being the sector which can better increase the margins of the Group. Finally, the Group started to respond to the increasing demand of the so called live-teen action series through the distribution of successful programs like Grachi and Suena conmigo in Europe: we believe that now Mondo TV shall push in this particular sector, expanding the offer both in terms of programs and markets. As a conclusion we believe that through the revisions of our targets and the review of our acts, the Group can grow in the next years both in terms of turnover and margins, maintaining a sustainable cost structure without need to indebtedness forms”.

* * * * *

Strategic Goals

Strategic goals in the five years plan are:

1. Expansion of the products portfolio and further improvement of the production capacity;
2. Strengthening of the business development in China and the in middle-eastern area, in both production and distribution channels;
3. Expansion of the focus on the licensing and merchandising activity;
4. Strengthening of the business connected with the so called “live-teen action” programs, through the acquisition of new programs for distribution and also by starting to co-produce them.

Financial targets

	2016	2017	2018	2019	2020
Value of production	32.850	42.857	51.786	59.741	66.700
EBITDA	18.850	27.437	32.360	39.535	44.333
EBIT	9.825	13.617	16.861	23.251	27.342

Action Plan

The Group intends to adopt various actions in order to achieve the strategic and financial targets as per the new business plan. Such actions can be synthetically summarized as follows:

1. Increasing the activity of scouting for new properties for the launch of new co-productions;



2. Improvement of the Group production capacity for the development of an increasing number of co-productions: the action shall have also the scope to diversify the programs in terms of targeted audience (male, female, pre-scholar) and in terms of territories (programs with a strong local appeal, and programs with a stronger international potentiality);
3. Intensification of strategic partnerships with actors in the Chinese market: the action has the scope of strengthening the positions of the Group's programs through distribution agreements, as well as through the involvement of the partners in the development of new products so that they may have a stronger appeal for Chinese audience;
4. Presence of the Group with its own structure in the Middle-East: the action has the scope to allow the strengthening of the positioning of the Group in the area, facilitating the productions in that area which are crucial for the Group;
5. Enlargement of the structure dedicated to the licensing and merchandising business: the action has the scope to allow a more effective exploitation of the properties of the Group, and also a better control on territories which are currently developed by our partners or which are under-exploited;
6. Better integration among the various areas of the business: the action contemplates an improved synergies among the department for a more rational commercial exploitation of the properties, produced or distributed by the Group;
7. Direction of some resources to the sector of the "live-teen action" series: the action has the scope to strengthen the Group offer of this kind of programs to respond to the increasing demand for them coming from the market;
8. Improvement of the actions in the Latin American area: the action shall give support in the scouting of the live-teen action programs and shall increase the performance of the Group in such area.

Mondo TV, listed in the Star segment of Borsa Italiana, has its registered office in Rome and is a Group made up of four companies; the Group is a leader in Italy and among the primary European operators in the production and distribution of television series and cartoon films for TV and the cinema, and is active in the related sectors (audiovisual and musical distribution, licensing, media, publishing and merchandising).

For further information on Mondo TV, visit www.mondotv.it.

ISIN code: IT0001447785 - Acronym: MTV – Negotiated on MTA - Reuters: MTV.MI - Bloomberg: MTV.IM

Contact: Mondo TV
Matteo Corradi
Investor Relator
matteo.corradi@mondotv.it
matteo.corradi@mondotv.ch

Fine Comunicato n.0432-126

Numero di Pagine: 9