

A person wearing a white lab coat is holding a small white rocket model with a blue and red tip. To the right, there is a small model of a space station or launch pad. The background is dark and out of focus. A large diagonal grey overlay covers the left side of the image, and a red triangle is in the bottom left corner.

Our Digital Business Evolution

Andrea Santagata
05 ottobre 21



Mondadori Media: The New Publisher

Leader su Print, Web, Social

Magazine



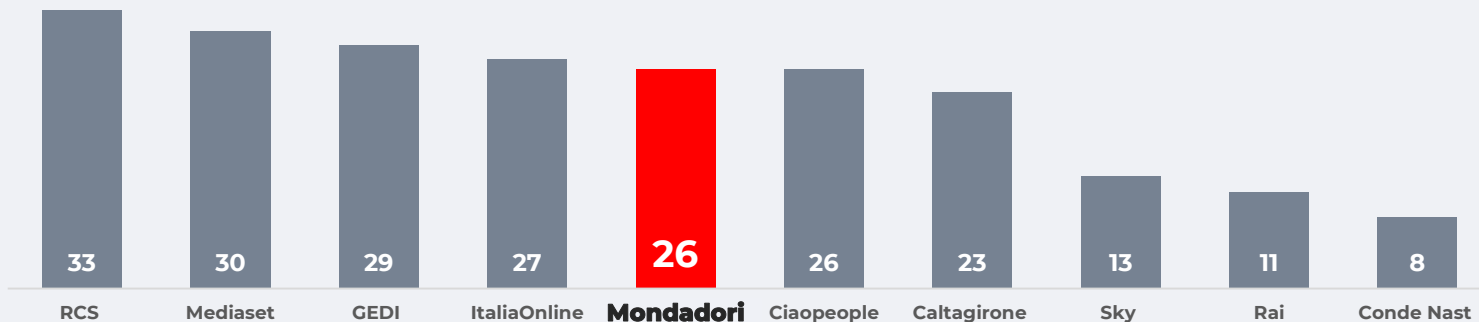
WEB



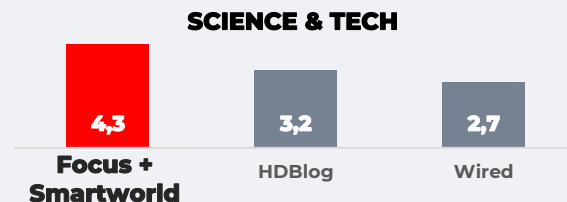
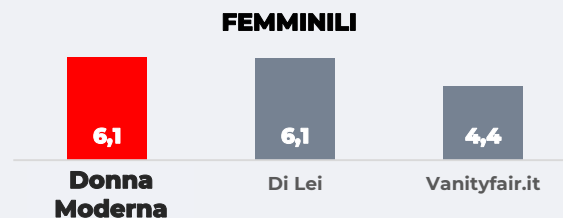
SOCIAL



Lo scenario competitivo: i player web editoriali



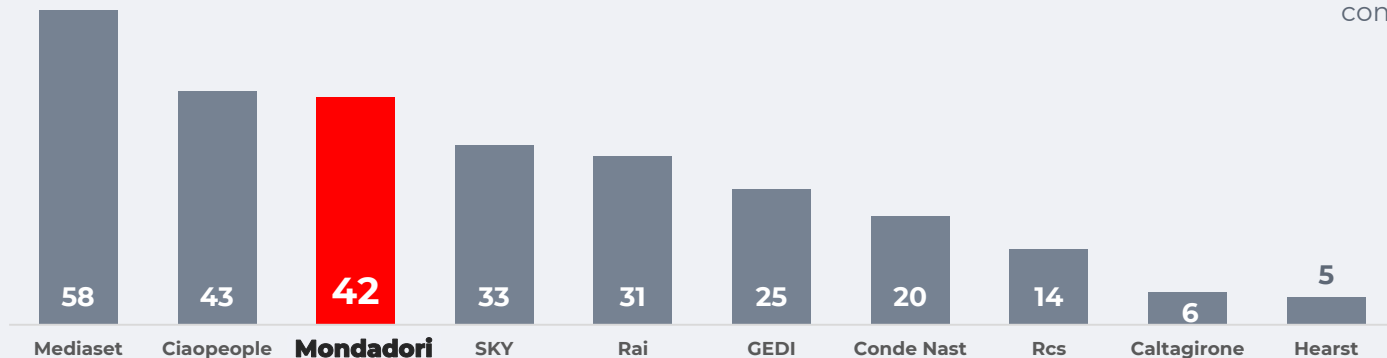
MERCATO
44,4 MIO
UTENTI MESE



Lo scenario competitivo: i player sui social

Fanbase sfruttabili
commercialmente come
branded content:

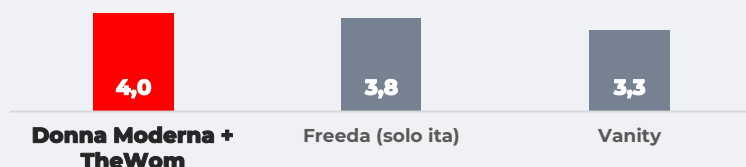
Mondadori
Ciaopeople
CondeNast
Hearst



CUCINA



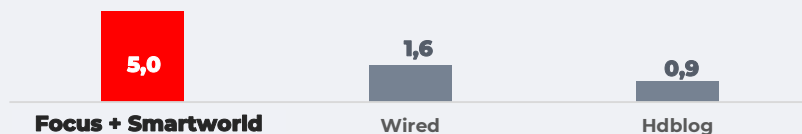
FEMMINILI



SALUTE



SCIENCE & TECH



L'editore delle passioni degli italiani



14,6 mio UA
22,2 mio Fan



11,5 mio UA
2,1 mio Fan



6,1 mio UA
4,0 mio Fan



4,3 mio UA
5,0 mio Fan

Studenti

3,7 mio UA
0,9 mio Fan



2,8 mio UA
1,3 mio Fan



2,5 mio UA
0,9 mio Fan

GRAZIA

2,2 mio UA
1,6 mio Fan

Adv Worldwide Market Evolution

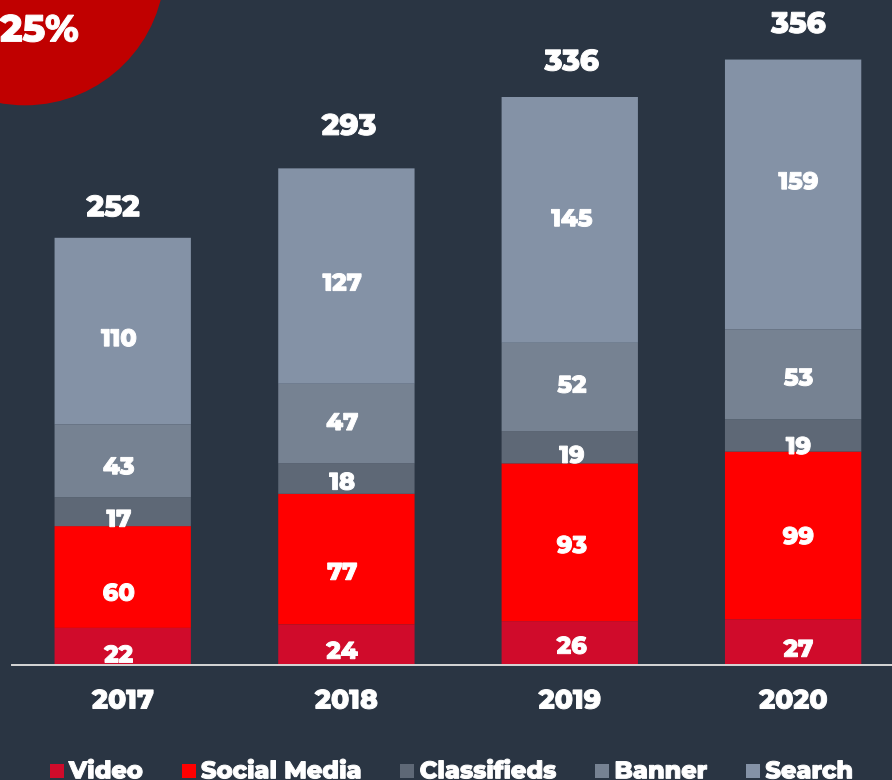
Digital adv Market, Bio USD

Fcst 2021
430 BIO\$
+25%

SOCIAL ADV:

- Segmento col più alto tasso di crescita
- Rappresenta quasi il 30% del mercato Digital Adv

CAGR
SOCIAL ADV
13% vs 9%
digital adv

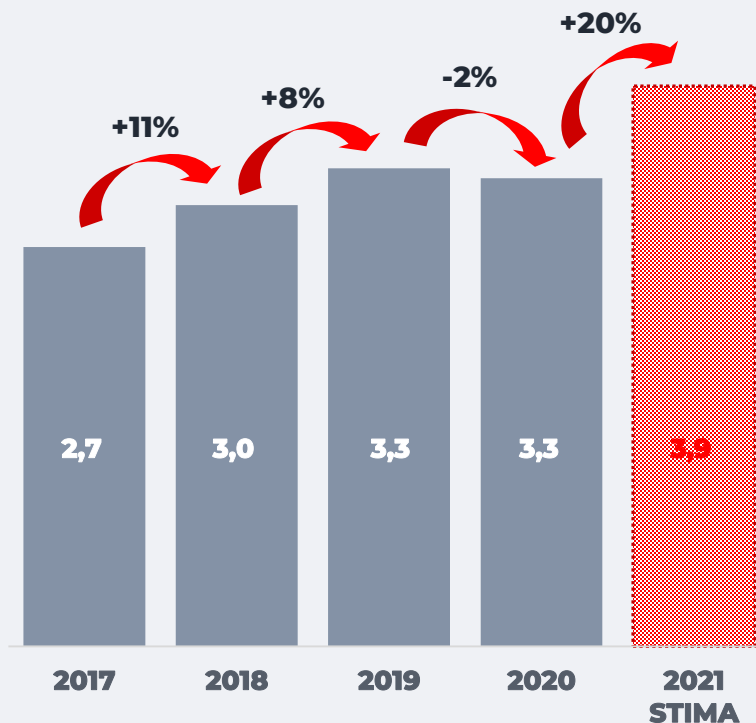


Valore del mercato pubblicitario digital italiano

- Nel **2020** gli investimenti in adv digitale sono stati superiori a quelli televisivi
- **Groupm** prevede **+20%** del mercato digital adv rispetto al 2020, nei primi 8 mesi si è registrato il **+24%**

MERCATO DIGITAL ADV

Mercato riferimento
Mondadori Media Digital
ca 1 BLO€ annui



Quota Adv digitale Publisher (FCP)
500 MIO €

Influencer MKTG (UPA)
270 MIO €*

Tech ADV
200 MIO €*

Influencer Marketing e Branded Content

IL MERCATO

Global:

- Spesa globale in influencer marketing: da **8 bio USD** 2019 a **15 bio USD** nel 2022 **(+87%)**

Italia:

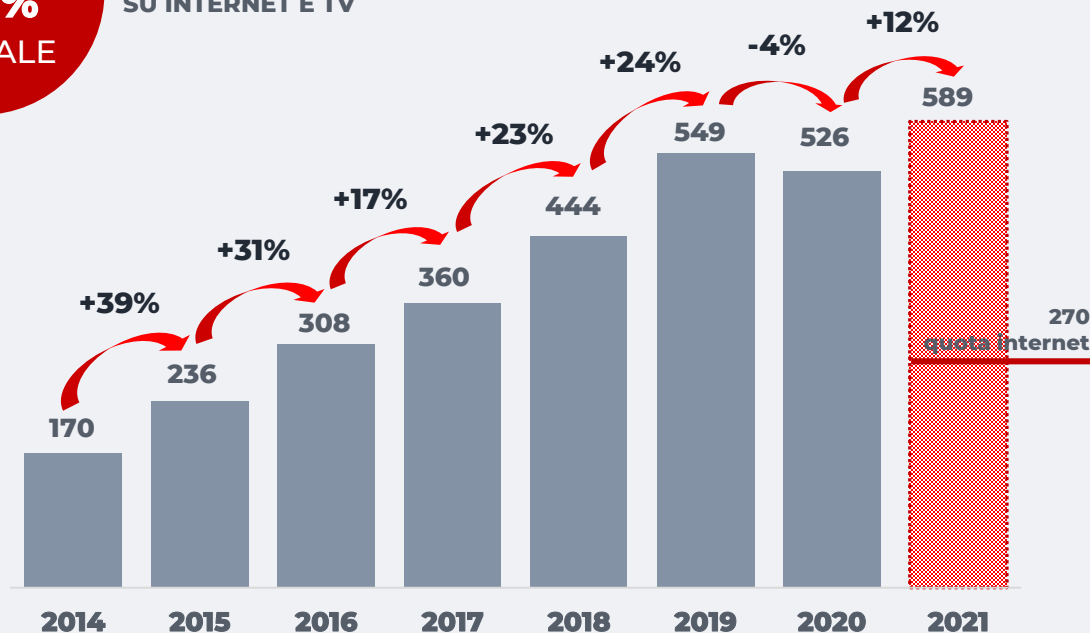
- Mercato stimato da **UPA** **270mio€** e confermato da Osservatorio Branded Entertainment che stima **250mio€**

40% TV

43% DIGITALE

FORTE POLARIZZAZIONE SU INTERNET E TV

MERCATO BRANDED CONTENT ITALIANO
(tutti i mezzi – mio €)



I 3 PILLARS DIGITALI DI MONDADORI MEDIA

ANNO 2020

PROFESSIONISTI
190

RICAVI
31,4* mio
(pari al **16%** del fatturato MM)

EBITDA
7,2 mio
(pari al **90%** del ebitda MM)

EBITDA
MARGIN
22,5%

1

THE VERTICAL SOCIAL DESTINATION

La più importante social destination italiana. Editore digitale leader negli interessi e nelle passioni degli italiani.

Ricavi 20: 12,3 mio
Ebitda 20: 2,6 mio

Team: 116 persone

2

THE COOKING MULTIMEDIA DESTINATION

Il leader cross-media della cucina italiana (oggi in Italia, domani anche all'estero).

Ricavi 20: 10 mio
Ebitda 20: 3,4mio

Team: 34 persone

3

MARTECH SOLUTIONS

Un polo focalizzato nello sviluppo e nella commercializzazione di soluzioni di marketing digitale avanzato, basato su dati e risultati misurabili.

Ricavi 20: 9,1 mio
Ebitda 20: 1,2 mio

Team: 29 persone (+11 Hej! nel 21)

*Note: 1) 56% dei ricavi adv 2020 di MM. 2) I ricavi adv digitali, inclusa la quota concessionaria nel 2020 sono stati circa 40 mio€

1. VERTICAL SOCIAL DESTINATION

**La più importante
social destination
italiana.**

L'editore digitale leader
negli interessi e nelle
passioni degli italiani.



KPI

- **+26 mio** unique audience mese
- **+42 mio** di fan



PUNTI DI FORZA

- Brand leader in **varticalità a valore**
- **Team e know-how**
- Modello produttivo **ugc e creators centric**
- **Innovazione continua** (dati, semantica, mobile ...)
- Primi su **nuove piattaforme e linguaggi**
- **Social branded content** che va oltre il social



LINEE DI SVILUPPO STRATEGICO

- **Acquisizioni:** profili social e social agency specializzata
- **Membership** e servizi paid
(Focus Ted, MyPersonalTrainer)

1. THE VERTICAL SOCIAL DESTINATION

I SOCIAL MEDIA: LA NUOVA FRONTIERA



1. THE VERTICAL SOCIAL DESTINATION

Main peers



elite daily



BUSTLE DIGITAL GROUP

- 9 media brand – nasce nel 2013 come magazine femminile. Nel 2018 ha acquisito Gawker. Vuole acquisire aziende Martech
- 50 mio fan e 45 mio UV
- +550 persone
- Ricavi 2020: 103mio \$, Ebitda 0
- Investitori: GGV CAP Simon Investors
- Ipotesi IPO: 600 mio \$ (5x fatturato)

GROUP NINE

- 5 media brand: femminili e video-news. Acquisita Popsugar nel 2019 per 300 mio\$.
- 260 mio fan
- +700 persone
- Ricavi 2020: 110 mio \$, Ebitda 0
- Investitori: Discovery e Axel Springer (investiti circa 200 mio\$)
- Ipotesi IPO: 600 mio \$ (6x fatturato)

PS POPSUGAR.

THRILLIST

NOW

THIS



REV 2020
Digital
Mondadori

22,3mio



VICE MEDIA GROUP

- 17 brand – focus giovani. Acquisita Refinery29 nel 2019 per 400 mio\$.
- 210 mio fan
- +3000 persone
- Ricavi 2020: circa 600 mio \$, Ebitda leggermente negativo
- Investitori: Shane Smith (founder) TPG, Disney, A&E Networks, Raine Group and Smith.
- Ipotesi IPO: 3 bio \$ (5x fatturato)

FREEDA MEDIA

- Presente in Italia, UK e Spagna
- 8,2 mio fan di cui 4mio ITA
- 110 dipendenti
- Ricavi 2020: 12mio€
- 30 mio € funding totali
- Valutazione stimata: premoney 40 mio€



Media EV/REV: 4,5x

Media EV/Ebitda: 18x

2. THE COOKING MULTIMEDIA DESTINATION

KPIs:

- **14,6 mio utenti/mese**
- **70% del tempo speso** su siti editoriali Food&Cooking (9x vs. second player)
- **N1 per top of mind** tra i food brand: 37%, 3x vs. second player
- **Primo sito di cucina al mondo** per penetrazione del mercato di riferimento: reach total audience 33%
- **Primo social media brand in Italia** >20M fanbase
- **N°2 top influencer brand in Italia** dopo Chiara Ferragni
- **La rivista di cucina più diffusa in Italia** (#1M/copie vendute nel 2020)

PUNTI DI FORZA:

- **Qualità e metodo:** ricette provate 3 volte, chef in cucina ex Alumni Alma
- **Multimedia Production:** set e cucina ottimizzati per flusso continuo contenuti multimedia
- **Cross-Media Brand:** Web, App, Social, Print, Libri, TV
- **Caring:** 45.000 commenti al mese
- **Innovazione continua:**
 - App GZ e "Mobile First", sbarco su Alexa, n°2 brand di cucina al mondo su TikTok
- **Utenti protagonisti** (#giallozafferano citato 580.000 volte su IG)



2. THE COOKING MULTIMEDIA DESTINATION

GialloZafferano: un social media brand omnichannel

SITO WEB:
14,6 Mio Utenti
Unici



SMART TECH

App (**4 mio di accessi mensili**)
Smart devices (**>2.5 mio** users)



SOCIAL MEDIA:
> 22 Mio fanbase



PRINT:

Rivista: 1 mio di copie
vendute nel 2020

Libri: 4 operazioni editoriali

GialloZafferano



COMMUNITY:

> 15 mila blog
> 50 creators



TV:

3 trasmissioni

TV GZ (2013, 2018 e 2019)

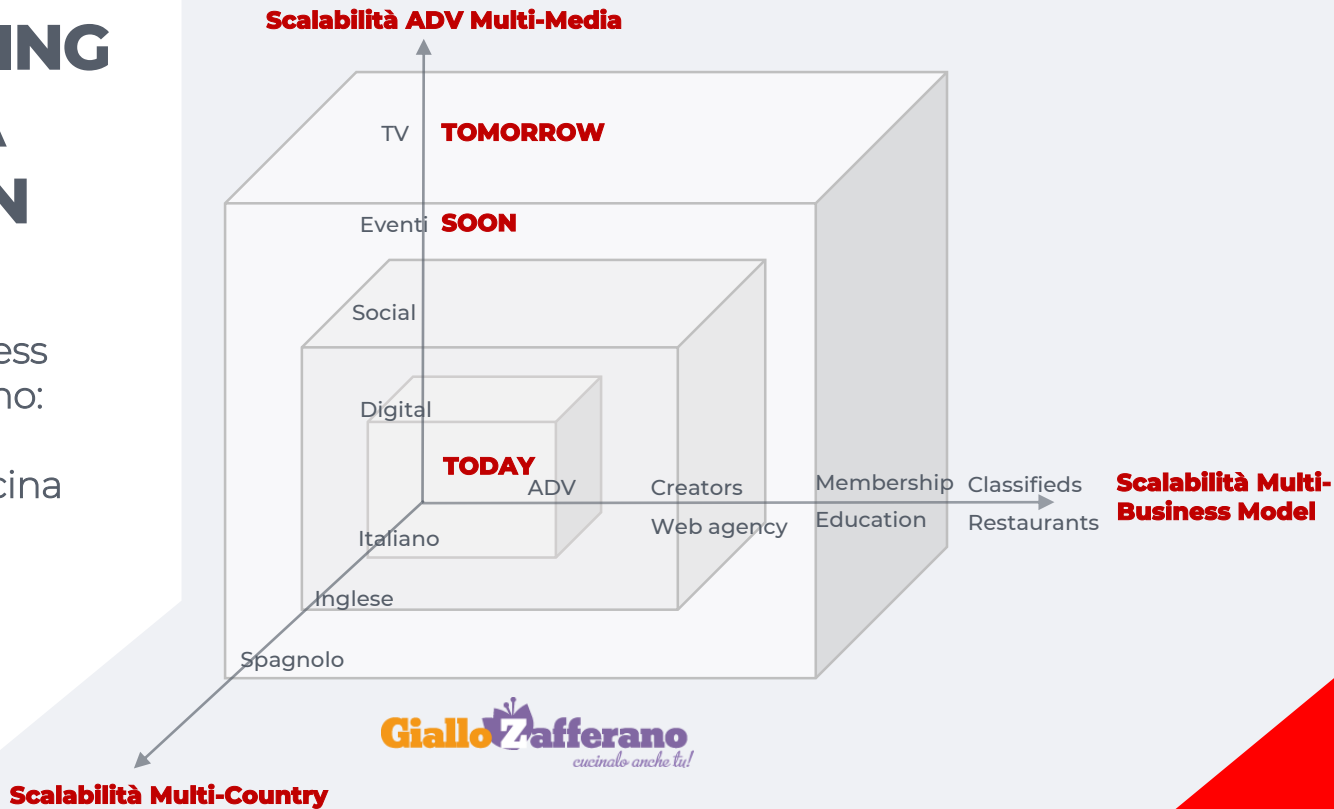


MERCATI INTERNAZIONALI:

versione inglese lanciata a
febbraio 2021
4,8 Mio Social Fanbase

2. THE COOKING MULTIMEDIA DESTINATION

L'evoluzione del business model di GialloZafferano: creare il campione multimediale della cucina italiana nel mondo



2. THE COOKING MULTIMEDIA DESTINATION

Main peers

goodfood



BBC GOOD FOOD

- Brand sistema globale: web, app, magazine, libri, eventi, corsi
- 12 mio utenti/mese
- 24% reach del mercato UK
- 2,3 mio fanbase social
- 1.3 mio lettori/mese

TASTEMADE

- Global media brand: US (da 2012), India, Spagna. Web, social, tv
- 3,4 mio utenti/mese (US)
- 55 mio fanbase social
- Ha raccolto dal 2012 \$115 mio da investitori tra cui Redpoint Ventures, Goldman Sachs, Comcast Ventures, Amazon, e Liberty Media

TASTEMADE



GZ UV
14,6 mio
GZ FAN
22 mio

allrecipes



ALLRECIPES

- N°1 food in US: web, blogger, community
- 37 mio utenti/mese
- 13,4% reach del mercato
- 7 mio fanbase social
- Acquisito da Meredith Corporation nel 2012 per \$175 mio

MARMITON

- N°1 digital food media brand in Francia
- 6,3 mio utenti/mese
- 12,3% reach del mercato
- N°1 food magazine cartaceo in Francia
- 5 mio fanbase social

marmiton



3. MARTECH SOLUTIONS

CHE COSA FACCIAMO:

- Tech adv e soluzioni innovative
- Video advertising
- Proximity marketing
- Performance adv basata su interazione con AI

AdKaora
DIGITAL FIGHTERS

HEJ!
CONVERSATION
MATTERS

Punti di forza:

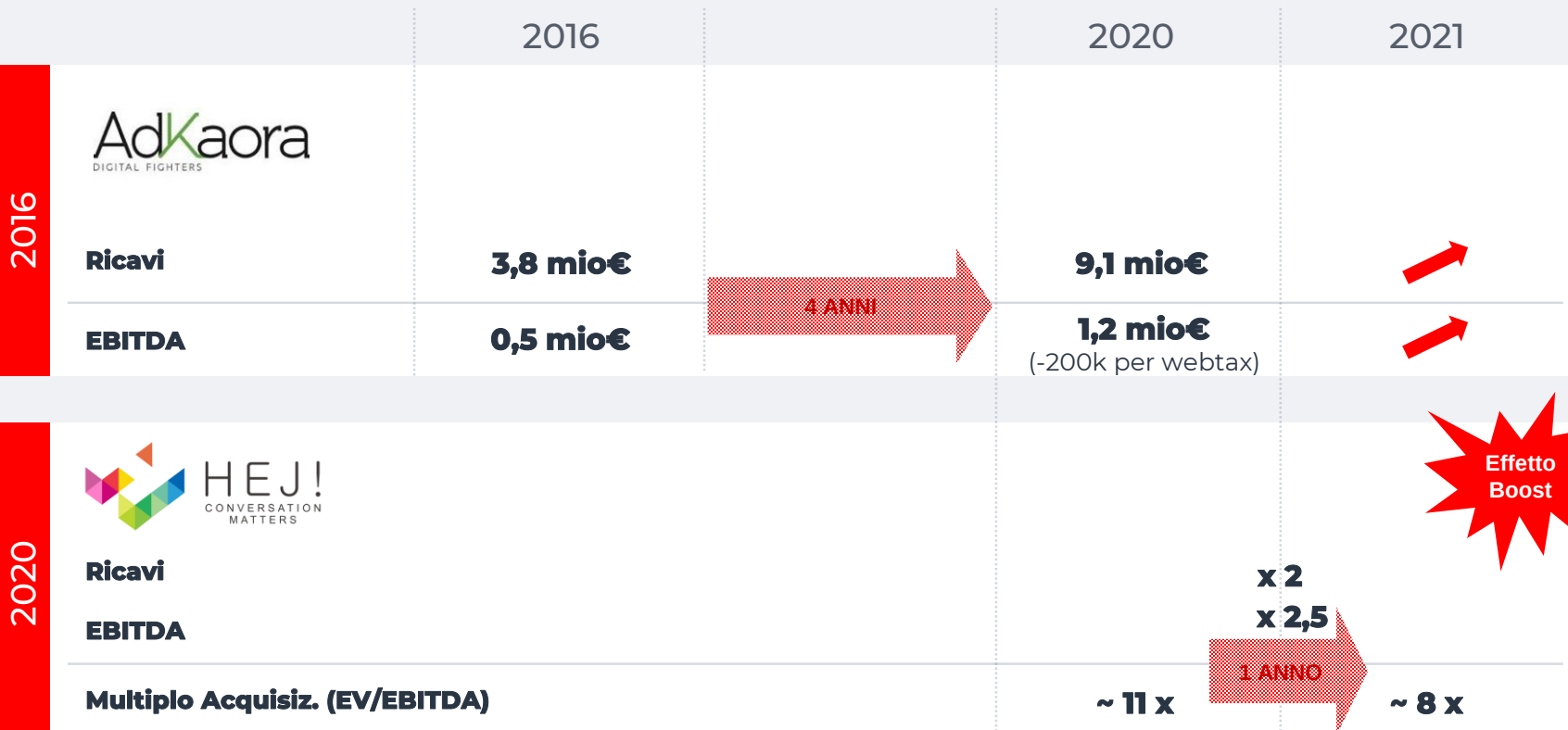
- Innovazione continua
- Risultati misurabili e ritorno investimento (pedonabilità, acquisizione clienti, viewability)
- Analisi pre e post campagna (profili, percorsi)

Aree sviluppo:

- Video interattivi
- Estero
- Altre acquisizioni a complemento portafoglio

3. MARTECH SOLUTIONS

M&A - Case History di successo



3. MARTECH SOLUTIONS

Main peers



ADPEPPER MEDIA



- Agenzia di performance marketing con sede in Olanda, nata in Germania
- Mercati principali: Germania, Spagna
- Linee di prodotto: Lead Generation, Performance, CRM-Push Notifications,
- Ricavi 2020: €29 mio; Ebitda €6,2 mio
- 126 mio market cap: Ev/Sales 3,3x; Ev/Ebitda 13,7x

YOC



- Mobile adtech company tedesca
- Mercati: UK, Germania, Spagna
- Linee di prodotto: Programmatic, formati adv proprietari
- Ricavi 2020: 15,5 mio; Ebitda 1,8 mio
- €32 mio market cap: Ev/sales 2,1x; Ev/Ebitda 17,0x

REV 20
9,1 mio
REV H1 21
6,8 mio



METRIC THEORY



- Performance Marketing Digital Agency US based
- Linee di prodotto: Programmatic, Dati, Display, formati video e Advertising su Amazon
- c. \$15 mio di ricavi nel 2020
- Acquisita da S4 Capital di Martin Sorrell nel 2021 per una cifra stimata tra \$50 e \$80 mio (valore ufficiale non pubblico)

ZETA GLOBAL



- Martech Solutions Data-Driven US
- Mercati: USA e Australia
- IPO a giugno 2021
- Ricavi 2020: \$434 mio; Ebitda \$56,5 mio
- Market Cap >\$1,000 mio (EV/Sales 2,5X, Ev/Ebitda 17x)

Media EV/REV: **3,5x**

Media EV/Ebitda: **16x**

IL NOSTRO MODELLO DI SVILUPPO

3 PEERS

+

3 LEVE DI SVILUPPO



1) FULL VALUE CHAIN:

- Content production e development in house
- Pianificazione cross-media e cross-platform

2) INNOVAZIONE CONTINUA:

- TECH: prima DMP in Italia, primo sito mobile first, primi ad utilizzare la semantica, primi ad entrare nel mondo dei vocal assistant ...
- EDIT: creazione della community di food blogging più grande in Italia. Oggi primi editori a sbarcare su Tik Tok e primi editori a collaborare con i creators

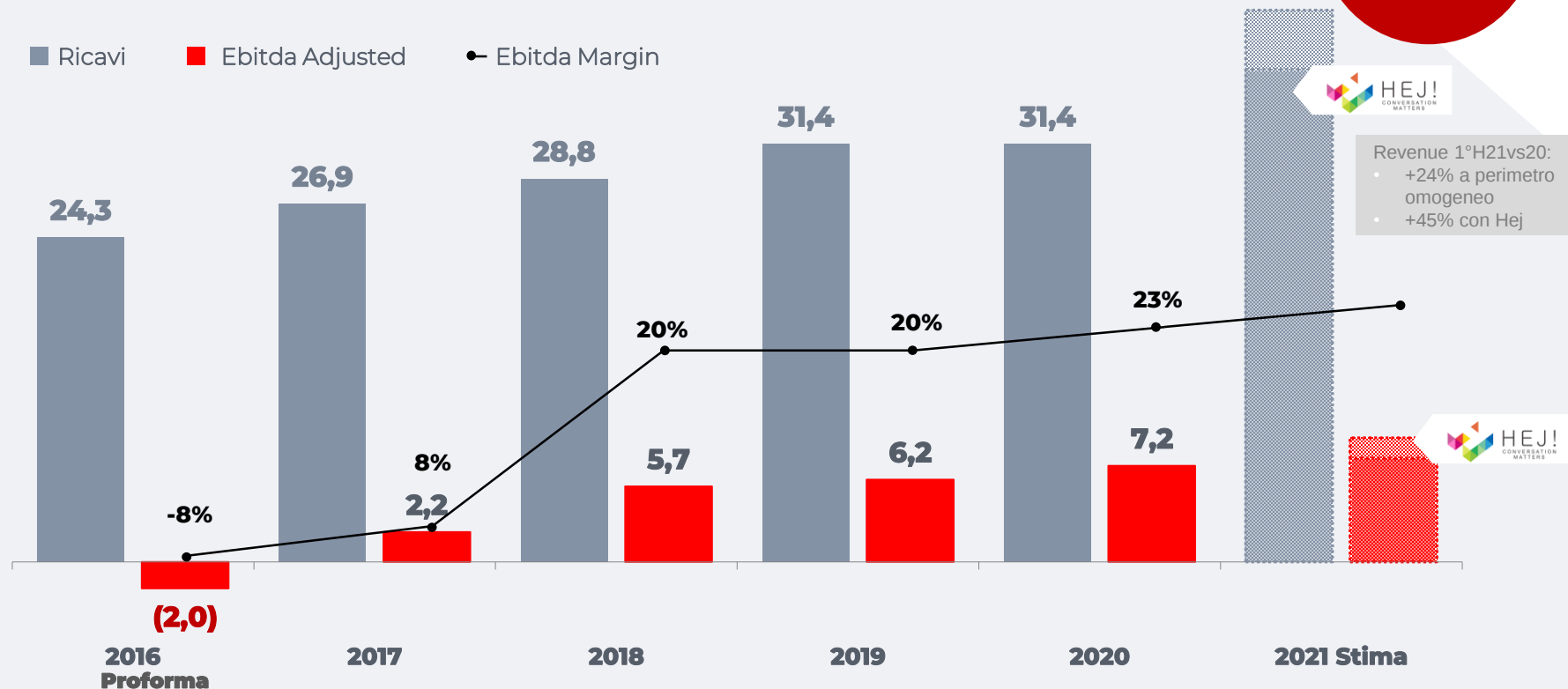
3) SMART ACQUISITION:

- da Giallo Zafferano a Mypersonaltrainer, da Altervista ad AdKaora ed Hej!
- Un nostro modello per le acquisizioni e per la loro integrazione

Mondadori Digital: ECONOMICS 2016-2021

Ebitda
+9mio
In 4 anni

■ Ricavi ■ Ebitda Adjusted ● Ebitda Margin

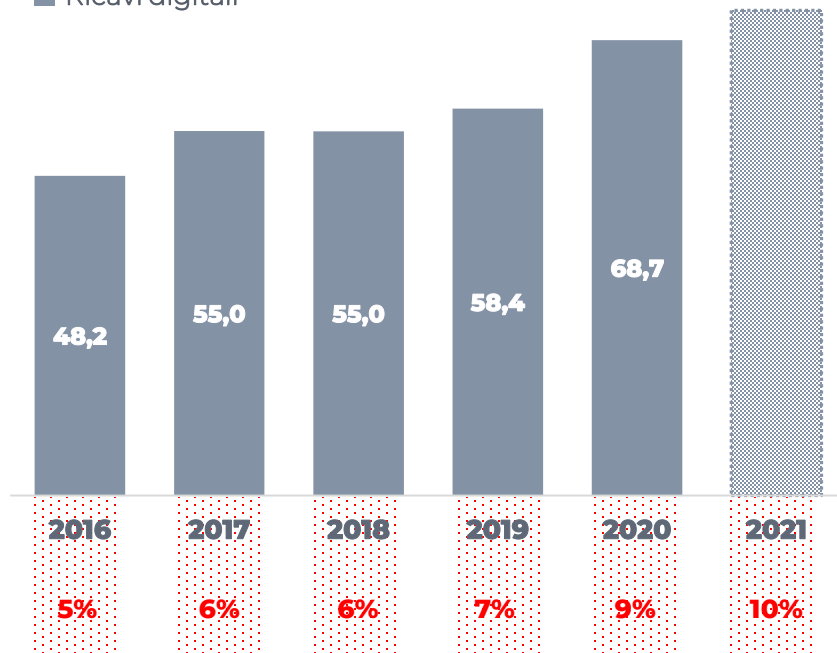


Note: Ebitda proxy di Cash EBITDA – Effetto WebTax su 2020 -200k su Ebitda, su 2021 -400k



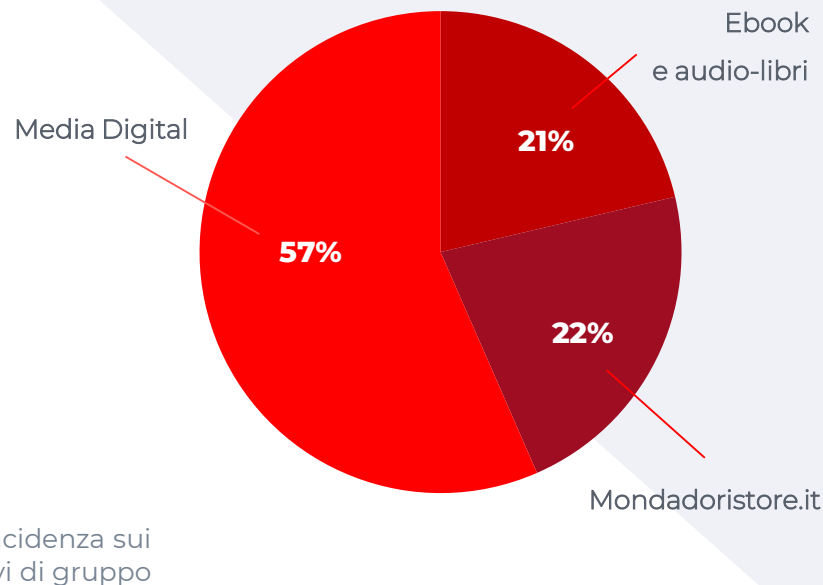
IL DIGITALE DEL GRUPPO MONDADORI

■ Ricavi digitali



COMPOSIZIONE RICAVI DIGITALI 2021

■ Ebook ■ Mondadoristore.it ■ Media Digital





Grazie

