

Madrid, 31 luglio 2008

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

Risultati finanziari del primo semestre del 2008

TELECINCO AUMENTA LA SUA QUOTA DI MERCATO E RAGGIUNGE PRATICAMENTE LO STESSO RISULTATO AL LORDO DELLE IMPOSTE DEL PRIMO SEMESTRE DEL 2007, CON UN UTILE NETTO AGGIUSTATO DI 210,67 M€

- Nonostante la forte crisi economica, la mancanza di fiducia dei cittadini e il notevole aumento dell'interventismo nel settore, Telecinco mantiene la sua leadership in termini di ascolti, fatturato pubblicitario, margini finanziari e generazione di cassa
- L'utile netto di Telecinco, pari a 198,87 M€, risente dell'effetto contabile di 11,80 M€ nel risultato delle società partecipate prodotto dall'ammortamento di intangibili dell'acquisizione di Endemol e derivato dal prezzo d'acquisto, senza il quale il risultato di Telecinco sarebbe retrocesso soltanto di uno 0,4%, nonostante la crisi
- I ricavi pubblicitari netti (519,69 M€) dimostrano la forza della rete di fronte alla diminuzione degli investimenti pubblicitari in televisione, il che ha permesso alla compagnia di elevare la propria quota di mercato fino al 31,4%, quasi 8 punti in più rispetto al suo diretto concorrente
- L'efficacia del modello di business di Telecinco, che nel corso del primo semestre ha permesso di diminuire di un 1,1% i propri costi operativi totali senza praticamente retrocedere nelle entrate, ha permesso alla rete di mantenere i propri margini EBIT (51%) e EBITDA (51,7%), il che conferma Telecinco come una delle televisioni più redditizie d'Europa
- La rete è stata leader d'ascolti durante la prima metà dell'anno con un 19,1% di *share*, 2,5 punti in più rispetto a TVE 1 (16,6%) e 3 punti rispetto a Antena 3, che si colloca in terza posizione con un 16,1%
- L'audience cumulato per il *prime time* (20:30-00:00 h.) sale fino al 20,5% di *share*, cifra che stabilisce una distanza ancora maggiore tra i suoi concorrenti diretti: 4,6 punti in più di Antena 3 (15,9%) e 5 punti

in più di TVE 1 (15,5%)

Nonostante il deterioramento della situazione macroeconomica generale, con una forte crisi economica e di fiducia da parte dei cittadini, e nonostante il raffreddamento del mercato pubblicitario in particolare, Telecinco è stata l'unica rete sul mercato capace di mantenere degli indici di redditività elevati. Né la feroce concorrenza, né il nuovo status del settore audiovisivo, né gli eventi sportivi di grande importanza svoltisi durante la prima parte dell'anno hanno impedito a Telecinco di rimanere fedele al proprio modello di gestione, caratterizzato dall'identificare e soddisfare i gusti del pubblico senza però tralasciare il controllo dei costi d'esercizio, materia nella quale la rete non si è lasciata fuorviare dalle nuove condizioni di acquisizione di diritti che alcuni operatori hanno imposto sul mercato.

In questo contesto, i **ricavi pubblicitari lordi totali** di Telecinco durante il primo semestre del 2008 sono stati pari a **545,15 milioni di euro**, con una piccola diminuzione del 2,3% rispetto allo stesso periodo del 2007. Tale diminuzione, inferiore al 4,1% che corrisponde al calo globale del settore televisivo, è indicativa della fiducia da parte degli inserzionisti nello spazio pubblicitario della rete quando vogliono raggiungere le fasce di pubblico più preziose.

A conseguenza di ciò, non solo Telecinco è leader nella ripartizione della torta pubblicitaria, ma ha anche visto una crescita in termini percentuali fino a raggiungere un **31,4% di quota di mercato**, 0,5 punti in più rispetto al 2007, stabilendo un vantaggio di 7,8 punti sul suo concorrente più diretto, Antena 3 (23,6%), il tutto sempre nonostante la crisi.

Telecinco, attraverso il Gruppo Publiespaña, raggiunge i 519,69 milioni di euro di ricavi pubblicitari netti

Questa grande distanza con il suo tradizionale concorrente si deve non solo alla leadership d'ascolti, ma anche alla qualità dell'offerta pubblicitaria di Publiespaña, il che risiede nella sua capacità di rendimento e nella vasta gamma di prodotti creativi offerti agli inserzionisti, ai quali apporta un ottimo *target* commerciale, parametro anche questo in cui la rete è leader, sia per quanto riguarda il totale giornata (20,8%) sia nel *prime time* (22,4%), a 4,5 e 6,5 punti di distanza da Antena 3 e a 7,9 e 10 punti rispetto a TVE 1, rispettivamente.

I **ricavi pubblicitari netti** di Telecinco sono stati pari a **519,69 milioni di euro**, cifra anch'essa che mostra un lieve calo, del 2,6%, rispetto allo stesso periodo del 2007 (533,84 M€).

Da parte sua **Publimedia Gestión**, filiale del Gruppo Publiespaña che si occupa della commercializzazione di contenuti audiovisivi su supporti come la DTT, la televisione via cavo, i supporti esterni e la stampa, ha chiuso il primo semestre con un **incremento del 15,7% dei ricavi netti, raggiungendo i 17,47 milioni di euro**. A tale crescita hanno contribuito notevolmente i ricavi ottenuti dalla commercializzazione dello spazio pubblicitario dell'offerta di Telecinco sulla DTT, aumentata più del 500% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, e i

ricavi corrispondenti alla gestione di Telecinco.es e di altri supporti in Internet attraverso Advanced Media, cresciuti di quasi un 72%, percentuale che rappresenta più del doppio della crescita degli investimenti pubblicitari su Internet, stimata da Infoadex come pari al 28,3% per la prima parte dell'anno.

Telecinco mantiene i propri margini operativi EBIT e EBITDA

Oltre agli eccellenti share di audience e alla percentuale di partecipazione nel mercato pubblicitario, il successo di Telecinco può essere misurato anche a partire dai parametri di redditività, margini, utile netto disponibile all'azionista e generazione di cassa. In questo senso, la rete ha ottenuto dei risultati che la consolidano come una delle reti televisive più redditizie d'Europa.

Sulla base di entrate nette che sono diminuite solo in minima parte e di una riduzione dei costi dell'1,1% nel corso del semestre, Telecinco ha mantenuto in termini percentuali i propri margini operativi di EBIT e EBITDA, nonostante gli alti risultati ottenuti nel 2007 e l'aumento della concorrenza. In questo senso, il **marginale lordo operativo EBITDA aggiustato ha raggiunto la cifra di 290,98 milioni di euro (51,7% di margine sulle entrate nette)**. Da parte sua, **l'EBIT è stato pari a 287,20 milioni di euro, il che equivale a un margine del 51% sulle entrate nette**. Tale crescita percentuale dimostra l'efficacia del modello di business per quanto riguarda la capacità di controllo dei costi e del mantenimento dei margini in una situazione di mercato non favorevole.

Telecinco raggiunge praticamente lo stesso utile netto del primo semestre del 2007, isolando l'impatto dell'ammortamento di intangibili di Endemol

Gli **utili al lordo delle imposte** sono stati di **266,20 milioni di euro**, un 11,9% in meno rispetto ai primi sei mesi dell'anno scorso, mentre **l'utile netto** è stato di **198,87 milioni di euro (-6%)**.

Ciò nonostante, in condizioni omogenee rispetto a quelle dello stesso periodo del 2007, Telecinco presenta un **utile netto aggiustato** che arriva a **210,67 milioni di euro**, rispetto ai 211,58 dell'anno scorso, il che comporta una differenza minima, pari soltanto allo 0,4%.

Tale differenza di 11,80 milioni di euro tra l'utile netto e la rispettiva cifra aggiustata si deve all'impatto del maggior ammortamento di intangibili di Endemol (prodotto della differenza tra il prezzo pagato e il valore netto contabile del Gruppo) nel risultato delle società partecipate. Si tratta di un impatto di natura puramente contabile che non toglie né aggiunge niente alla compagnia e che non genera nemmeno nessun movimento di cassa. Questo maggior ammortamento è generato dal fatto che viene assegnata ad alcuni cespiti ("Purchase Price Allocation") una parte della differenza tra il prezzo d'acquisto di Endemol e il suo valore contabile alla data dell'acquisto.

Telecinco riduce i propri costi di un 1,1%

Nel corso del primo semestre del 2008 Telecinco è riuscita a ridurre di un 1,1% i propri costi operativi totali rispetto allo stesso periodo del 2007, il tutto nonostante i commi della DTT e delle attività di coproduzione cinematografica

imposte dalla legislazione vigente.

Telecinco è leader d'ascolti nella prima parte dell'anno a 3 punti di distanza dal suo tradizionale concorrente

La forza dei programmi in diretta, la vicinanza della propria produzione e l'attenta combinazione di spazi consolidati e attesi dal pubblico con nuove scommesse in tutti i generi sono le armi con le quali Telecinco affronta ogni giorno la sfida di dominare il telecomando delle case spagnole, dove la rete è tornata ad occupare il primo posto nel corso della prima parte dell'anno.

Tra gennaio e giugno Telecinco è stata la **rete preferita** dagli spettatori con uno share del **19,1%**, 2,5 punti più di TVE 1 (16,6%) e 3 punti davanti ad Antena 3, che è risultata in terza posizione con un 16,1%.

Tale supremazia nel totale giornata si manifesta in modo uniforme nelle principali fasce orarie, ma in particolare nel *prime time*, che è la fascia in cui si concentrano i maggiori investimenti pubblicitari. In questa importante fascia la differenza di Telecinco (**20,5%**) rispetto ai principali concorrenti è cresciuta in modo significativo fino a raggiungere dei nuovi massimi storici: 4,6 punti in più rispetto a Antena 3 (15,9%) e 5 punti davanti a TVE 1 (15,5%).

Per quanto riguarda il **target commerciale**, principale motore dell'aumento dei prezzi grazie alla qualificazione dei segmenti di pubblico che offre agli inserzionisti, Telecinco è tornata al primo posto nel corso del primo semestre del 2008 con un indice del **20,8% di share**, una cifra che cresce fino al **22,4% nella fascia di prime time**. Questi dati evidenziano una distanza di 4,5 e 6,5 punti rispetto ad Antena 3 (16,3% e 15,9%, rispettivamente) e di 7,9 e 10 punti rispetto a TVE 1 (12,9% e 12,4%, rispettivamente).

UFFICIO STAMPA DI TELECINCO

Direzione Comunicazione e Immagine

Tel. +39 0225149156

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/>