



---

*Relazione  
Trimestrale  
al 30 settembre 2001*

---

**GRUPPO MEDIASET**

**MEDIASET S.p.A.** - via Paleocapa, 3 - 20121 Milano

Capitale Sociale euro 614.238.333,28 i.v.

Codice Fiscale, Partita IVA e numero di iscrizione presso  
il registro delle imprese di Milano: 09032310154

## **ORGANI SOCIALI**

---

### **Consiglio di Amministrazione**

<b>Presidente</b>	(*) Fedele Confalonieri
<b>Vice Presidente</b>	(*) Pier Silvio Berlusconi
<b>Consigliere Delegato</b>	(*) Giuliano Adreani
<b>Consiglieri</b>	Franco Amigoni Tarak Ben Ammar Marina Berlusconi Pasquale Cannatelli Enzo Concina Maurizio Costa Mauro Crippa Gilberto Doni Bruno Ermolli Adriano Galliani Marco Giordani Alfredo Messina Jan Mojto (*) Gina Nieri Roberto Ruozi (*) Claudio Sposito

### **Collegio Sindacale**

<b>Presidente</b>	Achille Frattini
<b>Sindaci Effettivi</b>	Francesco Antonio Giampaolo Riccardo Perotta
<b>Sindaci Supplenti</b>	Gianfranco Polerani Francesco Vittadini

### **Società di Revisione**

Deloitte & Touche S.p.A.

(\*) *Componenti del Comitato Esecutivo*





## SOMMARIO

---

<b>Relazione sull'andamento della gestione al 30 settembre 2001 .....</b>	<b>1</b>
Risultati economico finanziari del Gruppo Mediaset.....	3
Criteri di redazione.....	3
Risultati economici .....	4
Struttura patrimoniale e finanziaria.....	12
Analisi per aree di attività.....	15
Televisione commerciale Italia .....	15
Pubblicità.....	15
Broadcasting e contenuti.....	15
Televisione commerciale Estero.....	19
Attività multimedia e telecomunicazioni.....	21
Eventi successivi al 30 settembre 2001 .....	24
Evoluzione prevedibile della gestione .....	25

---



# GRUPPO MEDIASET

---

## Relazione sull'andamento della gestione al 30 settembre 2001

Signori Azionisti,

il Gruppo che fa capo alla Vostra Società ha ottenuto al 30 settembre 2001 i seguenti risultati: i ricavi netti consolidati ammontano a 1.725,6 milioni di euro, in crescita del 3,0% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, (+4,3% al netto degli effetti del consolidamento, nei due periodi, del Gruppo Epsilon); il margine operativo lordo è pari a 1.004,7 milioni di euro, in crescita del 2,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente mentre, il risultato operativo al netto di ammortamenti e svalutazioni per 513,5 milioni di euro, ha raggiunto i 491,2 milioni di euro rispetto ai 505,7 milioni di euro dello stesso periodo del 2000. La redditività operativa si colloca al 28,5% rispetto al 30,2% registrato nell'omologo periodo dell'anno precedente. L'utile prima delle imposte è stato di 436,7 milioni di euro rispetto ai 480,8 milioni di euro conseguiti nello stesso periodo dell'anno precedente, in calo principalmente a causa dell'effetto economico legato alla svalutazione della partecipata Blu S.p.A. (39,3 milioni di euro).

I risultati conseguiti nei primi nove mesi dell'anno, pur confermando il raggiungimento di livelli di redditività operativa di assoluto rilievo, mostrano una riduzione del risultato operativo di periodo rispetto a quello eccezionalmente elevato conseguito nel corso dell'esercizio precedente. Tale variazione riflette la progressiva decelerazione del tasso di crescita dei ricavi pubblicitari, in presenza di un livello dei costi complessivamente riconducibili al core business televisivo che, almeno fino all'avvio della stagione autunnale, risente, nel confronto con lo stesso periodo del 2000, della strategia volta a contrastare efficacemente i competitor puntando all'acquisizione di vantaggi competitivi durevoli.

L'andamento economico complessivo del Gruppo Mediaset al 30 settembre 2001 risente, in confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente, del contributo negativo al risultato operativo di periodo generato dal terzo trimestre. Il risultato operativo del trimestre, che evidenzia infatti una perdita di 9,1 milioni di euro, va comunque analizzato alla luce della tradizionale bassa stagionalità degli investimenti pubblicitari tipica del periodo estivo, in presenza di costi più uniformemente distribuiti nel corso dell'anno, soprattutto per la componente rappresentata dagli ammortamenti. Tali dinamiche, eccezionalmente attenuate nel terzo trimestre 2000, per effetto della straordinaria crescita dei ricavi (+14,2% rispetto allo stesso periodo del 1999) hanno determinato quest'anno per Mediaset una normalizzazione della performance reddituale che si riporta sui livelli degli omologhi periodi di anni precedenti. Nel corso del terzo trimestre 2001 il Gruppo Mediaset ha registrato una contrazione dei ricavi pari al 3%, indotta, anche se in termini piuttosto contenuti, dalla flessione dei ricavi pubblicitari televisivi nei confronti dei clienti terzi (-1,2%), con un andamento comunque significativamente migliore rispetto al mercato di riferimento. L'incremento dei costi operativi registrato nello stesso periodo ed al netto degli effetti derivanti dal consolidamento del Gruppo Epsilon, risulta pari a 13,9 milioni di euro (+7,6%). Tale variazione risulta comunque inferiore a quella riscontrata nel 2000 rispetto all'omologo periodo del 1999 (+27 milioni di euro, pari all'11%).

Nel corso del 2001 il progressivo deterioramento delle condizioni macroeconomiche internazionali ha significativamente influito sulle strategie di comunicazione della maggior parte degli ope-

ratori economici determinando, su base internazionale, una pronunciata contrazione del mercato pubblicitario. In particolare, in Italia si è assistito ad un brusco ridimensionamento degli investimenti degli operatori del settore delle telecomunicazioni, grandi protagonisti dell'espansione del mercato pubblicitario dell'ultimo biennio. In seguito agli attentati terroristici dell'11 settembre 2001, la generale incertezza circa le prospettive di ripresa dell'economia mondiale è ulteriormente aumentata a causa dei potenziali effetti negativi sui consumi indotti dalla fase di accentrata instabilità del quadro politico internazionale. In un contesto di estrema debolezza della domanda, la raccolta pubblicitaria di Publitalia '80 relativa alle reti Mediaset ha comunque registrato nel periodo un andamento positivo (+3,3% nei confronti dei clienti terzi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente). Tale risultato è da considerarsi particolarmente apprezzabile perché ottenuto in contro tendenza rispetto all'andamento generalmente negativo registrato dal mercato nazionale di riferimento (-1,1%) e dai principali operatori europei e soprattutto, attraverso una crescita percentualmente superiore del prezzo unitario degli spazi venduti. Tale andamento va peraltro posto in relazione con il dato relativo all'anno precedente che era stato caratterizzato da una straordinaria espansione degli investimenti pubblicitari.

Publitalia '80, attraverso il continuo supporto garantito dal mantenimento di una forte continuità di programmazione editoriale, ha pertanto saputo contrastare efficacemente l'attuale fase congiunturale negativa. La capacità delle reti Mediaset di raggiungere, nel corso del 2001, una share d'ascolto stabilmente superiore al 43%, contribuisce, anche in questa fase, ad assicurare i ritorni commerciali prefissati, sia per gli operatori che dispongono dei brand più forti e riconoscibili, sia per le marche meno affermate, che puntano a cogliere l'opportunità di spazi di comunicazione televisiva in altri momenti difficilmente accessibili.

I tragici fatti avvenuti nel periodo in esame, che hanno ovviamente influito sui contenuti della programmazione televisiva e, sia sotto il profilo qualitativo che quantitativo, sull'andamento del consumo televisivo, hanno ulteriormente confermato l'enorme efficacia e la superiorità del mezzo televisivo quale principale strumento di informazione e di approfondimento, oltre che di intrattenimento. In particolare gli spazi informativi e gli speciali dedicati dalle reti Mediaset a tali eventi hanno ottenuto notevoli riscontri di ascolto anche nell'estensione *on line* di TG.com, ormai impostosi come autorevole fonte informativa in rete.

### **Criteri di redazione**

Come previsto dalla delibera Consob n. 11971 del 14 maggio 1999, le informazioni economiche esposte di seguito sono fornite con riferimento al terzo trimestre ed ai nove mesi 2001 e confrontati con gli omologhi periodi dell'anno precedente. Le informazioni patrimoniali sono fornite con riferimento al 30 settembre 2001, al 30 giugno 2001 ed al 31 dicembre 2000.

Nella redazione della situazione contabile sono stati applicati gli stessi criteri utilizzati per la redazione del bilancio d'esercizio e della situazione semestrale. I prospetti contabili, al fine di garantire continuità espositiva e confrontabilità sono omogenei a quelli contenuti nella Relazione degli Amministratori sulla gestione del bilancio al 31 dicembre 2000 e della semestrale 2001.

La relazione trimestrale non è oggetto di certificazione da parte della società di revisione.

Coerentemente con l'adozione da parte di Mediaset S.p.A. e delle sue controllate della contabilità in euro, avvenuta nel corso del primo semestre 2001, i dati economico/patrimoniali contenuti nella presente Relazione, vengono esposti in milioni di euro, arrotondati al primo decimale.

Si segnala inoltre che, a seguito del perfezionamento dell'operazione di conversione dell'investimento Epsilon in KirchMedia (ampiamente descritto nella sezione apposita), la situazione contabile al 30 settembre 2001 recepisce la variazione di campo di consolidamento, nonché i connessi effetti economici, derivanti dalle operazioni societarie con cui il Gruppo ha acquisito il 2,28% di KirchMedia e riacquistato il 100% di Publieuros (holding del 100% di Publieurope), attraverso la cessione della sua quota di proprietà della Joint venture Epsilon.

La situazione economica del Gruppo include linearmente il contributo dei primi sei mesi di attività del Gruppo Epsilon, nonostante le società che lo compongono, consolidate proporzionalmente fino al 30 giugno 2001, risultino al 30 settembre escluse dal campo di consolidamento di Gruppo e sostituite dall'iscrizione al costo delle suddette partecipazioni in Kirch Media e Publieuros.

Publieuros, attualmente non operativa, viene iscritta al costo proprio in considerazione del superamento dei presupposti di business per cui la società era stata costituita nel 1999 e conferita nella Joint venture.

Analogamente, la scelta di non consolidare integralmente Publieurope, pur controllata indirettamente al 100% dal Gruppo, viene operata in nome della confrontabilità dei bilanci nel tempo poiché riprende il criterio adottato precedentemente al conferimento della società nella joint-venture Epsilon.

L'attività di sub-concessione pubblicitaria e di presidio internazionale svolta dalla società genera infatti volumi d'affari per lo più infragruppo e comunque ritenuti non significativi ai fini di una rappresentazione corretta ed esaustiva dell'attività del Gruppo Mediaset.

Come avvenuto nell'informativa periodica precedente, per omogeneità rispetto ai prospetti economici degli omologhi periodi di confronto, viene di seguito esposto il conto economico del Gruppo Mediaset evidenziando separatamente il contributo economico del Gruppo Epsilon per i sei mesi di attività consolidata. L'effetto economico positivo connesso alle operazioni societarie sopra menzionate, generato dalla differenza tra il valore complessivamente riconosciuto dalla controparte e quello consolidato al 30 giugno 2001 delle attività nette cedute, viene invece rilevato sul conto economico di Gruppo come componente straordinaria.

## Risultati economici

Di seguito viene esposto il conto economico sintetico del Gruppo Mediaset:

(valori in milioni di euro)

Gruppo Mediaset				
	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2001	2000	2001	2000
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.701,5	1.655,0	351,7	381,7
Altri ricavi e proventi	24,1	20,7	4,2	8,4
<b>Totale ricavi netti consolidati</b>	<b>1.725,6</b>	<b>1.675,7</b>	<b>355,9</b>	<b>390,1</b>
Costo del lavoro	218,2	217,5	68,4	65,9
Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	502,7	477,9	129,5	136,4
<b>Costi operativi</b>	<b>720,9</b>	<b>695,4</b>	<b>197,9</b>	<b>202,3</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>1.004,7</b>	<b>980,3</b>	<b>158,0</b>	<b>187,8</b>
Ammortamenti e svalutazioni	513,5	474,6	167,1	154,3
<b>Risultato operativo</b>	<b>491,2</b>	<b>505,7</b>	<b>(9,1)</b>	<b>33,5</b>
(Oneri)/Proventi finanziari	(24,5)	(15,8)	(19,0)	(4,4)
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(55,8)	(8,3)	(12,0)	(14,3)
<b>Risultato prima delle componenti straordinarie</b>	<b>410,9</b>	<b>481,6</b>	<b>(40,1)</b>	<b>14,8</b>
(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	25,8	(0,8)	26,5	0,3
<b>Risultato pre-imposte</b>	<b>436,7</b>	<b>480,8</b>	<b>(13,6)</b>	<b>15,1</b>

Vengono di seguito enucleati gli effetti sul conto economico derivanti (nei periodi in esame e, relativamente al 2001 per i soli primi sei mesi dell'anno) dal consolidamento proporzionale del 50% del Gruppo Epsilon; l'effetto economico complessivo rilevato nel 2001 sulle singole linee del conto economico è peraltro riassorbito a livello del risultato di periodo di Gruppo al 30 settembre 2001 in relazione alla già citata plusvalenza, originata dalla differenza fra il valore contabile delle attività nette del Gruppo Epsilon consolidate fino al 30 giugno 2001 (inclusive della quota di tali risultati) ed il valore ad esse riconosciuto dal Gruppo Kirch in sede di cessione.

(valori in milioni di euro)

Gruppo Mediaset - effetti del consolidamento del Gruppo Epsilon				
	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2001	2000	2001	2000
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	29,6	50,2		23,2
Altri ricavi e proventi	(0,2)			0,1
<b>Totale ricavi netti consolidati</b>	<b>29,4</b>	<b>50,2</b>	<b>-</b>	<b>23,3</b>
Costo del lavoro	1,2	1,6		0,7
Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	23,2	40,6		17,6
<b>Costi operativi</b>	<b>24,4</b>	<b>42,2</b>	<b>-</b>	<b>18,3</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>5,0</b>	<b>8,0</b>	<b>-</b>	<b>5,0</b>
Ammortamenti e svalutazioni	4,0	6,1		2,0
<b>Risultato operativo</b>	<b>1,0</b>	<b>1,9</b>	<b>-</b>	<b>3,0</b>
(Oneri)/Proventi finanziari	(2,1)	(3,8)		(2,7)
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(2,1)	(7,4)		(5,1)
<b>Risultato prima delle componenti straordinarie</b>	<b>(3,2)</b>	<b>(9,3)</b>	<b>-</b>	<b>(4,8)</b>
(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	-	-		
<b>Risultato pre-imposte</b>	<b>(3,2)</b>	<b>(9,3)</b>	<b>-</b>	<b>(4,8)</b>

Di seguito viene invece esposto il conto economico sintetico del Gruppo Mediaset depurato degli effetti derivanti dal consolidamento proporzionale del 50% del Gruppo Epsilon:

(valori in milioni di euro)

Gruppo Mediaset al netto degli effetti del consolidamento del Gruppo Epsilon				
	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2001	2000	2001	2000
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.671,9	1.604,8	351,7	358,5
Altri ricavi e proventi	24,3	20,7	4,2	8,3
<b>Totale ricavi netti consolidati</b>	<b>1.696,2</b>	<b>1.625,5</b>	<b>355,9</b>	<b>366,8</b>
Costo del lavoro	217,0	215,9	68,4	65,2
Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	479,5	437,3	129,5	118,8
<b>Costi operativi</b>	<b>696,5</b>	<b>653,2</b>	<b>197,9</b>	<b>184,0</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>999,7</b>	<b>972,3</b>	<b>158,0</b>	<b>182,8</b>
Ammortamenti e svalutazioni	509,5	468,5	167,1	152,3
<b>Risultato operativo</b>	<b>490,2</b>	<b>503,8</b>	<b>(9,1)</b>	<b>30,5</b>
(Oneri)/Proventi finanziari	(22,4)	(12,0)	(19,0)	(1,7)
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(53,7)	(0,9)	(12,0)	(9,2)
<b>Risultato prima delle componenti straordinarie</b>	<b>414,1</b>	<b>490,9</b>	<b>(40,1)</b>	<b>19,6</b>
(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	25,8	(0,8)	26,5	0,3
<b>Risultato pre-imposte</b>	<b>439,9</b>	<b>490,1</b>	<b>(13,6)</b>	<b>19,9</b>

L'incidenza percentuale sui ricavi netti delle principali componenti del conto economico è la seguente:

Gruppo Mediaset (netto Gr.Epsilon)	Gruppo Mediaset		Gruppo Mediaset		Gruppo Mediaset (netto Gruppo Epsilon)	
			30/09/2001	30/09/2000	30/09/2001	30/09/2000
31/12/2000	31/12/2000					
100,0%	100,0%	<b>Ricavi netti consolidati</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
41,1%	42,6%	Costi operativi	41,8%	41,5%	41,1%	40,2%
58,9%	57,4%	Margine operativo lordo	58,2%	58,5%	58,9%	59,8%
28,8%	28,2%	Ammortamenti e svalutazioni	29,8%	28,3%	30,0%	28,8%
30,1%	29,3%	Risultato operativo	28,5%	30,2%	28,9%	31,0%
28,6%	27,5%	Risultato prima delle componenti straordinarie	23,8%	28,7%	24,4%	30,2%
28,5%	27,4%	Risultato pre-imposte	25,3%	28,7%	25,9%	30,2%

Si sottolinea che, a causa del non completo allineamento tra i ricavi, soprattutto pubblicitari (più concentrati nella prima parte dell'esercizio) ed i costi operativi (che più risentono, nella seconda parte dell'anno, dell'avvio delle attività relative al palinsesto autunnale), i risultati del Gruppo Mediaset sono caratterizzati da un'elevata stagionalità. La risultante di tale fenomeno è il più elevato contributo dei primi mesi dell'anno al risultato dell'intero esercizio. Nell'anno 2000 l'incidenza del margine operativo lordo sui ricavi netti è stata del 58,5% al 30 settembre rispetto ad un'incidenza del 57,4% del totale anno, mentre l'incidenza del risultato operativo è stata del 30,2% al 30 settembre rispetto al 29,3% al 31 dicembre.

Di seguito vengono analizzate le singole linee del conto economico del Gruppo Mediaset inclusivo della quota di risultati del Gruppo Epsilon (nel 2001 relativa unicamente al primo semestre).

### Ricavi Netti

30/09/2001	1.725,6
30/09/2000	1.675,7
var. %	3,0%

I ricavi netti consolidati del Gruppo Mediaset hanno registrato al 30 settembre 2001 un incremento rispetto allo stesso periodo del 2000 di 49,9 milioni di euro; al netto dell'effetto del consolidamento del Gruppo Epsilon la crescita dei ricavi netti risulta pa-

ri a 70,7 milioni di euro, corrispondente ad un aumento percentuale del 4,3% .

Il seguente prospetto evidenzia il dettaglio dei ricavi:

(valori in milioni di euro)

	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2001	2000	2001	2000
Ricavi da vendita spot	1.514,8	1.485,4	312,1	319,9
Ricavi da televendite, telepromozioni, sponsorizzazioni	276,8	251,1	55,9	52,5
<b>Ricavi pubblicitari verso terzi</b>	<b>1.791,6</b>	<b>1.736,5</b>	<b>368,0</b>	<b>372,4</b>
Ricavi di Promoservice	17,1	12,7	3,2	4,9
Altri ricavi dell'attività televisiva	92,6	71,3	21,5	26,8
Sconti d'agenzia	(267,8)	(254,1)	(55,5)	(54,6)
<b>Totale ricavi netti attività televisiva</b>	<b>1.633,5</b>	<b>1.566,4</b>	<b>337,2</b>	<b>349,5</b>
<b>Ricavi netti attività multimedia</b>	<b>26,2</b>	<b>19,1</b>	<b>8,2</b>	<b>7,5</b>
<b>Totale ricavi netti da attività non televisiva</b>	<b>36,5</b>	<b>40,0</b>	<b>10,5</b>	<b>9,8</b>
<b>Totale ricavi netti consolidati Italia</b>	<b>1.696,2</b>	<b>1.625,5</b>	<b>355,9</b>	<b>366,8</b>
Ricavi 50% Gruppo Epsilon	35,9	57,9	-	25,1
Eliminazioni	(6,5)	(7,7)	-	(1,8)
<b>Totale ricavi netti consolidati</b>	<b>1.725,6</b>	<b>1.675,7</b>	<b>355,9</b>	<b>390,1</b>

L'incremento dei ricavi netti del Gruppo è principalmente dovuto all'andamento del complesso dei **ricavi televisivi** (+ 67,1 milioni di euro, pari ad un incremento percentuale del 4,3%). In particolare:

- i **ricavi pubblicitari** consolidati nei confronti dei **clienti terzi** hanno raggiunto i 1.791,6 milioni di euro, con un incremento rispetto al 30 settembre 2000 di 55,1 milioni di euro, pari al 3,2%;
- i maggiori **ricavi di Promoservice** (pari a 4,4 milioni di euro rispetto al 30 settembre 2000) si riferiscono principalmente all'attività di rivendita di pubblicità in cambio merce;
- gli **altri ricavi dell'attività televisiva** hanno registrato una crescita pari a 21,4 milioni di euro essenzialmente dovuta ai maggiori ricavi da rivendita di diritti (+21,9 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) principalmente relativi alla vendita di alcune partite di *Champions League* a Stream.

Al 30 settembre 2001 si registra un significativo incremento (+7,1 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) dei **ricavi netti** generati dalle **attività multimediali**, principalmente per effetto dei maggiori ricavi legati ai canali tematici ed alla rivista *MT-La macchina del tempo*, distribuita dal mese di novembre 2000; In particolare:

- i ricavi legati ai canali tematici sono pari a 14,7 milioni di euro (8,4 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente) e sono relativi a *Happy Channel*, *Comedy Life* e *Duel TV* (gli ultimi due distribuiti a partire dal mese di aprile 2000) e *MT Channel* (distribuito dal mese di gennaio 2001);
- i ricavi netti relativi alle attività Internet di proprietà sono pari a 3,4 milioni di euro (1,8 milioni di euro al 30 settembre 2000); si registra invece una diminuzione dei ricavi pubblicitari netti relativi ai portali terzi in concessione pari a 4,5 milioni di euro;
- i ricavi relativi a Mediavideo ammontano a 3,7 milioni di euro (3,0 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente);
- i ricavi relativi al mensile *MT-La macchina del tempo* ammontano a 3,3 milioni di euro.

Il decremento dei **ricavi da attività non televisiva** (pari a 3,5 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), pur in presenza di un incremento (pari a 3,3 milioni di euro) dei

ricavi di Publitalia '80 S.p.A. relativi alla raccolta di pubblicità statica, è dovuto all'assenza nel 2001 di ricavi generati dall'attività di trading di diritti internazionali.

La riduzione della quota di competenza dei **ricavi del Gruppo Epsilon**, pari a 20,8 milioni di euro, è dovuta principalmente all'assenza, a partire dal terzo trimestre 2001, delle componenti reddituali venute meno in relazione alla variazione del campo di consolidamento.

### Costi operativi

30/09/2001	720,9
30/09/2000	695,4
var. %	3,7%

I costi operativi del Gruppo Mediaset hanno registrato al 30 settembre 2001 un incremento di 25,5 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Le principali componenti dei costi operativi sono rappresentate dal costo del lavoro e dagli acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi, di seguito analizzati nel dettaglio.

### Costo del lavoro

30/09/2001	218,2
30/09/2000	217,5
var. %	0,3%

Il costo del lavoro delle società del Gruppo Mediaset registra un lieve incremento pari a 0,7 milioni di euro. Si segnala che il costo del lavoro relativo alle attività multimediali che fanno capo a Mediadigit, in virtù del completamento delle strutture operative della società avvenute nel corso del 2001, è pari a 4,0 milioni di euro (1,9 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente), quello relativo alle attività non televisive che fanno capo ad Elettronica Industriale è pari a 3,5 milioni di euro (3,7 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente) mentre quello relativo al Gruppo Epsilon, per i primi sei mesi 2001, è pari a 1,2 milioni di euro (1,6 milioni di euro al 30 settembre 2000).

La seguente tabella evidenzia la forza lavoro del Gruppo Mediaset al 30 settembre 2001:

31/12/2000	Organico puntuale - inclusi "t.d.s."	30/09/2001	30/09/2000
270	Dirigenti	281	264
294	Giornalisti	301	276
609	Quadri	613	604
3.141	Impiegati	3.113	3.138
70	Operai	62	69
<b>4.384</b>	<b>Gruppo Mediaset</b>	<b>4.370</b>	<b>4.351</b>
64	Gruppo Epsilon	-	63
<b>4.448</b>	<b>Totale Gruppo Mediaset</b>	<b>4.370</b>	<b>4.414</b>

31/12/2000	Organico medio - inclusi "t.d.s."	30/09/2001	30/09/2000
268	Dirigenti	275	266
600	Giornalisti	303	275
3.165	Quadri	613	600
70	Impiegati	3.129	3.216
279	Operai	65	73
<b>4.382</b>	<b>Gruppo Mediaset</b>	<b>4.385</b>	<b>4.430</b>
64	Gruppo Epsilon	42	63
<b>4.446</b>	<b>Totale Gruppo Mediaset</b>	<b>4.427</b>	<b>4.493</b>

Il decremento dell'organico puntuale complessivo rispetto al 31 dicembre 2000, escludendo gli organici relativi al Gruppo Epsilon, è pari a 14 unità tale andamento è principalmente determinato dalla diminuzione delle risorse appartenenti alla categoria dei "tempi determinati dello spettacolo" il cui impiego riflette la diminuzione delle attività produttive tipiche del periodo estivo, in presenza di un incremento delle risorse avvenuto per effetto del trasferimento del personale dipendente impegnato nell'attività del ramo di azienda di Jumpy, acquisito da parte di Mediadigit a partire dal mese di agosto 2001.

L'andamento del costo del lavoro mostra, nel periodo in esame, una dinamica particolarmente contenuta anche in relazione alla riduzione degli organici medi.

#### Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi

30/09/2001	502,7
30/09/2000	477,9
var. %	5,2%

Gli acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi hanno registrato al 30 settembre 2001 un incremento di 24,8 milioni di euro. Tale crescita è principalmente dovuta all'andamento dei costi operativi televisivi, come risulta dal seguente prospetto:

(valori in milioni di euro)

	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2001	2000	2001	2000
Costi commerciali	62,6	61,8	16,0	19,5
Costi del palinsesto	305,5	263,4	76,5	67,2
Costi di emissione	21,7	24,1	7,0	7,9
Altri costi	47,8	48,8	15,7	14,3
<b>Totale costi operativi televisivi</b>	<b>437,6</b>	<b>398,1</b>	<b>115,2</b>	<b>108,9</b>
Costi operativi attività multimedia	17,8	11,9	6,1	4,7
Altri costi operativi non televisivi	24,1	27,3	8,2	5,2
<b>Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi</b>	<b>479,5</b>	<b>437,3</b>	<b>129,5</b>	<b>118,8</b>
Costi 50% Gruppo Epsilon	29,7	48,3	-	19,3
Eliminazioni	(6,5)	(7,7)	-	(1,7)
<b>Totale acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi</b>	<b>502,7</b>	<b>477,9</b>	<b>129,5</b>	<b>136,4</b>

I maggiori **costi operativi televisivi** sono determinati principalmente dall'incremento dei **costi operativi del palinsesto** (+ 42,1 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente). Tale variazione riflette la diversa composizione della programmazione delle reti rispetto a quella dello stesso periodo 2000 anche per effetto del mantenimento, nel corso del 2001, delle maggiori novità editoriali proposte a partire dall'autunno 2000. Oltre al significativo maggior costo indotto dalla programmazione della nuova soap opera quotidiana *Cento Vetrine* (che dal 2001 ha affiancato nella fascia pomeridiana di Canale 5 *Vivere*, a sua volta emessa nel 2000 solo dal mese di febbraio), nel corso dei nove mesi 2001 i maggiori costi operativi del palinsesto sono

imputabili al crescente impegno produttivo concentrato sui *game show* di successo programmati nella fascia del pre-serale e di Prime Time (*Passaparola, Chi vuole essere miliardario, Sarabanda, Facce da quiz*) e sulle principali produzioni di intrattenimento (*Italiani, Saloon e Survivor*). Si segnala che l'andamento dei costi operativi del palinsesto, in presenza comunque di un maggior costo tendenziale delle diverse componenti del prodotto televisivo emesso rispetto all'anno precedente, registra, nel corso del terzo trimestre 2001, una crescita, sia in valore assoluto che in termini percentuali, inferiore rispetto a quella registrata nei primi sei mesi 2001. Tale andamento riflette una graduale e progressiva maggior confrontabilità dei palinsesti in corso d'anno (in termini di volumi prodotti e di tipologie emesse) rispetto a quelli delle omologhe stagioni televisive dell'anno precedente.

Al fine di un più corretto apprezzamento della dinamica dei costi di periodo, si segnala inoltre che il complesso dei costi televisivi, inclusivi delle componenti legate al costo del lavoro ed agli ammortamenti di diritti e di altre immobilizzazioni, al netto dei proventi generati dalla rivendita dei diritti televisivi (essenzialmente relativi alla *Champions League*) commentati in precedenza, evidenzia al 30 settembre 2001, un incremento contenuto al 5,1%.

L'incremento dei **costi** relativi alle attività **multimedia** riflette principalmente i maggiori costi di realizzazione dei canali tematici (*Mt Channel* operativo dall'inizio del 2001, *Comedy Life* e *Duel* attivati da aprile 2000) e del mensile *MT-La macchina del tempo* (distribuito dal mese di novembre 2000), oltre ai maggiori costi sostenuti per la realizzazione e lo sviluppo dei siti Internet principalmente relativi ai contenuti informativi online (*TgCom*) ed a quelli connessi all'acquisizione del ramo di azienda di Jumpy, avvenuta nel corso del terzo trimestre 2001.

Il decremento degli **altri costi non televisivi**, pur in presenza di una crescita dei costi variabili legati all'attività di vendita di pubblicità statica, è principalmente dovuto alla cessazione, nel 2001, dell'attività di trading di diritti internazionali, in relazione alla quale venivano riconosciuti ai titolari di tali diritti i proventi legati alla commercializzazione degli stessi.

La riduzione della quota di competenza dei **costi del Gruppo Epsilon**, pari a 17,4 milioni di euro, è dovuta principalmente alla variazione del campo di consolidamento avvenuta nel terzo trimestre 2001.

### **Margine Operativo Lordo**

30/09/2001	1.004,7
30/09/2000	980,3
var. %	2,5%

Il margine operativo lordo realizza un incremento di 24,4 milioni di euro rispetto al 30 settembre 2000. L'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati risulta pari al 58,2% , rispetto al 58,5% dello stesso periodo dell'anno 2000.

### **Risultato Operativo**

30/09/2001	491,2
30/09/2000	505,7
var. %	-2,9%

Il risultato operativo al 30 settembre 2001 presenta un decremento pari a 14,5 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente al netto di ammortamenti e svalutazioni pari a 513,5 milioni di euro (474,6 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente).

L'incremento di tale voce è principalmente imputabile ai maggiori ammortamenti dei diritti televisivi (451,1 milioni di euro al 30 settembre 2001 rispetto ai 408,6 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente); la componente relativa ai canali te-

matici è pari a 4,6 milioni di euro (2,6 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente).

L'incidenza percentuale del risultato operativo sui ricavi netti consolidati è pari al 28,5% rispetto al 30,2% nello stesso periodo dell'anno precedente.

### ***(Oneri)/Proventi finanziari***

30/09/2001	(24,5)
30/09/2000	(15,8)
var. ml./euro	(8,7)

Il saldo negativo di tale voce è dovuto principalmente all'effetto dell'adeguamento (15,3 milioni di euro al 30 settembre 2001 rispetto a 1,1 milioni di euro al 30 settembre 2000) del valore di carico di n. 6.947.400 azioni proprie in portafoglio ed ai maggiori oneri netti in relazione all'evoluzione della posizione finanziaria di Gruppo. Si segnala inoltre che i proventi generati dalla liquidità del Gruppo per la parte gestita dalla SICAV ABS Finance Fund vengono, come di consueto, rilevati solo a fine anno. Rispetto all'analogo periodo dell'anno prece-

dente si registra inoltre un saldo positivo tra oneri e proventi su cambi (+1,1 milioni di euro al 30 settembre 2001 rispetto a -18,3 milioni di euro dell'omologo 30 settembre 2000).

### ***(Oneri)/Proventi da partecipazioni***

30/09/2001	(55,8)
30/09/2000	(8,3)
var. ml./euro	(47,5)

Tale voce riflette l'effetto economico delle valutazioni ad equity di Albacom S.p.A. (partecipata al 19,5%), delle società operanti nel mercato televisivo spagnolo appartenenti al Gruppo Telecinco (partecipate al 40%) e della quota di partecipazione (24,5%) detenuta, fino al 30 giugno 2001, in PKS (holding a cui fa capo indirettamente una quota pari al 16,53% di ProSieben-SAT1MediaAG), oltre alla svalutazione della partecipazione (9%) detenuta da Mediaset Investment S.a.r.l. in Blu S.p.A.

Il saldo negativo al 30 settembre 2001, pari a 55,8 milioni di euro, è principalmente attribuibile a:

- provento netto di 14,1 milioni di euro relativi alla valutazione delle società appartenenti al Gruppo Telecinco (29,2 milioni di euro espressivi della quota di risultato e 15,1 milioni di euro relativi alla quota di ammortamento degli avviamenti);
- onere netto di 28,3 milioni di euro relativi ad Albacom S.p.A. (26,7 milioni di euro espressivi della quota di risultato e 1,6 milioni di euro relativi alla quota di ammortamento dell'avviamento);
- svalutazione della partecipazione detenuta in Blu S.p.A. per 39,3 milioni di euro corrispondente alla quota di competenza delle perdite registrate dalla società fino al 31 marzo 2001, in relazione all'operazione di ripianamento di tali perdite deliberata ai sensi dell'art. 2446 del c.c. dall'Assemblea straordinaria di Blu S.p.A. del 7 giugno 2001; non si è ritenuto invece opportuno procedere alla contabilizzazione di un'ulteriore svalutazione della partecipazione sulla base della perdita registrata da Blu S.p.A. nel semestre aprile-settembre 2001, in quanto, si ritiene tale perdita recuperabile in relazione al progetto di cessione della partecipazione, la cui percorribilità è attualmente in corso di verifica;
- onere di 2,1 milioni di euro relativo alla valutazione ad equity del Gruppo PKS fino al 30 giugno 2001.

### ***Risultato pre-imposte***

30/09/2001	436,7
30/09/2000	480,8
var. %	-9,2%

La diminuzione del risultato pre-imposte di periodo, rispetto al 30 settembre 2000, è pari a 44,1 milioni di euro; tale variazione, in presenza di un minor risultato operativo di 14,5 milioni di euro, è essenzialmente dovuta all'effetto complessivo generato dal risultato delle partecipazioni, dovuto principalmente alla svalutazione di Blu S.p.A. ed all'effetto della valutazione alla data delle azioni

proprie in portafoglio. Tali  
variazioni sono parzialmente  
compensate dall'effetto eco-  
nomico positivo  
dell'operazione di conver-  
sione dell'investimento in  
Kirch Me-

dia (26,3 milioni di euro) de- nette consolidate del Gruppo Epsilon, inclusive delle differenze  
terminato, a livello consoli- di consolidamento al 30 giugno 2001, ed il valore (pari a 212,1  
dato, dalla differenza tra il milioni di euro) ad esse complessivamente riconosciuto dal  
valore contabile delle attività Gruppo Kirch in sede di cessione.

### ***Accantonamenti per imposte sul reddito***

Conformemente alla facoltà prevista dall'art. 81 comma 7 del Regolamento approvato con deli-  
bera CONSOB n. 11971 del 14 maggio 1999 e successive modificazioni, è stato presentato il  
risultato di periodo al lordo delle imposte e, pertanto, non sono state conteggiate le imposte dif-  
ferite attive e passive derivanti dall'applicazione del principio contabile vigente, relativo alle im-  
poste sul reddito.

## Struttura patrimoniale e finanziaria

Di seguito viene esposta la sintesi patrimoniale del Gruppo Mediaset:

(valori in milioni di euro)

31/12/2000	Sintesi Patrimoniale	30/09/2001	30/06/2001
1.763,9	Diritti televisivi	1.861,1	1.895,0
450,0	Altre immobilizzazioni immateriali e materiali	425,2	462,5
585,5	Partecipazioni e altre immobilizzazioni finanziarie	730,3	623,5
(450,4)	Capitale circolante netto e altre attività/passività	(324,4)	(60,8)
(85,1)	Fondo trattamento di fine rapporto	(91,3)	(89,3)
<b>2.263,9</b>	<b>Capitale investito netto</b>	<b>2.600,9</b>	<b>2.830,9</b>
<b>125,3</b>	<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>(58,0)</b>	<b>(274,1)</b>
<b>2.389,2</b>	<b>Patrimonio netto di Gruppo e di terzi</b>	<b>2.542,9</b>	<b>2.556,8</b>
31/12/2000	Fonti e Impieghi	30/09/2001	30/06/2001
<b>1.136,3</b>	<b>Flusso di cassa operativo</b>	<b>945,6</b>	<b>814,1</b>
<b>(806,1)</b>	<b>Totale investimenti di cui:</b>	<b>(993,0)</b>	<b>(574,7)</b>
(612,5)	investimenti in diritti televisivi	(562,2)	(435,2)
(116,7)	investimenti partecipativi	(353,5)	(103,2)
(13,9)	investimenti in altre immobilizzazioni immateriali	(39,1)	(8,7)
(63,0)	investimenti in immobilizzazioni materiali	(38,2)	(27,6)
2,7	Aumenti di capitale	-	-
<b>(216,2)</b>	<b>Dividendi distribuiti</b>	<b>(283,2)</b>	<b>(283,2)</b>
<b>(166,9)</b>	<b>Altre variazioni monetarie</b>	<b>(60,4)</b>	<b>(355,7)</b>
-	Variazione campo di consolidamento	207,7	-
<b>(50,2)</b>	<b>Flusso di cassa netto</b>	<b>(183,3)</b>	<b>(399,5)</b>

Di seguito vengono commentate le principali voci dello stato patrimoniale e le rispettive variazioni rispetto al 31 dicembre 2000. Per ciascuna di tali variazioni viene data indicazione degli effetti dovuti al deconsolidamento delle attività relative alla joint venture Epsilon. L'effetto complessivo, pari a 207,7 milioni di euro, viene invece esposto sinteticamente nel rendiconto finanziario nella voce **variazione campo di consolidamento**, al fine di esporre la dinamica finanziaria di periodo del Gruppo su base omogenea.

### Capitale investito netto

30/09/2001	2.600,9
31/12/2000	2.263,9
var. ml./euro	337,0

La componente più rilevante del capitale investito del Gruppo Mediaset è rappresentata dalla voce **diritti televisivi** che mostra un incremento di 97,2 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2000.

Tale variazione, al netto del decremento pari a 13,9 milioni di euro, dovuto al deconsolidamento delle attività nette del Gruppo Epsilon, è dovuta al maggior valore degli investimenti contabilizzati nel periodo (562,2 milioni di euro) rispetto alle quote di ammortamento (451,1 milioni di euro). Tale andamento riflette la diversa distribuzione nel corso dell'anno degli investimenti, prevalentemente concentrati nella prima parte, rispetto a quella degli ammortamenti variabile in funzione delle decorrenze. Si segnala, tuttavia, che già nel corso del terzo trimestre 2001 il valo-

re degli investimenti è risultato leggermente inferiore rispetto alla quota degli ammortamenti registrati nel periodo. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, si registra comunque un

maggior valore degli investimenti in diritti, anche in relazione ad acquisti effettuati, cogliendo opportunità disponibili sul mercato, con l'obiettivo strategico di consolidare ulteriormente il vantaggio competitivo sul fronte della disponibilità di prodotto cinematografico destinato all'emissione televisiva.

La diminuzione della voce **altre immobilizzazioni immateriali e materiali** pari a 24,8 milioni di euro, è principalmente dovuta agli effetti del deconsolidamento di Epsilon (diminuzione pari a 57,1 milioni di euro, prevalentemente relativa alle differenze nette di consolidamento) a fronte dell'incremento (pari a 25,7 milioni di euro) riguardante le attività immateriali (marchi ed avviamento) connesse al ramo di azienda relativo al portale Jumpy, acquistate nel corso del terzo trimestre 2001.

Le **partecipazioni e immobilizzazioni finanziarie** aumentano di 144,8 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2000 principalmente per effetto delle seguenti variazioni:

- acquisto della quota di partecipazione, prossima alla 0,5%, del capitale azionario ordinario di Olivetti S.p.A. per un controvalore di 103,2 milioni di euro;
- sottoscrizione per la propria quota di compe-

tenza pari a 32,5 milioni di euro (di cui 13,9 milioni di euro già versati al 30 settembre 2001) dell'aumento di capitale di Blu S.p.A. avvenuto nel corso del terzo trimestre 2001;

- variazione netta pari a 80,8 milioni di euro dovuta all'iscrizione delle partecipazioni del 2,28% in Kirch Media GmbH & Co KgaA (203,8 milioni di euro) e del 100% di Publieuros Ltd. (pari a 8,5 milioni di euro) a fronte di una diminuzione complessiva di 131,5 milioni di euro relativa alle partecipazioni detenute, al 31 dicembre 2000, in PKS GmbH e Monarchy Holding nell'ambito del Gruppo Epsilon, escluse, al 30 settembre 2001, dal campo di consolidamento di Gruppo;
- acquisto della quota di partecipazione pari al 30% di Fascino S.r.l. pari a 5,5 milioni di euro, avvenuta nel corso del terzo trimestre 2001;
- diminuzione netta di 79,0 milioni di euro per effetto delle valutazioni ad equity delle società appartenenti al Gruppo Telecinco e di Albacom S.p.A. e della svalutazione per perdite di Blu S.p.A.

Il saldo negativo della voce **capitale circolante e delle altre attività e passività** pari a 324,4 milioni di euro si riduce, rispetto al 31 dicembre 2000, per 126,0 milioni di euro, di cui 21,2 milioni di euro relativi al deconsolidamento delle attività nette del Gruppo Epsilon. Tale variazione, in presenza di una diminuzione dei crediti commerciali, connessa alla dinamica del fatturato pubblicitario del periodo va posta in relazione principalmente a:

- variazione di debiti e crediti tributari connessi al versamento di imposte per 169,8 milioni di euro, di cui 34,9 milioni di euro relativi all'imposta sostitutiva dovuta a fronte della rivalutazione dei marchi delle reti Mediaset, effettuata da R.T.I. S.p.A. nell'esercizio 2000 ai sensi della Legge 342/2000;
- diminuzione dei debiti per 9,3 milioni di euro nei confronti della partecipata Blu S.p.A.. Tali debiti erano pari, al 31 dicembre 2000, a 27,9 milioni di euro ed erano relativi alla quota dell'aumento di capitale sottoscritto nel 2000 e versata nel corso del primo semestre di quest'anno. Al 30 settembre 2001 risultano pari a 18,6 milioni di euro e si riferiscono alla parte non ancora versata dell'aumento di capitale sottoscritto a luglio 2001;
- versamento di 24,3 milioni di euro a fronte dell'erogazione di un prestito infruttifero concesso pro-quota dai soci alla partecipata Albacom S.p.A..

### **Patrimonio netto di Gruppo e di terzi**

30/09/2001	2.542,9
31/12/2000	2.389,2
var. ml./euro	153,7

L'incremento del patrimonio netto rispetto al 31 dicembre 2000 è imputabile al risultato lordo dei nove mesi 2001, al netto del prelievo per la distribuzione dei dividendi (pari a 283,2 milioni di euro).

### **Posizione finanziaria netta**

30/09/2001	(58,0)
31/12/2000	125,3
var. ml./euro	(183,3)

La variazione della posizione finanziaria netta rispetto al 31 dicembre 2000, pur in presenza del consistente flusso di cassa prodotto dalla gestione corrente, va posta in relazione, oltre alle uscite correlate al finanziamento di Albacom S.p.A. e Blu S.p.A., all'investimento partecipativo in Olivetti S.p.A. ed all'acquisizione del ramo di azienda relativo al portale Jumpy, alle uscite per imposte e dividendi caratteristiche della prima parte dell'anno.

Di seguito viene riprodotto il dettaglio della posizione finanziaria netta:

*(valori in milioni di euro)*

31/12/2000		30/09/2001	30/06/2001
243,1	Disponibilità liquide	138,4	150,1
228,3	Titoli e attività finanziarie non immobilizzate	243,2	227,2
<b>471,4</b>	<b>Totale attività finanziarie</b>	<b>381,6</b>	<b>377,3</b>
(337,4)	Debiti verso banche	(438,2)	(644,2)
	Debiti verso altri finanziatori:		
(2,7)	Società di factoring	-	-
(0,6)	Società di leasing	(0,4)	(0,5)
(5,4)	Altri	(0,9)	(6,7)
<b>(346,1)</b>	<b>Totale passività finanziarie</b>	<b>(439,5)</b>	<b>(651,4)</b>
<b>125,3</b>	<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>(58,0)</b>	<b>(274,1)</b>

## ANALISI PER AREE DI ATTIVITÀ

### Televisione commerciale Italia

#### **Pubblicità**

I ricavi del Gruppo Mediaset sono generati in misura rilevante dalla vendita di pubblicità televisiva sulle reti Mediaset, di cui Publitalia '80 S.p.A. ha la concessione in esclusiva.

Di seguito viene riportato un dettaglio del fatturato della concessionaria relativamente ai periodi considerati:

(valori in milioni di euro)

	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2001	2000	2001	2000
Ricavi pubblicitari vs. terzi	1.791,6	1.736,5	368,0	372,4
Ricavi pubblicitari vs. Gruppo Fininvest e Gruppo Mediolanum	29,5	31,7	8,2	6,4
Ricavi pubblicitari vs. Promoservice	4,3	2,8	0,8	1,5
Ricavi pubblicitari vs. altre società del Gruppo Mediaset	0,2	-	-	-
<b>Ricavi pubblicitari televisivi Publitalia '80 S.p.A.</b>	<b>1.825,6</b>	<b>1.771,0</b>	<b>377,0</b>	<b>380,3</b>

Nonostante una leggera flessione registrata nel terzo trimestre 2001, essenzialmente dovuta all'andamento della raccolta pubblicitaria nel mese di agosto 2001, al 30 settembre 2001 Publitalia '80 conferma, in contro tendenza rispetto all'andamento generale del mercato, la propria leadership nel mercato nazionale di riferimento, conseguendo una crescita della raccolta pubblicitaria complessiva, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, pari a 54,6 milioni di euro (+3,1%). Nello stesso periodo, la raccolta pubblicitaria, escludendo quella realizzata nei confronti delle società del Gruppo Fininvest, ha invece registrato una crescita pari al 3,3%.

Nel complesso, i ricavi da vendita di spot hanno registrato un aumento pari al 2,0% ottenuto attraverso una crescita percentualmente superiore del ricavo medio in presenza di una minore quantità di spazi venduti; i ricavi da televendite, telepromozioni e sponsorizzazioni sono cresciuti, invece, ad un tasso decisamente superiore pari al 10,2%.

#### **Broadcasting e contenuti:**

I risultati ottenuti da Mediaset nei nove mesi 2001 sono estremamente positivi. L'insieme delle tre reti Mediaset registra infatti, nel totale giornata, un incremento dello 0,8% rispetto al periodo omologo 2000, interamente a svantaggio di Rai; rimangono invece stabili La 7 e le altre emittenti. Inoltre, con il 43,3% realizzato nelle 24 ore, Mediaset stabilisce un nuovo record che le consente di ottenere il risultato più alto degli ultimi cinque anni e di confermare il trend in crescita.

Totale giornata	2001	2000	Diff. vs. 2000
Reti Mediaset	43,3%	42,5%	0,8%
Reti RAI	47,0%	47,9%	-0,9%
Altre	9,7%	9,6%	0,1%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

Più in dettaglio, a trascinare verso l'alto i dati Mediaset, sono i risultati di Canale 5 (+1,7 punti di share in Day Time e +2,6 in Prime Time).

Tra le reti Rai, è Rai2 quella che perde maggiormente rispetto all'omologo periodo dell'anno precedente (-1,5 in Day Time e -1,0 in Prime Time).

A seguire viene presentata più in dettaglio la situazione degli ascolti di ciascuna delle reti Mediaset.



Ottimi risultati per Canale 5 nei nove mesi 2001: con il 23,3% nelle 24 ore guadagna 1,9 punti rispetto allo stesso periodo 2000.

Come indica la seguente tabella, l'aumento degli ascolti si distribuisce uniformemente in tutto l'arco della giornata:

Canale 5 - Totale ascolti	2001	2000	Diff. vs. 2000
Totale giornata	23,3%	21,4%	1,9%
Prime Time	23,6%	21,0%	2,6%
Day Time	23,2%	21,5%	1,7%

In particolare, in **Day Time**:

- le **soap** – *Vivere*, *Beautiful* e *Cento Vetrine* – continuano a crescere facendo diventare la fascia di mezzogiorno uno dei momenti cardine del palinsesto. I già positivi risultati della primavera (*Vivere* 20,5%, *Beautiful* 32,2% e *Cento Vetrine* 26,3%) sono stati non solo mantenuti ma addirittura superati nella ripresa autunnale (nel mese di settembre 2001 le tre soap hanno avuto, nell'ordine, una media del 22%, 33,9% e 29,8%). Da segnalare inoltre gli straordinari ascolti del periodo estivo durante il quale *Vivere* ha ottenuto il 23,9%, *Beautiful* il 35,3% e *Cento Vetrine* il 30,3%;
- il **talk** pomeridiano *Uomini e Donne*, attestatosi, nei primi sei mesi 2001 al 26,5%, in settembre 2001 riesce a contrastare il competitor di Rai2 *Al posto tuo* e ad imporsi come prima scelta per il pubblico femminile (28,0% vs 19,2%);
- i **game** condotti da Gerry Scotti mantengono la leadership del preserale: *Chi vuol essere miliardario* (in onda in Day Time dal 23/4 al 12/5) sfiora il 30%; *Passaparola*, dopo gli ottimi risultati del primo semestre 2001 (26,9% vs 23,6% del periodo omologo dell'anno precedente), in settembre 2001 supera di 2,7 punti *Quiz Show* (23,7% vs 21% dello stesso periodo dell'anno precedente);
- trend in crescita rispetto al 2000 anche per il **Tg5**: alle 13:00 si attesta al 24,9% vs il 21,2% dello stesso periodo dell'anno precedente; alle 20.00 raggiunge il 28,5% vs il 25,6% dello stesso periodo dell'anno precedente. In particolare, nelle settimane successive alla tragedia delle Twin Towers, tra il 12 e il 29 settembre, l'edizione serale del *Tg5* è stata seguita da oltre 6 milioni e 800mila spettatori con una share del 29,5%.

In **Prime Time**:

- *Striscia la Notizia*, dopo aver chiuso il primo semestre 2001 al 32% medio, debutta il 24 settembre 2001 con il 34% di share pari a 10 milioni di telespettatori;

- *I Filmissimi* del lunedì giungono alla fine del terzo trimestre 2001 al 24,6% con punte che superano il 30%: *Titanic* (41,9%), *Così è la vita* (36,4%), *Il matrimonio del mio migliore amico* (34,4%), per citarne solo alcuni;
- bilancio positivo anche per la **fiction**: *La uno bianca* raggiunge il 31,1%, *Il bello delle donne* il 25,2%, *Sei forte maestro 2* incrementa di quasi 3 punti i già buoni ascolti della prima serie (22,2% vs 19,3% dello stesso periodo dell'anno precedente). In settembre 2001 la prima puntata di *Distretto di Polizia 2* conquista il 26,2% di share, guadagnando 5 punti rispetto all'esordio della serie dell'anno precedente;
- grandi successi anche per quanto riguarda le **produzioni**: *Stranamore* ottiene il 29,7%, *Chi vuol essere miliardario* si stabilizza su una media del 26,8%. Partenza da record, inoltre, per *Grande Fratello*: le prime due puntate della nuova edizione arrivano al 28,4%, ben 5 punti di share in più delle prime due puntate del 2000.



## Italia 1

Nei nove mesi 2001 il risultato di Italia 1 sugli individui è leggermente inferiore all'omologo periodo del 2000. Nelle 24 ore la rete si riconferma, comunque, prima scelta per i giovanissimi (bambini dai 4 ai 14 anni) e per i ragazzi 15-19enni e, terza scelta, dopo Canale 5 e Rai 1, sui 15-34enni.

Italia 1 - Totale ascolti	2001	2000	Diff. vs. 2000
Totale giornata	10,5%	11,5%	-1,0%
Prime Time	11,0%	11,9%	-0,9%
Day Time	10,4%	11,4%	-1,0%

Nel dettaglio, in **Day Time**:

- nella fascia di mezzogiorno i **cartoni animati** continuano a costituire uno dei punti di forza della rete: *I Simpson* ottengono il 15,4% e *Dragon Ball* il 15,2% e sfiorano rispettivamente il 50% e il 55% sui bambini 4-14. Nel pomeriggio *Bim Bum Bam* raggiunge, nel mese di settembre 2001, il 14,8% con punte che superano il 17,5%;
- per quanto riguarda le **produzioni**, dopo il successo di *Popstar* (15,3%) in onda nei primi mesi 2001, va segnalato, in settembre 2001, quello di *Non era la Rai*. Le nove puntate di spezzoni e interviste alle ragazze del varietà omonimo lanciato nel 1991 da Gianni Boncompagni, ottengono complessivamente il 13,7% sugli individui e il 33,5% sui giovani 15-19 anni;
- tra i **telefilm VIP**, l'ultimo ad approdare su Italia 1, conquista il pubblico giovane: raggiunge infatti, il 32,2% sui bambini e il 28,4% sui 15-19enni;
- anche per Italia 1 da segnalare la buona performance dell'**informazione**. L'edizione di *Studio Aperto* delle 12:25 chiude il terzo trimestre 2001 con una media del 14,8%; quella serale, in una nuova collocazione dal 25/6 (18:30 vs 19:30) ha un trend in crescita, che la porta dall'11% della prima settimana di programmazione al 12,7% di fine estate. Inoltre, nei giorni immediatamente successivi agli eventi dell'11 settembre 2001, *Studio aperto* si attesta al 15,6% di share, con punte che hanno sfiorato il 22%;

- il **game show** *Sarabanda*, in settembre 2001 ottiene il 9,9% di share, un buon risultato (sebbene in leggero calo rispetto ai primi mesi dell'anno) se si considera la sua collocazione in concomitanza con i Tg che, alla luce degli avvenimenti internazionali, hanno catalizzato l'attenzione degli ascoltatori;
- in seconda serata, positive le partenze delle **produzioni**: al giovedì, *Le Iene*, dopo il 14,1% del primo semestre 2001, debutta il 27 settembre 2001 con la nuova conduzione di Alessia Marcuzzi, Luca Bizzarri e Paolo Kessisoglu con un 16,8%; lo stesso giorno, a seguire, la prima puntata della nuova edizione di *Mai dire grande fratello* raggiunge il 19,8%. Buoni anche i risultati degli appuntamenti estivi di seconda serata: il **ciclo** *Notte Horror* del martedì conquista il 13,7% medio, vantando anche un risultato eccezionale con *Giovani Streghe*, 20,5%, trasmesso il 3 luglio 2001. Lo **speciale** *Tutto in un giorno*, un approfondimento giornalistico sui fatti del G8 di Genova in onda il 26 luglio 2001, sfiora il 16% di share,

#### In Prime Time:

- soddisfacente il dato della programmazione **film**: *Mars Attack* ottiene il 13,3%, *Bulletproof* il 12,7%, *Virus* il 13,4%, per citare solo alcuni dei film più recentemente trasmessi;
- tra le **produzioni**, il *Festivalbar* si conferma un appuntamento imperdibile per i più giovani: le 10 puntate dell'edizione 2001 si attestano al 15% di share sugli individui, mentre superano il 30% di share sia sui 15-19enni, sia sui bambini. Buono il risultato complessivo delle quattro partite di **calcio** estivo che ottengono una media dell'11,6%: tra queste spicca il risultato di *Ajax-Milan* (14,4%) all'interno del Torneo di Amsterdam.



#### Retequattro

La situazione degli ascolti di Rete 4 alla fine del terzo trimestre 2001 resta pressoché invariata rispetto a quella del periodo omologo 2000.

Anche nei nove mesi 2001, la rete conferma la sua capacità di attrarre pubblico femminile e adulto (oltre il 10% sulle donne e più del 12% sui maggiori di 55 anni nel totale giornata).

Retequattro - Totale ascolti	2001	2000	Diff. vs. 2000
Totale giornata	9,5%	9,6%	-0,1%
Prime Time	8,2%	8,0%	0,2%
Day Time	9,8%	10,0%	-0,2%

#### Nel dettaglio, in Day Time:

- *Forum*, una delle **produzioni** storiche di Retequattro, inizia la stagione autunnale con una media del 16%, un risultato che gli consente di superare il concorrente *I Fatti Vostri* (14,5%) e che dimostra la forza del programma. Le "battaglie legali" condotte da Paola Perego riescono, infatti, a ritagliarsi uno spazio significativo nonostante si debbano confrontare con un'informazione che, dopo l'11 settembre 2001, ha guadagnato un maggior interesse da parte del pubblico. *Sembra Ieri*, il nuovo programma preserale, debutta il 10 settembre 2001 con un ascolto del 12,1% raccogliendo soprattutto il favore del pubblico adulto (19,1% sul pubblico con età superiore ai 55 anni). In crescita gli ascolti delle produzioni del sabato: nei nove mesi 2001 *Il trucco c'è* guadagna 1 punto (14% vs 13%) rispetto all'omologo dell'anno precedente, nel periodo estivo *Sabato Vip Estate* chiude al 15,1% contro l'11,6% di *Sabato*

*Vip in Vacanza* del 2000. Migliora anche il risultato de *La Domenica del Villaggio*: rispetto all'edizione 2000, il programma passa dal 15,6% al 16,8%;

- una nota particolare merita il **Tg4**: il primo ad andare in onda con un'edizione straordinaria l'11 settembre 2001, il notiziario diretto da Emilio Fede si assesta sull'8,8% nella fascia di mezzogiorno, mentre nell'edizione serale passa dal 7,9% dei nove mesi 2001 al 9,1% dello stesso periodo 2000, con una crescita di oltre un punto di share.

In **Prime Time**:

- i **film** continuano a rappresentare una risorsa preziosa per la rete: le 135 serate dedicate al cinema hanno ottenuto una media dell'8,1% di share. Tra gli ultimi trasmessi vanno segnalati *Potere Assoluto* (10,9%) e *Nessuna Pietà* (10,3%); positivo anche il risultato del **ciclo** estivo del sabato sera *Poker d'Hitchcock* al 9,3 % medio;
- tra le **produzioni** *Ballo amore e fantasia* e *Viva Napoli*, i due programmi musicali divenuti ormai un appuntamento tradizionale del palinsesto estivo di Retequattro, superano entrambi il 9% di share. Infine, per quanto riguarda il **calcio**, le dieci partite della *Coppa dei Campioni* hanno avuto un risultato complessivo in linea con la media di rete (8,1%) mentre la partita di *Coppa Uefa Milan-Bate Borisov* si è aggiudicata, il 27 settembre 2001, una share dell'8,8%.

## Televisione commerciale Estero

### Gruppo Telecinco

In una fase di pronunciata contrazione del mercato pubblicitario spagnolo, peraltro comune ai maggiori paesi europei, l'andamento della raccolta pubblicitaria di Publiespana per Telecinco al 30 settembre 2001 è stata pari a 409,1 milioni di euro rispetto ai 451,7 milioni di euro, registrati nello stesso periodo dell'anno precedente. Tale andamento, che va comunque posto in relazione all'eccezionale tasso di crescita che aveva caratterizzato il 2000, risente, inoltre, della politica di prezzo estremamente aggressiva applicata dai due principali competitors nel corso del 2001.

Nel corso dei nove mesi del 2001 Telecinco ha ottenuto una quota d'ascolto sull'intera giornata pari al 21,4% (rispetto al 22,7% dello stesso periodo dell'anno precedente), mentre il principale competitor privato Antena 3, attestato al 20,5%, ha registrato una flessione di 1,1 punti percentuali. Alla riduzione della quota d'ascolto registrata dalle due principali emittenti private è corrisposto un lieve incremento di ascolto ottenuto dalle reti pubbliche (salite dal 24,4% al 24,5%) e soprattutto dalle reti locali ed a pagamento. I risultati d'ascolto sul target commerciale confermano invece la leadership di Telecinco che ottiene una quota d'ascolto pari al 24,4% davanti ad Antena 3 (dal 22,6% al 22,0%) ed a TVE1 attestata al 19,5%.

La flessione registrata a livello dei ricavi pubblicitari, in presenza di un tasso di crescita dei costi del palinsesto, comunque contenuto al 6%, determina un risultato operativo di periodo pari a 109,6 milioni di euro (rispetto a 169,6 milioni di euro nello stesso periodo del 2000). La redditività operativa del periodo si mantiene comunque su livelli estremamente elevati (pari al 28%). Il risultato netto di periodo si colloca a 73,0 milioni di euro, rispetto a 108,4 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

La valutazione ad equity della partecipazione, includendo l'ammortamento dell'avviamento pari a 15,1 milioni di euro, ha comportato per il Gruppo Mediaset un provento netto di 14,1 milioni di euro.

### **Partecipazione in KirchMedia**

In data 8 agosto 2001 Mediaset S.p.A., Mediaset Investment S.a.r.l. e Medusa Film S.p.A. (società appartenente al Gruppo Fininvest) da un lato e Kirch Media GmbH & Co. KgaA ed alcune società appartenenti al Gruppo Kirch dall'altro, hanno sottoscritto il Joint-venture Termination Agreement, ossia l'accordo contrattuale definitivo che rispecchia i principi fondamentali contenuti nell'accordo preliminare approvato dai C.d.A. delle società interessate in data 11 settembre 2000 e determina il superamento del Joint-venture Agreement stipulato in data 13/14/15 ottobre 1999 alla base della costituzione del Gruppo Epsilon.

In data 13 settembre 2001 le parti hanno dato attuazione al Joint Venture Termination Agreement, perfezionando i contratti di dettaglio in esso contenuti e procedendo contestualmente all'effettuazione delle operazioni societarie finalizzate a:

- riacquisto da parte di Mediaset e Kirch Media delle rispettive attività originariamente conferite nella Joint-venture Epsilon e precisamente il 100% di Publieuros Limited (a cui fa capo il 100% di Publieurope International Limited) per quanto riguarda Mediaset Investment S.a.r.l. ed il 49% di PKS GmbH ed il 100% di Betafilm GmbH (quest'ultima indirettamente attraverso l'acquisto del 50% della partecipazione in Euroset S.a.r.l. detenuta da Mediaset Investment S.a.r.l.) per quanto riguarda CON Medien GmbH, società appartenente al Gruppo Kirch Media ed a cui faceva capo il 50% di Euroset S.a.r.l.;
- acquisizione da parte di Mediaset Investment S.a.r.l. di una quota azionaria pari al 2,28% del capitale di Kirch Media GmbH & Co. KgaA (corrispondente al 2,48% negoziato originariamente prima delle diluizioni conseguenti all'ingresso nel capitale di KirchMedia di Rewe e di Newscorp.) sulla base di un valore della partecipazione concordato tra le parti di 202,1 milioni di euro. Mediaset acquisisce tale partecipazione con diritto agli utili a partire dal 1 gennaio 2001.

L'acquisizione della partecipazione in Kirch Media è avvenuta attraverso la sottoscrizione di un aumento di capitale riservato a fronte del conferimento in Kirch Media da parte di Mediaset Investment S.a.r.l. di un credito netto pari a 202,1 milioni di euro maturato nei confronti di CON Medien GmbH a seguito dello smobilizzo della partecipazione in Euroset al netto del corrispettivo dovuto per il riacquisto del patrimonio netto di Publieuros. Dal punto di vista finanziario l'operazione non ha movimentato alcun flusso di cassa, consentendo al Gruppo Mediaset di riacquisire la partecipazione in Publieuros/Publieurope e di finanziare l'investimento partecipativo in Kirch Media attraverso il reinvestimento delle risorse finanziarie impiegate nel 1999 (186,6 milioni di euro) per la costituzione della Joint-venture Epsilon, senza l'emergere di ulteriori fabbisogni.

Contestualmente all'acquisizione della partecipazione in Kirch Media, Mediaset Investment S.a.r.l. ha aderito al patto parasociale attualmente in forza fra alcune società del Gruppo Kirch, Fininvest S.p.A., il Gruppo del principe Al Waleed e Lehman Brothers, che consente a Mediaset l'acquisizione di importanti diritti, tra cui quello relativo alla nomina di un proprio rappresentante nel Supervisory Board, l'organo di controllo della società attualmente costituito da 12 membri.

In seguito all'ingresso nella compagine azionaria da parte di Mediaset, l'attuale composizione azionaria di Kirch Media risulta la seguente: Kirch Holding 72,62%; Thomas Kirch 6,55%; Rewe

5,71%; Capital Research 2,93%; Lehman Brothers 2,48%; Kingdom Holdings (Al Waaled) 2,48%; Treefinance S.A. (Gruppo Fininvest) 2,48%; News Corporation 2,48%; Mediaset Investment S.a.r.l. 2,28%.

L'ingresso in KirchMedia rappresenta per il Gruppo Mediaset un'interessante opportunità d'investimento in uno dei principali operatori del settore media a livello europeo, che vanta un posizionamento competitivo speculare a Mediaset.

A Kirch Media, in seguito alla razionalizzazione delle attività del Gruppo Kirch avviate nel corso del 1999, fanno, infatti, oggi capo sia le collaudate attività di acquisizione, co-produzione (anche attraverso il 50% del capitale di Epsilon Tv Production S.r.l., la joint-venture con il Gruppo Mediaset che ha avviato la propria attività nella seconda parte del 2001) e distribuzione internazionale di diritti fiction e sportivi, sia l'attività di broadcasting e televisione commerciale concentrate nel Gruppo ProSiebenSAT1Media AG di cui Kirch Media detiene il 52,5% del capitale complessivo e l'88,5% dei diritti di voto.

Tale Gruppo, quotato alla Borsa di Francoforte, nel listino delle aziende a media capitalizzazione ed a cui fanno capo le tre reti commerciali generaliste tedesche, ProSieben, SAT 1 e Kabel 1, il canale sportivo DSF e la rete specializzata in news N24, detiene la leadership del mercato pubblicitario tedesco con una quota di mercato intorno al 47%.

In data 7 settembre 2001 i rappresentanti del management di Kirch Media e di ProSiebenSAT1Media AG hanno comunicato di aver raggiunto un accordo relativo ad un progetto di fusione delle due società con l'obiettivo di quotare il nuovo Gruppo risultante dalla fusione nel corso del 2002. Tale progetto, che dovrà essere approvato dai soci delle due società ed ottenere il nulla osta delle competenti autorità Antitrust, punta a realizzare compiutamente l'integrazione verticale delle attività di televisione commerciale e di produzione e trading di diritti, garantendo importanti sinergie di costo e una maggiore diversificazione delle fonti di ricavo, agguagliando agli introiti pubblicitari i ricavi derivanti dallo sfruttamento del portafoglio di diritti di proprietà

Nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2000 il Gruppo Kirch Media ha generato un fatturato consolidato pari a 6,5 miliardi di marchi, un margine operativo lordo di 923 milioni di marchi ed un risultato netto pari a 276 milioni di marchi. Alla fine del primo semestre 2001 i dati consolidati pro forma del Gruppo KirchMedia/ProSieben registrano un incremento dei ricavi pari al 15% rispetto allo stesso periodo del 2000 e una crescita del 42% del margine operativo lordo, con un incremento della redditività operativa lorda salito dal 13% del primo semestre 2000 al 16%.

## **Attività multimedia e telecomunicazioni**

### ***Attività multimedia***

Il Gruppo Mediaset presidia attraverso Mediadigit S.p.A., società operativa dal 2000, le attività relative ai New Media (canali tematici, Internet e teletext) con l'obiettivo di sviluppare le opportunità di sinergia e *brand extension* rispetto al tradizionale *core business* focalizzato sul prodotto televisivo, realizzando servizi e contenuti veicolabili sulle diverse piattaforme (Pay TV, Internet e Telecomunicazioni). Nelle attività multimedia vengono inoltre incluse quelle relative alla rivista specializzata *MT La Macchina del Tempo*, edita da R.T.I. S.p.A. e distribuita dal novembre 2000. La raccolta pubblicitaria legata ad Internet si avvale dell'apporto di Publitalia '80 S.p.A. quale concessionaria esclusiva.

Con riferimento all'attività relativa ai **canali tematici**, vengono distribuiti su Stream i canali *Duel Tv*, *Comedy Life* (entrambi da Aprile 2000) e *MT Channel* (da gennaio 2001), mentre su D+ viene distribuito da marzo 1998 *Happy Channel*. Al 30 settembre 2001 il numero complessivo di abbonati ai canali satellitari di Mediadigit è pari a 1.616.000, di cui 731.000 abbonati relativi ai tre canali distribuiti su piattaforma Stream e 885.000 abbonati relativi al pacchetto Basic di Telegiù in cui viene offerto *Happy Channel*. I ricavi complessivi generati dalla distribuzione alle due piattaforme digitali da tali canali nei nove mesi del 2001 sono stati pari a 14,7 milioni di euro (8,7 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente).

Sul fronte delle attività legate ad **Internet**, si segnala che nel corso del terzo trimestre 2001 è stato avviato il processo di integrazione delle attività relative al portale Jumpy a seguito dell'accordo relativo all'acquisto da parte di Mediadigit S.p.A. del ramo d'azienda da Jumpy S.p.A. (oggi Logilab S.p.A.) perfezionato in data 9 luglio 2001.

L'operazione ha comportato l'acquisizione da parte di Mediadigit del marchio Jumpy, dei contenuti editoriali e dei software applicativi del Portale Jumpy.it, delle attività legate all'*e-commerce* e del database clienti nonché il trasferimento del personale dipendente impegnato nell'attività acquisita. Il corrispettivo versato per l'acquisito del ramo d'azienda è di circa 16 milioni di euro, pari alla differenza tra il valore riconosciuto per le attività (26,3 milioni di euro) ed i debiti (10,3 milioni di euro). La valutazione circa la congruità del prezzo concordato per la transazione è stata espressa dalla *fairness opinion* predisposta da JP Morgan. Nell'ambito della stessa operazione Mediadigit ha contestualmente sottoscritto con Logilab un contratto di outsourcing triennale per un controvalore annuo di 6,2 milioni di euro, (valore supportato dalla perizia effettuata da una primaria società di valutazione specializzata nel settore dell'Information Technology) al fine di garantirsi le prestazioni dei servizi tecnologici necessari al supporto ed allo sviluppo del portale.

L'acquisizione del portale Jumpy consentirà a Mediadigit di accelerare il proprio piano di sviluppo nel comparto on-line, completando l'attuale profilo editoriale ed incrementando significativamente la propria quota di mercato. Jumpy si sta infatti confermando tra i portali più visitati in Italia, raggiungendo nel mese di settembre circa 120 milioni di pagine viste, delle quali 37 milioni generate dal 21 settembre 2001 dalla seconda edizione del *Grande Fratello*. Anche quest'anno la versione Internet del *reality show* televisivo proposto all'interno di Jumpy sta infatti riscuotendo un notevole successo, determinando un consistente incremento di page views per tutta l'area Internet del Gruppo.

Nel mese di settembre 2001 l'insieme dei siti di proprietà del Gruppo ha infatti registrato complessivamente oltre 150 milioni di page views. I siti relativi al Portale verticale MOL ed ai siti delle reti hanno contribuito con 12 milioni di pagine viste, mentre l'area dedicata alle News (Tgcom e TG5.it) ha registrato un significativo incremento anche in relazione agli eventi dell'11 settembre 2001, totalizzando 20 milioni di page views.

La raccolta pubblicitaria netta di Publitalia '80 relativa alle attività Internet del Gruppo è stata pari, nei nove mesi 2001, a 3,4 milioni di euro rispetto agli 1,8 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

Con riferimento all'attività di **Teletext** (Mediavideo e servizio interattivo), i ricavi nei primi nove mesi dell'anno 2001 sono stati pari a 3,7 milioni di euro rispetto ai 3,0 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

## **Telecomunicazioni**

Il Gruppo Mediaset è attualmente presente nel settore delle telecomunicazioni attraverso la partecipazione del 19,5% detenuta da Mediaset S.p.A. in Albacom S.p.A., che opera nel mercato della telefonia fissa, e attraverso la partecipazione del 9% detenuta da Mediaset Investment S.a.r.l. in Blu S.p.A., quarto gestore di telefonia mobile in Italia. Nel corso del primo semestre del 2001 è stato inoltre perfezionato, da parte di Mediaset S.p.A., l'acquisto di una quota di partecipazione prossima allo 0,5% del capitale azionario di Olivetti S.p.A. coerentemente con l'obiettivo di presidiare un settore che nei prossimi anni, con l'avvento della televisione digitale terrestre, rivestirà un ruolo importante in segmenti cruciali del core business televisivo (distribuzione, interattività ed accesso al cliente).

Nel settore della telefonia fissa **Albacom S.p.A.**, che punta a consolidare il proprio ruolo di operatore alternativo leader sul segmento business del mercato italiano delle telecomunicazioni, ha avviato nel corso del primo semestre (aprile-settembre) dell'esercizio che si chiuderà al 31 marzo 2002, l'implementazione della strategia, delineata nel Piano quinquennale predisposto in vista della Quotazione in Borsa, finalizzata al progressivo riposizionamento dell'offerta della società nel settore dei servizi ad alto valore aggiunto destinati alla clientela corporate. A tal fine si segnalano, nell'ambito dell'offerta di servizi avanzati forniti attraverso la rete in fibra ottica di proprietà l'accordo siglato con Mediadigit S.p.A. per la trasmissione *streaming video in multi-cast*, on line 24 ore al giorno della seconda edizione di *Grande Fratello*, nonché l'accordo con MTV per la realizzazione del primo programma Tv a banda larga in Europa. Sul piano dello sviluppo infrastrutturale si segnala l'avvio del progetto di realizzazione della rete di Basicnet il cui completamento è previsto entro la fine del 2002.

I dati consolidati dei primi sei mesi dell'esercizio che si chiuderà al 31 marzo 2002, confermano il sensibile miglioramento della gestione operativa già evidenziato nel primo trimestre, in vista del raggiungimento alla fine dell'esercizio del break-even a livello di margine operativo lordo. In particolare, il fatturato ha raggiunto i 245 milioni di euro (+22% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), mentre il margine operativo lordo ha evidenziato un deciso miglioramento (+65% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) contenendo la perdita a 16 milioni di euro. La perdita netta del periodo si è attestata a 72,3 milioni di euro, rispetto a quella dello stesso periodo dell'anno precedente pari a 89,3 milioni di euro.

Per effetto di tale risultato, di quello relativo agli ultimi tre mesi dell'esercizio fiscale chiuso al 31 marzo (primo trimestre 2001) e dell'ammortamento dell'avviamento (1,6 milioni di euro) la valutazione ad equity della partecipazione in Albacom S.p.A. ha comportato per il Gruppo Mediaset al 30 settembre 2001 un onere complessivo di 29,2 milioni di euro.

Con riferimento all'operazione di quotazione in Borsa già approvata all'unanimità dagli azionisti di Albacom il 28 marzo 2001, si segnala che in data 29 ottobre 2001 il C.d.A. di Albacom ha preso atto che, alla luce dell'attuale quadro macroeconomico e del generale contesto di forte instabilità internazionale, le condizioni dei mercati finanziari soprattutto relativamente al settore di riferimento, non rendono opportuno procedere in questo momento all'effettuazione del progetto di quotazione che non consentirebbe l'appropriata valorizzazione intrinseca della società. Il progetto di quotazione rimane comunque l'obiettivo strategico prioritario sia per i soci di Albacom che per il management della società e ad esso verrà data pertanto attuazione, auspicabilmente, nel corso dei prossimi mesi, non appena le condizioni dei mercati lo consentiranno.

Nel settore della telefonia mobile **Blu S.p.A.** conta, al 30 settembre 2001, oltre 1.650.000 clienti con un incremento rispetto al 31 dicembre 2000 di circa 850.000 unità e dispone di circa 3.500

punti vendita indiretti e di 49 punti vendita diretti operanti col marchio Blu. Nel corso del terzo trimestre 2001 si segnalano alcuni importanti provvedimenti regolatori che hanno interessato la società tra cui, il rilascio a Blu, avvenuto in data 25 luglio 2001 da parte del Ministero delle Telecomunicazioni della "licenza individuale per l'installazione di una rete di telecomunicazione allo scopo di prestare il servizio di telefonia fissa vocale" ed il completamento del quadro regolamentare relativo alla portabilità del numero mobile contenuto nella delibera dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni pubblicato in data 7 agosto 2001.

La società che ha lanciato nei primi nove mesi del 2001 nuove offerte ed opzioni tariffarie ed avviato la commercializzazione dell'offerta al segmento Corporate, ha conseguito ricavi pari a circa 223 milioni di euro, registrando una perdita netta di 332 milioni di euro, sostanzialmente in linea con i piani aziendali. Nello stesso periodo la società ha effettuato investimenti di rete per circa 90 milioni di euro volti alla realizzazione della copertura di rete nazionale. Tali investimenti hanno interessato sia l'espansione della rete Gsm che l'adattamento della stessa ai fini dell'accesso e della fruibilità del servizio Gprs. Al 30 settembre 2001 la società impiega un personale dipendente di 1.918 unità

L'assemblea dei soci in data 7 giugno 2001 ha già provveduto, ai sensi dell'articolo 2446 del c.c., al ripianamento delle perdite relative ai primi tre mesi del 2001 (pari a 102,1 milioni di euro) unitamente a quelle registrate al 31 dicembre 2000 (335 milioni di euro) attraverso la corrispondente riduzione del capitale sociale. Nel corso del 2001 i soci di Blu S.p.A. hanno effettuato un versamento pari a 310 milioni di euro relativi ai decimi residui dell'aumento di capitale deliberato in data 7 aprile 2000; in seguito alla suddetta riduzione del capitale per perdite ed in relazione alle necessità finanziarie della società prevista per la restante parte dell'esercizio, l'assemblea di Blu ha deliberato un aumento di capitale pari a 361,5 milioni di euro, sottoscritto pro-quota dai soci di Blu in data 16 luglio 2001. Al 30 settembre 2001, Mediaset Investment S.a.r.l., relativamente a tali operazioni, ha complessivamente versato per la propria quota di competenza, 41,8 milioni di euro.

Si segnala infine che, a seguito della sentenza emessa dal Consiglio di Stato in data 4 luglio 2001, favorevole a Blu sul ricorso proposto dall'Avvocatura dello Stato riguardo l'escussione della fidejussione di 4.000 miliardi di lire rilasciata per la partecipazione alla gara per l'assegnazione delle licenze UMTS, la fidejussione, garantita pro-quota dai soci di Blu, è stata restituita ai soci di Blu nel corso del mese di Luglio 2001.

## **EVENTI SUCCESSIVI AL 30 SETTEMBRE 2001**

---

- In data 13 ottobre 2001 l'Assemblea straordinaria di Olivetti S.p.A. ha deliberato (anche con il voto favorevole del socio Mediaset S.p.A.) un'operazione sul capitale finalizzata alla riduzione dell'esposizione debitoria della società in attuazione alle linee guida del Piano Industriale e Strategico presentate dal nuovo azionista di riferimento del Gruppo Olivetti/Telecom. Tale operazione il cui controvalore massimo pari a 3,9 miliardi di euro è già stato garantito da un pool di primarie istituzioni bancarie che gestiranno il collocamento, si comporrà alternativamente, a discrezione degli aventi diritto, di un'emissione di nuove azioni (fino ad un massimo di 3.915.916.285 azioni ordinarie del valore unitario di un euro) e/o di un'emissione obbligazionaria convertibile (fino ad un massimo di 3.915.916.285 titoli al valore nominale di un euro) che garantirà un rendimento a scadenza pari al 3,5% annuo lordo e che potrà essere convertito in ragione di 1 azione per ogni obbligazione a partire dal 60° giorno dall'emissione. Le nuove azioni e/o obbligazioni vengono offerte in opzione agli attuali azionisti e/o ai portatori di strumenti finanziari convertibili ancora in circolazione, in ragione di una nuova azione e/o obbligazione ogni 2 possedute, dal 5 al 15 novembre 2001.
- In data 17 ottobre 2001 Mediaset Investment S.a.r.l. ha effettuato un versamento pari a 11,6 milioni di euro dovuti a seguito della sottoscrizione, avvenuta in data 16 luglio 2001, della propria quota di competenza dell'aumento di capitale di Blu S.p.A. Ad oggi, rispetto all'ammontare complessivo dovuto in relazione a tale aumento, residua un ulteriore versamento di 7 milioni di euro richiesto per il prossimo 16 novembre.
- Nel corso del mese di ottobre 2001 Mediaset S.p.A. ha effettuato l'ultimo versamento (pari a 5,9 milioni di euro) dovuto nei confronti della partecipata Albacom S.p.A. nell'ambito del finanziamento infruttifero concesso dai soci, nel corso del 2001, a titolo di copertura del fabbisogno finanziario della società

## **EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE**

---

- Il fatturato pubblicitario relativo alle reti Mediaset nel mese di settembre 2001 è stato pari a 203 milioni di euro, in linea rispetto a quello registrato nello stesso mese dell'anno precedente. La raccolta pubblicitaria sulle reti Mediaset relativa al mese di ottobre è stata pari a 246 milioni di euro (-15,5 milioni di euro rispetto allo stesso mese dell'anno precedente). In virtù di tale risultato, la crescita della raccolta pubblicitaria dei primi dieci mesi del 2001 si attesta al 2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. L'andamento della raccolta pubblicitaria del mese di ottobre ha decisamente risentito, nell'ambito della fase di pronunciato e progressivo rallentamento del mercato pubblicitario già in corso a causa delle alterne prospettive del quadro macroeconomico, dell'ulteriore fase di incertezza che caratterizza attualmente lo scenario politico internazionale in conseguenza degli attentati negli Stati Uniti dell'11 settembre scorso. Nonostante l'ulteriore, sfavorevole evoluzione del contesto congiunturale, le evidenze attualmente disponibili con riferimento alla raccolta pubblicitaria dell'ultimo bimestre dell'anno, confermano per la fine dell'esercizio in corso le aspettative di ottenimento, da parte di Publitalia '80, di un fatturato pubblicitario televisivo leggermente superiore a quello registrato nel 2000. Tale risultato, in contro tendenza e senza riscontri rispetto a quelli previsti per l'intero comparto dei Media a livello europeo, è da considerarsi eccezionale soprattutto in confronto a quello, in deciso calo, previsto per il mercato nazionale di riferimento.
- Nei dieci mesi del 2001, le reti Mediaset hanno ottenuto risultati di ascolto nelle 24 ore pari al 43,3%, con una crescita di 0,4 punti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.
- In relazione alla natura dell'attività svolta, il risultato economico dei nove mesi dell'anno, condizionato dall'elevata stagionalità del business, non rappresenta pienamente il presumibile andamento annuale. L'evoluzione recente del contesto competitivo del settore televisivo e gli effetti indotti sull'andamento degli ascolti e del mercato pubblicitario dalle ripercussioni della crisi internazionale, hanno infatti determinato l'adozione di alcuni riposizionamenti all'interno dell'offerta inizialmente prevista a livello dei palinsesti autunnali delle reti Mediaset. Tali azioni contribuiranno a determinare nell'ultima parte dell'anno una più contenuta crescita dei costi televisivi rispetto ai livelli dell'ultimo trimestre 2000 e del terzo trimestre 2001 ma non bilanceranno nel periodo l'andamento del fatturato pubblicitario che si confermerà comunque su livelli significativamente superiori a quelli decisamente negativi attesi per il mercato di riferimento. Sulla base di tali evidenze ed unitamente al negativo contributo che si configura a livello di risultato delle partecipazioni, segnatamente nel settore della telefonia, si prevede per l'esercizio in corso un risultato netto positivo, ancorché inferiore rispetto a quello, da considerarsi comunque eccezionale, conseguito nel 2000.

per il Consiglio di Amministrazione  
il Presidente