

Madrid, 29 ottobre 2009

La nostra controllata Telecinco ha emesso oggi il seguente comunicato stampa:

Risultati finanziari gennaio-settembre 2009

LA GESTIONE DI TELECINCO FA FRONTE ALLA CRISI CON UN UTILE NETTO DI 62,16 MILIONI DI EURO

- **All'interno del mercato, la compagnia continua ad avere eccellenti margini sugli utili, con un EBITDA aggiustato di 88,96 milioni di euro (20,6% sugli utili netti) e un EBIT di 82,50 milioni (19,1% sugli utili netti)**
- **Il piano di investimenti in contenuti iniziato due mesi fa per lanciare i "LaSiete" e per ridisegnare "Factoría de Ficción" ha permesso ai canali della digitale terrestre di Telecinco di raggiungere cifre vicine a quelle del principale avversario della catena, impegnato da ormai due anni nel proprio posizionamento strategico all'interno della digitale terrestre**
- **La novità della commercializzazione per moduli, il lancio di nuove Iniziative Speciali per i canali della digitale terrestre e la capacità di adattarsi alle condizioni del mercato, hanno permesso a Publiespaña di ottenere un fatturato pubblicitario televisivo lordo di 414,49 milioni di euro**
- **L'importante mantenimento dei costi operativi totali (-14,8%) non ha impedito a Telecinco di detenere durante tutto l'anno il primato d'ascolti (15%) rispetto alle altre televisioni commerciali presenti nel paese. Questo dato è inoltre aumentato fino a toccare il 15,6% durante la stagione attuale**
- **Da settembre, Telecinco è il canale commerciale con la migliore audience in prime time (15,4%), mattina (15,6%), pomeriggio (16,1%) e seconda serata (21,4%), ad ampia distanza dal suo principale avversario**
- **Durante tutta la stagione in corso, il canale ha primeggiato rispetto al target commerciale, con il 16,2% di share durante il total day e il 15,8% in prime time**

La politica di gestione tracciata da Telecinco per far fronte alla difficile situazione dell'economia spagnola in generale, e del settore audiovisivo in particolare, ha permesso alla rete di chiudere in positivo i primi nove mesi del 2009, con un utile netto di 62,16 milioni di euro.

Tale risultato aumenta, fino a **78,46 milioni di euro**, se s'isola l'impatto dell'ammortamento di "intangible assets" all'interno di Endemol, che, derivato dall'assegnamento del prezzo d'acquisto, ascende a oltre 16 milioni di euro(*).

(*). Questa differenza di 16,3 milioni di euro tra l'utile netto e il suo valore rettificato si deve all'impatto degli ammortamenti di intangibili di Endemol, prodotto dalla differenza tra il prezzo e il valore netto contabile del gruppo, e chiamato "Purchase Price Allocation" (PPA). Si tratta di un risultato puramente contabile che non altera né il valore né il cash flow del Gruppo Endemol, il quale continua a essere solido rispetto ai propri risultati operativi.

Tra gennaio e settembre Telecinco ha ridotto i **costi operativi** del **7,8%**, dato al quale, se si aggiungesse la reversione delle previsioni, raggiungerebbe il 14,8%. La strategia dei costi e la politica commerciale hanno permesso a Telecinco di ottenere un margine operativo **EBITDA** rettificato di **88,96 milioni di euro (20,6% di margine sui ricavi netti)** e un **EBIT** di **82,50 milioni (19,1% sui ricavi netti)**. Telecinco è riuscita a mantenere tali valori intorno al 20% e, grazie a degli utili netti di **432,25 milioni di euro**, a dimostrare l'efficacia del suo modello d'affari in una situazione di mercato chiaramente avversa.

Gruppo Publiespaña, leader del mercato pubblicitario con il 25,4% della quota d'investimento, ottiene 414,49 milioni di euro di ricavi televisivi lordi

Fino a settembre, Publiespaña ha fatturato **414,49 milioni di euro di ricavi pubblicitari lordi**, dei quali **406,52 milioni di euro corrispondono ai ricavi pubblicitari televisivi**.

Questa cifra include i risultati ottenuti dai canali della digitale terrestre **LaSiete** e **Factoría de Ficción**, per la cui commercializzazione Publiespaña lanciò ad agosto un'innovativa strategia multicanale basata sulla vendita per moduli, che le permette di offrire ai propri clienti una pianificazione personalizzata delle loro campagne pubblicitarie, imperniata sul concetto di spazi affini al *target* specifico e a quello di orari appropriati rispetto al profilo dei potenziali consumatori. La risposta positiva da parte del mercato ha aumentato l'interesse delle differenti reti televisive rispetto all'offerta di commercializzazione di Publiespaña a terzi, come dimostrato dall'ingresso del canale "Intereconomía" nel portafoglio di clienti della filiale pubblicitaria di Telecinco.

L'offerta multicanale, inoltre, è stata rafforzata dal lancio di nuovi tipi di prodotto all'interno delle Iniziative Speciali destinate esclusivamente allo spazio pubblicitario dei canali digitali, come per esempio nel caso di "Hoy es tu día", dove l'investitore pubblicitario può contrattare il patrocinio dell'intera giornata di programmazione su LaSiete o Factoría de Ficción. Il successo di questa proposta, che è piaciuta ai maggiori investitori pubblicitari, ha portato negli ultimi giorni alla necessità di ampliarla, includendo la possibilità di sponsorizzare tutta la programmazione settimanale su entrambi i canali.

Questa capacità di adattarsi alle condizioni del mercato ha permesso a Publiespaña di aumentare la **power ratio** (dato che misura la relazione tra la quota di mercato e quella d'ascolti di Telecinco e dei suoi canali digitali) fino al 1,60. Tale dato rappresenta, con differenza, il valore più alto del mercato.

I ricavi pubblicitari netti sono di 394,65 milioni di euro mentre i ricavi netti totali – che includono il fatturato pubblicitario televisivo, i ricavi pubblicitari degli altri media commercializzati da Publimedia Gestión e quelli ottenuti dall'area commerciale (*merchandising*, vendita di diritti, sms, etc.)- sono ascesi a **432,25 milioni di euro**.

Telecinco, leader d'ascolti tra le TV commerciali rispetto al progressivo annuo e durante la stagione attuale

La politica di gestione disegnata da Telecinco per questo difficile scenario è stata nuovamente caratterizzata dal tentativo di mantenere il livello qualitativo della sua offerta, composta da una programmazione attrattiva e attenta ai costi in tutte quelle aree

dove è ancora possibile ottimizzare le risorse interne della compagnia. In questo senso, rispetto ai canali della digitale terrestre, Telecinco ha rafforzato l'investimento sui contenuti.

Il risultato di questa strategia è la conferma di **Telecinco come leader d'ascolti tra i canali commerciali presenti in Spagna**, i quali non possono più fare concorrenza a parità di condizioni alla televisione pubblica TVE, in seguito alla legge sul finanziamento della radio e televisione nazionale entrata in vigore recentemente. Dallo scorso mese di settembre, infatti, tale legge, che limita gli investimenti pubblicitari permessi sui canali pubblici, ha fatto notare sin dall'inizio della stagione una riduzione dello spazio per gli spot sulle reti statali.

Durante questo periodo, perciò, Telecinco è stata **la prima in classifica tra le reti commerciali nelle 24 ore con il 15,6% di share**, a 1,8 punti di distanza da Antena 3 (13,8%). Molto più indietro rimangono invece gli altri canali, Cuatro (7,6%) e La Sexta (7%). Inoltre, Telecinco è la TV con le migliori quote di penetrazione (*rating*) nelle fasce del **prime time (15,4%), mattina (15,6%), pomeriggio (16,1%) e seconda serata (21,4%)**, a grande distanza dalla concorrenza:

RATING SETTEMBRE-27 OTTOBRE (%)				
	Telecinco	Antena 3	Cuatro	La Sexta
24 Ore	16,2	14,1	9,6	8,7
Prime Time	15,8	14,0	10,4	8,7
Day Time	16,5	14,1	9,2	8,7
Mattina	18,3	14,8	6,8	6,3
Pomeriggio	16,4	12,7	8,5	9,4
Seconda Serata	21,4	13,8	10,6	7,7

Allo stesso modo, durante questa stagione televisiva la catena sta primeggiando in maniera assoluta sul *target commerciale* durante le principali fasce orarie, con il **16,2% di share nell'intera giornata (2,1 punti in più rispetto al principale avversario) e il 15,8% in prime time (+1,8 punti rispetto ad Antena 3)**:

TARGET COMERCIAL SETTEMBRE-27 OTTOBRE (%)				
	Telecinco	Antena 3	Cuatro	La Sexta
24 Ore	16,2	14,1	9,5	8,7
Prime Time	15,7	13,9	10,3	8,8
Day Time	16,4	14,1	9,2	8,7
Mattina	18,0	14,7	6,8	6,4
Pomeriggio	16,3	12,8	8,5	9,5
Seconda Serata	21,4	13,6	10,7	7,6

Anche per quanto riguarda il progressivo annuo, Telecinco è in testa alla classifica televisiva sia nelle 24 ore (15%) che nel *prime time* (16,6%), avendo superato Antena 3 (14,9% e 14%), Cuatro (8,4% e 8,9%) e La Sexta (6,9% e 7,5%).

LaSiete e Factoría de Ficción, i canali digitali terrestri che sono cresciuti di più dall'inizio della stagione autunnale

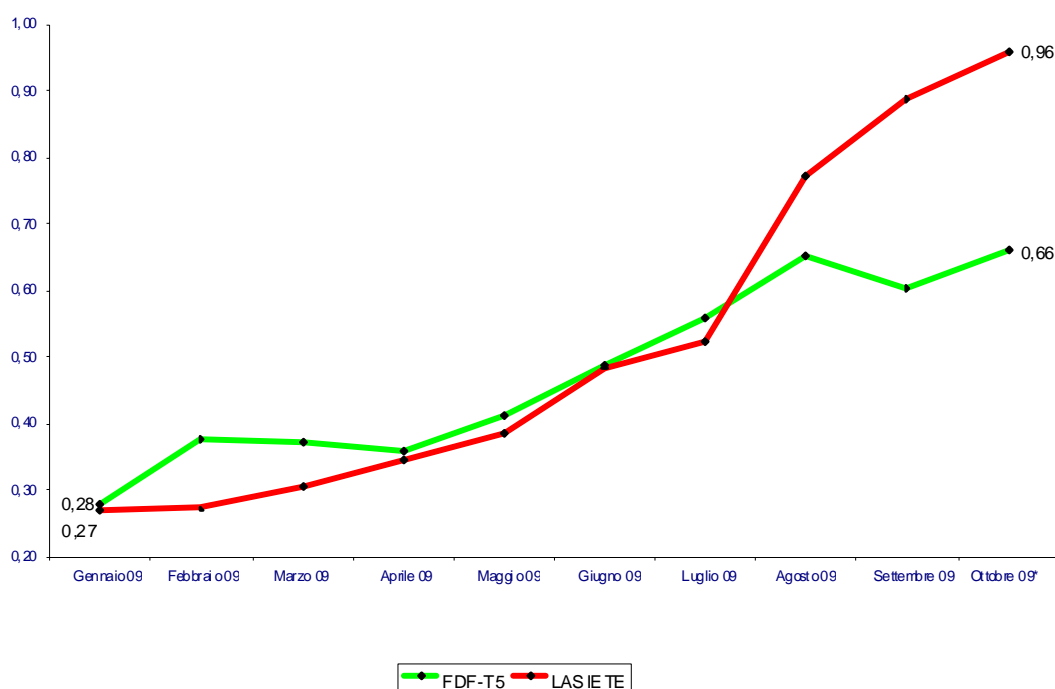
Con l'obiettivo di consolidare la strategia multicanale di Telecinco sulla digitale terrestre, la catena televisiva ha deciso di investire, durante l'ultimo quadrimestre dell'anno, un'elevata quantità per rafforzare Factoría de Ficción e lanciare La Siete. La risposta dei telespettatori a queste nuove proposte presentate lo scorso settembre si è

vista subito riflessa su entrambi i canali, i cui indici d'ascolti si sono duplicati a partire dall'inizio dell'anno, passando, nel caso de LaSiete, da uno *share* dello 0,27% registrato a gennaio allo 0,96% di ottobre(+125) e, nel caso di Factoría de Ficción, dallo 0,28% registrato a gennaio allo 0,66% di ottobre (+47,5%).

Grazie a questi dati, i canali digitali di Telecinco hanno raggiunto in soli due mesi cifre vicine al loro principale avversario, impegnato da oltre due anni nel proprio posizionamento strategico all'interno della digitale terrestre.

Tra i contenuti risaltano, infine, la presentazione avvenuta a settembre di "LaSiete Noticias", il primo TG giornaliero creato da un operatore del campo audiovisivo per i propri canali della digitale terrestre e l'annuncio, per quanto riguarda Factoría de Ficción, dell'acquisto di serie e programmi di produzione esterna, risultato di accordi con grandi distributori internazionali.

Evoluzione di Factoría de Ficción e LaSiete (gennaio-ottobre)



UFFICIO STAMPA DI TELECINCO

Direzione Comunicazione e Immagine

Tel. +39 0225149251

Fax +39 0225149286

e-mail: ufficiostampa@mediaset.it

<http://www.mediaset.it/corporate/>

Investor Relations Department

Tel. +39 0225147008

Fax +39 0225148535

e-mail: ir@mediaset.it

<http://www.mediaset.it/investor/>