



SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 0432-127-2017	Data/Ora Ricezione 30 Novembre 2017 09:56:54	MTA - Star
---	--	------------

Societa' : MONDO TV

Identificativo : 96552

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : MONDON01 - Corradi

Tipologia : 3.1

Data/Ora Ricezione : 30 Novembre 2017 09:56:54

Data/Ora Inizio : 30 Novembre 2017 09:56:55

Diffusione presunta

Oggetto : Il Consiglio di amministrazione ha approvato il nuovo business plan quinquennale 2018-2022

Testo del comunicato

Vedi allegato.



COMUNICATO STAMPA

GRUPPO MONDO TV: il C.d.A. approva il nuovo business plan quinquennale 2018-2022:

- valore della produzione che passa da circa Euro 47 milioni nel 2018 a circa Euro 100 milioni del 2022, passando per circa Euro 62 milioni nel 2019, circa Euro 76 milioni nel 2020, circa Euro 88 milioni nel 2021, con un tasso di crescita cumulato nel periodo di circa il 113%;
- margine operativo lordo (EBITDA) che passa da circa Euro 36,2 milioni nel 2018 a circa Euro 75 milioni nel 2022, passando per circa Euro 47 milioni nel 2019, circa Euro 59 milioni nel 2020, circa Euro 66 milioni nel 2021, con un tasso di crescita cumulato di circa il 108%;
- risultato operativo (EBIT) che passa da circa Euro 22 milioni nel 2018 a circa Euro 50 milioni nel 2022, passando per circa Euro 32 milioni nel 2019, circa Euro 38 milioni nel 2020, circa Euro 45 milioni nel 2021, con un tasso di crescita superiore al 126%;
- Utile netto che passa dai 15,8 milioni del 2018 a circa 32,8 milioni del 2022, passando per circa Euro 21 milioni nel 2019, circa Euro 25 milioni nel 2020, circa Euro 30 milioni nel 2021, con un tasso di crescita del 107%.

Mediamente nel periodo del piano EBITDA al 75%, EBIT al 50% e Utile Netto al 35% del fatturato.

Rispetto al *business plan* precedente, approvato in data 27 ottobre 2016, l'utile netto atteso per il periodo 2018-2022 è superiore di circa il 24%.

La posizione finanziaria netta è prevista ampiamente positiva a partire da fine 2018; il Patrimonio netto è atteso al 2022 ad un valore pari a circa 200 milioni.

Matteo Corradi: "Il Gruppo continua la sua grande fase di sviluppo, grazie al lavoro intrapreso su Sissi, le nuove promesse di Robot Trains e Invention Story, la partenza di Heidi, e il grande risultato di Yoohoo & Friends che diverrà una serie originale Netflix: con questi *driver* si può ipotizzare un grande successo commerciale.

Crediamo nel modello di business i cui risultati sono stati premiati anche dall'andamento borsistico: il gruppo Mondo TV capitalizzava cinque anni fa circa 13 milioni di Euro, oggi capitalizza circa 220 milioni di Euro, incluse le controllate. Il nostro *target* è continuare a lavorare per conseguire i risultati del nuovo *business plan* che, se premiati dall'andamento borsistico come nel passato recente, potrebbero portare il gruppo Mondo TV, da qui a cinque anni, ad una capitalizzazione di 1 miliardo di euro."

30 novembre 2017 - 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 27 ottobre 2016. 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 corso degli ultimi anni Il Gruppo Mondo TV ha saputo ripensare la propria strategia. Ora non si tratta di cambiare di nuovo il modello, quanto piuttosto quello di rafforzarne i pilastri. Proseguiamo il forte processo di internazionalizzazione che nel 2017 ha visto sempre più spostare il baricentro del nostro business in Asia. Soprattutto grazie al lavoro intrapreso su Sissi, le nuove promesse di Robot Trains e Invention Story, ma anche grazie alla partenza di Heidi, vediamo un ritorno soprattutto per il licensing e merchandising anche in Europa. Prospettivamente, anche grazie al fatto che Yoohoo & Friends diverrà una serie originale Netflix, ci si deve attendere uno sviluppo del licensing e merchandising della serie anche in territori ad oggi difficili per il gruppo quali Stati Uniti e UK. Il nuovo business plan quindi vede molta Asia ma anche segnali di posizionamento in altri mercati, in un’ottica di sempre maggiore internazionalizzazione e diversificazione dei mercati e con i driver della crescita che consentono di ipotizzare un grande successo commerciale per alcuni dei brand gestiti dal Gruppo. La strada rimane quindi quella della sempre maggiore razionalizzazione dei nostri obiettivi e delle nostre risorse con lo scopo primario, nonostante gli importanti investimenti previsti a supporto dello sviluppo del business dei prossimi anni, di migliorare la nostra capacità di generare cassa. Riteniamo a questo punto di dover accentuare ancor più la nostra focalizzazione su quelle serie, sia di animazione che live, che presentino maggiori possibilità di vendita sia per quanto riguarda le vendite dei diritti televisivi sia soprattutto di licensing e merchandising che rappresenta uno dei pilastri più importanti anche in termini quantitativi per un aumento della marginalità delle performance economiche del Gruppo. Crediamo nel modello di business i cui risultati sono stati premiati anche dall’andamento borsistico: il gruppo Mondo TV capitalizzava cinque anni fa circa 13 milioni di Euro, oggi capitalizza circa 220 milioni di Euro, incluse le controllate. Il nostro *target* è continuare a lavorare per conseguire i risultati del nuovo business plan che se premiati



dall'andamento borsistico come nel passato recente potrebbero portare il gruppo Mondo TV, da qui a cinque anni, ad una capitalizzazione di 1 miliardo di euro”

* * * * *

Obiettivi strategici

Gli obiettivi strategici del nuovo business plan quinquennale sono:

1. Focalizzazione sui prodotti a maggiore potenzialità reddituale;
2. Rafforzamento dei pilastri di sviluppo del business in Cina e in India, sia nel canale produttivo che in quello distributivo; nel periodo del piano oltre il 50% dei ricavi sarà generato in Asia, l'Europa peserà per circa il 30% ed il residuo 20% sarà realizzato nel continente americano;
3. Espansione del focus sull'attività connessa con il licensing e il merchandising, con rafforzamento del *“licensing department”*, al fine di gestire al meglio quei prodotti che hanno le potenzialità di poter rappresentare un *“evento”*;
4. Rafforzamento del business connesso con i prodotti cosiddetti *“live teen-action”* per giovani, sia attraverso l'ampliamento dell'offerta di prodotti in distribuzione che attraverso l'ingresso nell'attività di co-produzione degli stessi, già iniziata nel 2016 e 2017 con la produzione delle prime due stagioni della teen fiction *“Heidi”*.

Obiettivi economico-finanziari

	2018	2019	2020	2021	2022
Valore della produzione	46.955	61.832	75.977	88.567	100.240
EBITDA	36.208	47.349	58.758	65.880	75.244
EBIT	22.221	31.695	38.570	45.269	50.169
Utile netto	15.803	21.505	25.432	29.992	32.790

Mediamente nel periodo del piano EBITDA al 75%, EBIT al 50% e Utile Netto al 35% del fatturato.



Rispetto al business plan precedente, approvato in data 27 ottobre 2016, l'utile netto atteso per il periodo 2018-2022 è superiore di circa il 24%.

Tra gli obiettivi economico-finanziari ha valore prioritario il miglioramento della generazione di cassa da perseguire con l'*action plan* sotto descritto: la posizione finanziaria netta è prevista ampiamente positiva a partire da fine 2018; il Patrimonio netto è atteso al 2022 ad un valore pari a circa 200 milioni.

Action Plan

Il Gruppo intende proseguire nelle azioni intraprese al fine di conseguire gli obiettivi strategici e i risultati economici attesi sulla base del nuovo *business plan*, che vengono richiamate qui di seguito:

- a) Incremento dell'attività di *scouting* di nuove property per l'avvio di nuove co-produzioni, con particolare focus sulle serie ad elevate potenzialità licensing e merchandising;
- b) Rafforzamento della capacità produttiva del Gruppo al fine di consentire lo sviluppo di un numero maggiore di co-produzioni, con rafforzamento del processo di internalizzazione di alcune attività di pre-produzione (modelli, disegni, storyboard) nello studio di pre-produzione localizzato nelle isole Canarie;
- c) Rafforzamento delle partnership strategiche con operatori attivi sul mercato asiatico: 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 partners nello sviluppo dei nuovi prodotti affinché gli stessi possano presentare un maggiore appeal in Cina;
- d) 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, anche al fine di poter gestire al meglio un eventuale "evento di marketing" derivante dal grande successo commerciale di una delle properties.



- e) 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 properties gestite a livello di produzione o di distribuzione da parte del Gruppo;
- f) Rafforzamento del focus sulle serie "live" per consentire al Gruppo di rafforzare la propria offerta di questa tipologia di programmi a fronte di un costante incremento della domanda da parte dei media internazionali;
- g) 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 2018-2022:

- The value of production increases from approximately Euro 47 million in 2018 to approximately Euro 100 million in 2022, passing through around Euro 62 million in 2019, around Euro 76 million in 2020, around Euro 88 million in 2021, with a cumulative growth rate over the period of about 113%;
- Gross operating margin (EBITDA) rises from about Euro 36.2 million in 2018 to approximately Euro 75 million in 2022, passing through around Euro 47 million in 2019, around Euro 59 million in 2020, around Euro 66 million in 2021, with a cumulative growth rate of about 108%;
- Operating profit (EBIT) rises from approximately Euro 22 million in 2018 to approximately Euro 50 million in 2022, passing through around Euro 32 million in 2019, around Euro 38 million in 2020, around Euro 45 million in 2021, with a growth rate higher than 126%;
- Net profit increasing from 15.8 million in 2018 to about 32.8 million in 2022, passing through around Euro 21 million in 2019, around Euro 25 million in 2020, around Euro 30 million in 2021, with a growth rate of 107%.

In average, along the plan period, EBITDA at 75%, EBIT at 50% and Net Profit at 35% of turnover.

Compared to the previous business plan, approved on October 27, 2016, the net profit expected for the period 2018-2022 is higher by about 24%.

The net financial position is expected to be widely positive starting from end 2018; Shareholders' equity is expected in 2022 to a value of around 200 million.

Matteo Corradi, Managing Director of Mondo TV, stated: "The Group continues its great development phase thanks to the work undertaken on Sissi, the new promises of Robot Trains and Invention Story, Heidi's start, and the great result of Yoohoo & Friends becoming an original Netflix series: with these drivers one can speculate a great commercial success.

We believe in the business model whose results have also been rewarded by stock market trends: Mondo TV group capitalized about 13 million Euros five years ago, today it capitalizes around 220 million Euros, including the controlled companies. Our target is to continue working to achieve the results of the new business plan that, if rewarded by stock market trends as in the recent past, could lead the Mondo TV group, within the next five years, to a capitalization of Euros 1 billion."



30 November 2017 - 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 27 October 2016. 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: “Over the last few years, Mondo TV Group has been able to rethink its strategy. Now it is not about changing the model again, but rather to reinforce its pillars. We continue the strong internationalization process that in 2017 has increasingly shifted the focus of our business to Asia. Especially thanks to the work undertaken on Sissi, the new promises of Robot Trains and Invention Story, but also thanks to the starting of Heidi, we see a return to business (especially for licensing and merchandising) in Europe as well. Prospectively, thanks to the fact that Yoohoo & Friends will become an original Netflix series, we can also expect the development of the licensing and merchandising in areas like the United States and the UK, which are more difficult to penetrate for Mondo TV. The new business plan therefore sees a lot of Asia, but also marks the positioning in further markets, in view of an ever greater internationalization and diversification of markets, and with the current growth drivers it is possible to speculate a great commercial success for some of the brands managed by the Group. The road thus remains that of an ever-increasing rationalization of our goals and resources, with the primary goal, despite the important investments planned to support the business development of the coming years, to improve our ability to generate cash. We feel at this point to even more focus on those series, both of animation and live, which have greater sales opportunities both with regard to the sales of television rights, and licensing and merchandising which is one of the most important pillars even in quantitative terms to increase the margins of the Group's economic performance. We believe in the business model whose results have also been rewarded by stock market trends: Mondo TV group capitalized about 13 million Euros five years ago, today it capitalizes around 220 million Euros, including the controlled companies.



Our target is to continue working to achieve the results of the new business plan that, if rewarded by stock market trends as in the recent past, could lead the Mondo TV group, within the next five years, to a capitalization of Euros 1 billion”.

* * * * *

Strategic Goals

Strategic goals in the five years plan are:

1. Focus on products with higher earnings potentials;
2. Strengthening of the business development in Asia, in both production and distribution channels; in the period of the plan, more than 50% of the revenues will be generated in Asia, Europe will represent around 30%, and the remaining 20% should be realized in the Americas;
3. Expansion of the focus on the licensing and merchandising activity, with the strengthening of the licensing department in order to be able to manage those brands which may become an “event”;
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 as made in 2016 and 2017 with the teen fiction “Heidi”.

Financial targets

	2017	2018	2019	2020	2021
Value of production	46.955	61.832	75.977	88.567	100.240
EBITDA	36.208	47.349	58.758	65.880	75.244
EBIT	22.221	31.695	38.570	45.269	50.169
Net Profit	15.803	21.505	25.432	29.992	32.790

In average, along the plan period, EBITDA at 75%, EBIT at 50% and Net Profit at 35% of turnover.

Compared to the previous business plan, approved on October 27, 2016, the net profit expected for the period 2018-2022 is higher by about 24%.



Among the economic and financial targets, the improvement of the cash generation to be pursued with the action plan described below is amongst the highest priorities: the net financial position is expected to be widely positive starting from end 2018. Shareholders' equity is expected in 2022 to a value of around Euros 200 million.

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:

- a) Increasing the activity of scouting for new properties for the launch of new co-productions, with specific focus on series with high licensing and merchandising potential;
- b) Improvement of the Group production capacity for the development of an increasing number of co-productions: the group intends to internalize certain pre-production activities (models, designs, storyboards) through the operations of a pre-production structure based in the Canarias;
- c) Strengthening of strategic partnerships with operators 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;
- d) 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 also in the view to be able to manage a possible great success should one of the brands become an "event";;
- e) Better integration among the various areas of the business: the action contemplates improved synergies among the departments for a more rational commercial exploitation of the properties, produced or distributed by the Group;
- f) Strengthening of the focus on "live" series to allow the Group to increase its offer of this kind of programs to respond to the increasing demand for them coming from international media;



g) 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.0432-127

Numero di Pagine: 12