

Madrid, 24 ottobre '06

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

*Poiché l'integrazione del Gruppo Publiespaña a livello contabile si è prodotta a partire dall'1 di aprile del 2004, i dati del 2004, indicati solo a scopo comparativo, sono presentati – così come presso la CNMV (la Consob italiana - ndr)- in formato combinato, ovvero includendo i risultati del primo trimestre del Gruppo Publiespaña  
I dati finanziari consolidati corrispondenti al 2005 così come quelli del 2004 sono presentati secondo le Norme Internazionali d'Informazione Finanziaria (NIIFs) che Telecinco applica dall'1 di gennaio del 2005 e che sono già in vigore nella data di pubblicazione*

Risultati economici gennaio-settembre 2006

**TELECINCO AUMENTA L'UTILE NETTO DI UN 7,8%  
NONOSTANTE I COSTI DELLA TELEVISIONE DIGITALE  
TERRESTRE (DDT) E LA MAGGIORE CONCORRENZA**

- L'utile netto è di 229,30 M€
- Il margine operativo lordo MOL raggiunge il record di 321,96 M€, un 3% in più rispetto allo stesso periodo del 2005
- Publiespaña batte il record di ricavi pubblicitari lordi totalicon 685,08 M€, un 4,2% in più del dato registrato nello stesso periodo del 2005. Anche i ricavi pubblicitari netti sono cresciuti del 4,4%, fino a toccare i 655,69 M€
- Durante l'ultimo anno, Telecinco è stata leader sia negli ascolti dell'intera giornata (21,3%) e *prime time* (21,4%), sia per il *target* commerciale di queste due fasce orarie, che è stato rispettivamente del 23,1% e 23,8%

Telecinco si è confermata, durante i primi nove mesi dell'anno, come rete televisiva leader di **ascolti, fatturato, prezzo, cash flow, quota di mercato e margini** dato, quest'ultimo, che la compagnia ha continuato a far aumentare nonostante i costi dovuti al lancio della DDT e alla crescita della concorrenza dovuta nascita di nuove reti televisive.

Con 655,69 milioni di euro, Telecinco ha nuovamente battuto il suo record storico di

ricavi pubblicitari televisivi netti, cresciuti un 4,4% rispetto a gennaio -settembre del 2005.

L'utile prima delle imposte è passato dai 309,88 milioni di euro dei primi nove mesi del 2005 ai 324,62 milioni del 2006, crescendo cioè un 4,8%.

L'utile dopo le imposte è stato di 229,30 milioni di euro, dato che dimostra una crescita del 7,8% rispetto allo stesso periodo del 2005 (212,63 M€).

Il marginale operativo lordo aggiustato ha raggiunto i 321,96 milioni di euro, un 3% in più di quanto registrato tra gennaio e settembre del 2005. Il risultato operativo EBIT, a sua volta, è stato di 317,31 milioni di euro, un 4% in più del dato ottenuto nello stesso periodo del 2005 (305,23 milioni di euro). Questa cifra ha fatto sì che Telecinco abbia raggiunto una profittabilità (EBIT/Ricavi Netti) del 45,3%.

Publiespaña registra un nuovo massimo grazie ad un incremento del 4,2% dei ricavi pubblicitari lordi totali

Publiespaña registra un nuovo massimo rispetto ai ricavi pubblicitari lordi totali grazie alla cifra record di 685,08 milioni di euro, dato che rappresenta un incremento del 4,2% rispetto al 2005. I ricavi pubblicitari netti, a loro volta, sono cresciuti circa un 4,4% fino a toccare i 655,69 M€.

### **Risultati record con costi in linea con l'inflazione**

Questi dati dimostrano ancora una volta l'efficacia del modello di business Telecinco, basato in una gestione commerciale trasparente che offre un catalogo di prodotti su misura per ogni cliente e una struttura di programmazione capace di generare leadership e profittabilità. Proprio per riuscire a raggiungere tali parametri, Telecinco è stata fedele alla sua politica di controllo dei costi che, nonostante la maggior concorrenza, sono aumentati in linea con inflazione e costi della DDT per un totale del 4,7%.

### **Telecinco, leader degli ascolti dell'anno con un 21,3% di share**

Ora che è terminata la fase di cambio generata dalla nascita di nuovi operatori televisivi e dalla trasmissione di eventi sportivi di prima grandezza, si può dire che Telecinco sia stata l'unica televisione capace di mantenersi al di sopra del 20% di quota, sia rispetto all'intera giornata che al *prime time*.

Telecinco ha chiuso i primi nove mesi dell'anno in testa a tutti i canali televisivi, con un **21,3% di share**, contro il 19,8% di Antena 3 e il 18,2% di TVE 1.

La forza della rete durante questi nove mesi si è anche estesa all'orario preferito degli investitori pubblicitari, il *prime time* (21:00-24:00 h.), fascia oraria nella quale Telecinco ha ottenuto un **21,4%**, cioè **quasi due punti in più rispetto ad Antena 3**

(19,6%) e 3 a TVE 1 (18,0%).

**Per quanto riguarda il target commerciale, il primato di Telecinco è anche qui evidente: il canale televisivo ha ottenuto un 23,1% nel total day –contro il 20,4% di Antena 3 e il 14,7% di TVE 1- e un 23,8% nell’orario di massimi ascolti –contro il 20,1% di Antena 3 e il 14,7% di TVE 1-.**

GENNAIO-SETTEMBRE 2006			
	Telecinco	Antena 3	TVE 1
Total day	21,3%	19,8%	18,2%
Prime Time	21,4%	19,6%	18,0%
Target Commerciale Total Day	23,1%	20,4%	14,7%
Target Commerciale Prime Time	23,8%	20,1%	14,7%

**Commenti di Paolo Vasile e Giuseppe Tringali, consiglieri delegati di Telecinco**

*“Avevamo iniziato l’anno con l’obiettivo di superare i risultati eccellenti del 2005 e consolidarci come leaders d’ascolti e d’ingressi pubblicitari, nonostante l’entrata in campo di nuova concorrenza. Oltrepastato il difficile traguardo del primo semestre, durante il quale la crescita dei ricavi pubblicitari totali è stata del 3,1%, possiamo dire che durante il terzo trimestre Telecinco migliori la percentuale di crescita di un 7,8%, dato che si traduce in un incremento del 4,2% durante i primi nove mesi dell’anno. A questo risultato ha contribuito anche l’apporto dovuto alle Iniziative Speciali, che superando per la prima volta il 15% del totale del fatturato, conferma il successo della strategia che iniziammo cinque anni fa, scommettendo su formati pubblicitari innovativi capaci di conferire maggior prestigio all’investitore pubblicitario”, ha spiegato Giuseppe Tringali.*

A sua volta, Paolo Vasile considera che *“ presentiamo con soddisfazione questi risultati ai nostri azionisti, come prova della ferma volontà di lavorare duramente per riuscire ad ottenere una leadership televisiva e impresariale come quella che caratterizza Telecinco ormai da anni. Le difficoltà dovute a un panorama in costante evoluzione non sono altro che un motivo in più per accrescere il nostro impegno professionale. L’importante distacco raggiunto in termini di ascolti rispetto alle altre reti televisive – ottenuto nonostante l’aumento della concorrenza e senza alterare il rigoroso controllo dei costi che ci caratterizza - rappresenta il risultato di un lavoro di gruppo realizzato da persone fortemente coinvolte nella compagnia”.*

## UFFICIO STAMPA DI TELECINCO

### Direzione Comunicazione e Rapporti con i Media

Tel. +39 0225149156

Fax +39 0225149286

e-mail: [ufficiostampa@mediaset.it](mailto:ufficiostampa@mediaset.it)

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

### Investor Relations Department

Tel. +39 0225147008

Fax +39 0225148535

e-mail: [ir@mediaset.it](mailto:ir@mediaset.it)

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