



COMUNICATO STAMPA

GRUPPO MONDO TV: il C.d.A. approva il preconsuntivo 2016 ed il nuovo business plan quinquennale 2017-2021.

Business plan 2017-2021:

- valore della produzione che passa da circa Euro 37,8 milioni nel 2017 a circa Euro 84,5 del 2021, con un tasso di crescita cumulato nel periodo di circa il 124%;
- margine operativo lordo (EBITDA) che passa da circa Euro 25,9 milioni nel 2017 a circa Euro 63,8 milioni nel 2021, con un tasso di crescita cumulato di circa il 147%;
- risultato operativo (EBIT) che passa da circa Euro 17,9 milioni nel 2017 a circa Euro 38,2 milioni nel 2021 con un tasso di crescita superiore al 114%;
- Utile netto che passa dai 11,6 milioni del 2017 a circa 24,5 milioni del 2021 con un tasso di crescita del 111%.

Rispetto al business plan precedente, approvato in data 5 novembre 2015, l'utile netto atteso per il periodo 2017-2020 è superiore di circa il 22%.

La posizione finanziaria netta è prevista positiva per tutto il periodo di piano; il Patrimonio netto è atteso al 2021 ad un valore superiore ai 100 milioni.

Matteo Corradi: " Il Gruppo continua la sua grande fase di sviluppo, i driver per i prossimi anni saranno la crescita in Asia e la valorizzazione di alcuni brand del gruppo dal grande potenziale quali Heidi, Yoohoo, Invention Story e Sissi i cui primi riscontri sul mercato sono molto positivi e fanno ipotizzare un grande successo commerciale".

Preconsuntivo 2016:

- valore della produzione 2016 atteso ad euro 27,3 milioni rispetto ai 18,9 milioni del 2015 con un incremento pari a 8,4 milioni ed al 44% in termini percentuali.
- margine operativo lordo (EBITDA) atteso ad euro 18,3 milioni rispetto ai 9,3 milioni del 2015 con un incremento pari a 9 milioni ed al 97% in termini percentuali
- risultato operativo (EBIT) atteso ad euro 11,7 milioni rispetto ai 5,6 milioni del 2015 con un incremento pari a 6,1 milioni ed al 109% in termini percentuali
- Utile netto atteso a circa euro 8 milioni rispetto ai 3,1 milioni del 2015 con un incremento pari a 4,9 milioni ed al 158% in termini percentuali.

L'utile netto atteso per il 2016 è superiore di circa il 25% rispetto a quanto previsto a budget.



27 ottobre 2016 - 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 5 novembre 2015. 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: "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, quali il mercato asiatico e medio-orientale, 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 2016 è stato un anno in cui abbiamo consolidato importanti rapporti in Asia, ed in Cina in particolare, 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 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 partners provenienti da tutto il mondo. Riteniamo a questo punto di dover effettuare una focalizzazione sulle serie che presentano le maggiori possibilità di vendita sia per quanto riguarda le vendite dei diritti televisivi sia soprattutto il licensing ed il merchandising. A questo punto diventa importante operare un 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 Yo Soy Franky in Europa, ed ha avviato la coproduzione di teens fiction nel 2016 con Heidi, serie che sta riscontrando un grande interesse commerciale; 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. Focalizzazione sui prodotti a maggiore potenzialità reddituale;
2. Rafforzamento dei pilastri di sviluppo del business in Cina, in India e nell'area medio-orientale, sia nel canale produttivo e in quello distributivo; nel periodo di 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*" già avviato nel corso del 2016
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 con la produzione della teen fiction "Heidi".

Obiettivi economico-finanziari



	2017	2018	2019	2020	2021
Valore della produzione	37.635	52.336	60.636	73.319	84.478
EBITDA	25.883	36.812	42.985	53.989	63.809
EBIT	17.854	19.581	25.394	31.747	38.243
Utile netto	11.623	12.719	17.035	20.448	24.557

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, 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; in particolare il gruppo intende internalizzare alcune attività di pre-produzione (modelli, disegni, storyboard) mediante l'avvio di un nuovo studio di pre-produzione localizzato nelle isole Canarie, dove è possibile usufruire del crediti d'imposta in vigore in questa regione.
- 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 partners nello sviluppo dei nuovi prodotti affinché gli stessi possano presentare un maggiore appeal in Cina;
- d) Rafforzamento della 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.
 - i) Avvio della presenza del gruppo nel settore del toys e del game.

In sede di esame del nuovo piano, il Consiglio ha potuto analizzare i dati pre-consuntivi 2016 che evidenziano un valore della produzione 2016 atteso ad euro 27,3 milioni con un incremento, rispetto ai 18,9 milioni del 2015, pari a 8,4 milioni ed al 44% in termini percentuali.

Il margine operativo lordo (EBITDA) è atteso ad euro 18,3 milioni rispetto ai 9,3 milioni del 2015 con un incremento pari a 9 milioni ed al 97% in termini percentuali.

Il risultato operativo (EBIT) atteso ad euro 11,7 milioni rispetto ai 5,6 milioni del 2015 con un incremento pari a 6,1 milioni ed al 109% in termini percentuali

L'utile netto atteso a circa 8 milioni rispetto ai 3,1 milioni del 2015 con un incremento pari a 4,9 milioni ed al 158% in termini percentuali; l'utile netto atteso per il 2016 è superiore di circa il 25% rispetto a quanto previsto a budget.

* * * * *



Si precisa che i suddetti dati di preconsuntivo rappresentano la migliore rappresentazione ad oggi disponibile dei risultati della Mondo Tv S.p.A., ma che potrebbero essere soggetti a variazione in sede di approvazione della relazione finanziaria annuale consolidata al 31 dicembre 2016.

I dati del presente comunicato non sono stati oggetto di revisione contabile.

***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 2017-2021 and the preliminary results 2016

Business Plan 2017-2021:

- The value of production increased from approximately Euro 37.8 million in 2017 to approximately Euro 84.5 of 2021, with a cumulative growth rate over the period of about 124%;
- Gross operating margin (EBITDA), which rose from about Euro 25.9 million in 2017 to approximately Euro 63.8 million in 2021, with a cumulative growth rate of about 147%;
- Operating profit (EBIT) which rose from approximately Euro 17.9 million in 2017 to approximately EUR 38.2 million in 2021 with a growth rate higher than 114%;
- Net profit increasing from 11.6 million in 2017 to about 24.5 million of 2021 with a growth rate of 111%.

Compared to the previous business plan, approved on November 5, 2015, the net profit expected for the period 2017-2020 is higher by about 22%.

The net financial position is expected to be positive for the entire period of the plan; Shareholders' equity is expected to 2021 to a value of over 100 million.

Matteo Corradi, Managing Director of Mondo TV, stated: "The Group continues its great development, the drivers for the coming years will be the growth in Asia and the exploitation of some of the brand of the group with great potential such as Heidi, yoo-hoo, Invention Story and Sissi, which raised very positive first reactions from the market, and let speculate a great commercial success"

Preliminary Results 2016

- The value of production in 2016 expected to Euro 27.3 million compared to 18.9 million in 2015, with an increase of 8.4 million and 44% in percentage terms.
- Gross operating margin (EBITDA) expected to Euro 18.3 million compared to 9.3 million in 2015, with an increase of 9 million and 97% in percentage terms
- Operating profit (EBIT) expected to Euro 11.7 million compared to 5.6 million in 2015, with an increase of 6.1 million and 109% in percentage terms
- Net profit expected to about Euro 8 million compared to 3.1 million in 2015, with an increase of 4.9 million and to 158% in percentage terms.

The expected net profit for 2016 is higher by about 25% compared to budget forecasts.

27 October 2016 - 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 5 November 2015. 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: “Mondo TV group was able to respond to the needs and opportunities from 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 2016 we have consolidated our presence In Asia, and in particular 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 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 focus on those series which show the higher sale potentials, both on the audiovisual market and the licensing and merchandising. At this stage it is also important to improve the capacity of he Group 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 Yo soy Franky in Europe, and started the co-production of teens fiction in 2016 with Heidi, a series which is raising a great commercial interest: 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 actions, 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. Focus on products with higher earnings potentials;
2. Strengthening of the business development in China, in India and the in middle-eastern area, 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 already started in 2016;
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 with the teen fiction “Heidi”.

Financial targets

	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>
Value of production	37.635	52.336	60.636	73.319	84.478
EBITDA	25.883	36.812	42.985	53.989	63.809
EBIT	17.854	19.581	25.394	31.747	38.243
Net Profit	11.623	12.719	17.035	20.448	24.557

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, where it is possible to avail of the tax credits offered in the region;
- c) Intensification 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) Strengthening of the Group 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;
- e) 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;
- f) 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;
- g) 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;
- h) 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;
- i) Start of the operation of the group in the areas of the toys and games.



In the review of the new plan, the Board was able to verify the preliminary data 2016 which show a value of production in 2016 expected to EUR 27.3 million, with an increase, compared to 18.9 million in 2015, equal to 8.4 million and 44% in percentage terms.

The gross operating margin (EBITDA) is expected to EUR 18.3 million compared to 9.3 million in 2015, with an increase of 9 million and 97% in percentage terms.

The operating result (EBIT) expected to EUR 11.7 million compared to 5.6 million in 2015, with an increase of 6.1 million and 109% in percentage terms

Net profit expected to about 8 million compared to 3.1 million in 2015, with an increase of 4.9 million and to 158% in percentage terms; expected net profit for 2016 is higher by about 25% compared to budget forecasts.

* * * * *

It is highlighted that the preliminary results represent the best currently available representation of the results of the Mondo TV S.p.A, which may be subject to variation upon approval of the consolidated financial report as of 31 December 2016.

The referenced preliminary results were not audited.

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