

**Risultati finanziari gennaio-settembre 2010**

**TELECINCO RADDOPPIA IL RISULTATO OPERATIVO DEL 2009 CON UN EBIT DI 166,88 MILIONI DI EURO**

- Telecinco è ancora una volta una delle televisioni più redditizie d'Europa con un EBITDA aggiustato di 174,15 M€ (28% dei margini sulle entrate nette) e un EBIT di 166,88 M€ (26,8% sulle entrate nette)
- Publiespaña ha fatturato 601,87 M€ di ricavi pubblicitari lordi totali, dei quali 572,89 corrispondono all'entrate pubblicitarie di Telecinco, LaSiete, Factoría de Ficción e Boing. Grazie a questi risultati, la compagnia è nuovamente leader del mercato pubblicitario con una quota del 32,5%
- La compagnia ottiene un utile netto di 32,16 M€, cifra che aumenterebbe di 89 M€, raggiungendo quindi i 121,16 M€, se si isolasse l'impatto del risultato dell'*impairment test* e dell'ammortamento di "*intangible assets*" all'interno di società partecipate (Endemol)
- Durante i primi nove mesi dell'anno, Telecinco è stata leader d'ascolti tra i canali commerciali (14,7%) e, nonostante la diminuzione di 4 punti rispetto ai risultati precedenti, mantiene un vantaggio di 2,9 punti sul principale avversario (11,8%), che registra un calo di circa 3 punti rispetto al 2009
- Nell'ambito multicanale, le reti di Telecinco hanno accumulato durante l'anno un 17,5% di share rispetto alle 24 ore, un 17,6% nel *prime time* e un 17,5% in *day time*. Questa media supera di 2 punti i risultati raggiunti dall'insieme dei canali di Antena 3

L'abolizione della pubblicità sulle reti pubbliche di TVE, l'inizio di un aggiustamento de prezzi del mercato pubblicitario televisivo, la capacità commerciale di Publiespaña e la leadership d'ascolti di Telecinco, così come il suo rigoroso controllo dei costi, hanno permesso alla compagnia di raddoppiare il risultato operativo ottenuto fino a settembre di quest'anno, rispetto a quello raggiunto nello stesso periodo del 2009, registrando un **EBIT di 166,88 M€ (26,8% sulle entrate nette)**, che supera del **102,3%** quello dei primi nove mesi dell'anno anteriore. A sua volta, l'**EBITDA rettificato è di 174,15 M€ (28% dei margini sulle entrate nette)**, un **95,8%** in più del dato registrato tra gennaio e settembre dello scorso anno.

Questi risultati collocano nuovamente Telecinco in testa alla lista delle televisioni più redditizie d'Europa, così come il suo indice d'ascolti e la sua offerta congiunta di canali la convertono nella televisione commerciale leader in Spagna, con un distacco

di quasi 3 punti dal suo principale avversario e di 2 punti sull'offerta multicanale che questa rete emette.

### **Publiespaña ottiene 572,89 milioni di euro di ricavi televisivi lordi**

Fino a settembre del 2010 Telecinco ha fatturato **601,87 milioni di ricavi pubblicitari lordi totali**, dei quali **572,89 milioni di euro corrispondono ai ricavi pubblicitari televisivi di Telecinco, LaSiete, Factoría de Ficción e Boing**. Tale cifra conferma che Publiespaña é leader del mercato pubblicitario nel nostro paese con una quota del 32,5%. A sua volta, Publimedia Gestión, che si occupa della commercializzazione della pubblicità a terzi e di quella di Telecinco.es, ha ottenuto ricavi lordi di **28,98 milioni di euro**.



I **ricavi pubblicitari netti** sono di **573,87 milioni di euro**, mentre le **entrate nette complessive** ammontano a **622,42 milioni di euro**. Quest'ultimo valore include anche i **risultati dell'area commerciale** per la vendita dei diritti di coproduzione cinematografica, merchandising, SMS, *call TV* e servizio di audio-testo, che a loro volta ascendono a **48,55 milioni di euro**.

Fino al 30 di settembre del 2010 Telecinco ha aumentato i suoi **costi operativi totali a 455,54 milioni di euro**, dato che rappresenta un incremento del 30,2% rispetto allo stesso periodo del 2009. La crescita si deve ad un aumento del costo di vendita associato ai maggiori ricavi ottenuti in questo periodo sia per la pubblicità che per il cinema, alla tassa del 3% sugli utili per il finanziamento di TVE (che l'anno scorso si applicò solo all'ultimo quadrimestre dell'esercizio fiscale), al maggiore investimento per i nuovi canali LaSiete, Factoría de Ficción e Boing, ed alla base comparativa del 2009, colpita dalla revoca di alcuni accantonamenti. Infatti, se si isola l'impatto della revoca del riscatto degli accantonamenti e non si considera il valore della tassa per TVE, i costi sarebbero cresciuti del 17,4%

Come risultato, Telecinco ha ottenuto durante i primi nove mesi dell'anno un **utile netto di 32,16 milioni di euro**, una cifra che, se si volesse fare un confronto omogeneo con i risultati dell'anno precedente, isolando quindi l'impatto, al netto delle imposte, del risultato dell'*impairment test* e dell'ammortamento di "*intangible assets*" all'interno di società partecipate (Endemol), **aumenterebbe 89 milioni di euro fino a raggiungere i 121,16 milioni di euro**.

### **Telecinco, leader d'ascolti tra le televisioni commerciali, supera di quasi 3 punti il suo principale avversario**

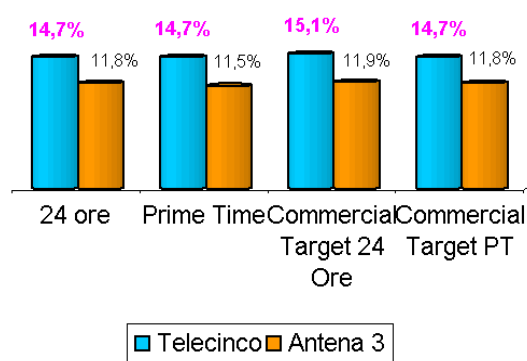
Telecinco è nuovamente **leader d'ascolti tra le reti commerciali con un 14,7% di share registrato tra gennaio e ottobre**, risultato che supera di 2,9 punti il dato di Antena 3, la quale, con un 11,8% di ascolti, retrocede di quasi 3 punti rispetto al 2009. Il dato di Telecinco, invece, solo diminuisce quattro decimi rispetto al risultato dell'anno anteriore.

|                           | <br>TELECINCO | Dif. 2010 vs. 2009 |  | Dif. 2010 vs. 2009 |
|---------------------------|--|--------------------|---|--------------------|
| 24 ore                    | 14,7   | -0,4               | 11,8  | -2,9               |
| Prime Time                | 14,7   | -1,5               | 11,5  | -2,4               |
| Daytime                   | 14,7   | 0,2                | 11,9  | -3,2               |
| Target Commerciale 24 ore | 15,1   | -0,4               | 11,9  | -3,4               |
| Target Commerciale PT     | 14,7   | -1,7               | 11,8  | -3,1               |
| Target Commerciale DT     | 15,3   | 0,2                | 12,0  | -3,4               |

La catena televisiva conferma la sua media durante il *prime time* (14,7%), aumentando di 3,2 punti il vantaggio su Antena 3, che retrocede al 11,5%.


La stabilità dei risultati relativi all'audience di Telecinco si osserva non solo durante l'orario di massimi ascolti, ma anche nel resto delle fasce orarie giornaliere, incluso il *day time* dove ottiene un 14,7% di *share*, superando di 2 decimi il risultato del 2009. Antena 3, invece, nella stessa fascia registrata fino al 25 di ottobre, ottiene un 11,9% di *share*, retrocedendo di 3,2 punti rispetto al dato del 2009.

### Telecinco vs. Antena 3

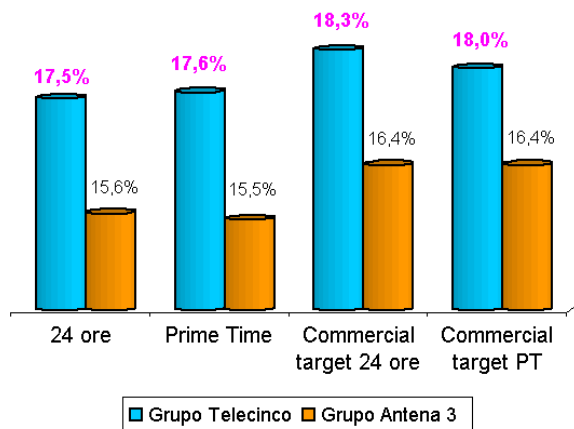


Per quanto riguarda il *target* commerciale, Telecinco si aggiudica sia l'intera giornata (15,1%) che l'orario di massimi ascolti (14,7%) superando con grande distacco Antena 3.

Rispetto al **gruppo di canali**, Telecinco ha rafforzato l'offerta per il *target* infantile e giovanile grazie al lancio di Boing, avvenuto lo scorso settembre. Questo dato si somma alla crescita progressiva ottenuta da LaSiete e Factoría de Ficción.

|                           |     | Dif. 2010 vs. 2009 |     | Dif. 2010 vs. 2009 |
|---------------------------|---|--------------------|--|--------------------|
| 24 ore                    | 17,5  | 1,3                | 15,6   | -1,0               |
| Prime Time                | 17,6  | 0,2                | 15,5   | -0,4               |
| Daytime                   | 17,5  | 1,9                | 15,6   | -1,3               |
| Target Commerciale 24 ore | 18,3  | 1,5                | 16,4   | -0,9               |
| Target Commerciale PT     | 18,0  | 0,3                | 16,4   | -0,6               |
| Target Commerciale DT     | 18,4  | 2,0                | 16,4   | -1,1               |

### Grupo Telecinco vs. Grupo Antena 3



Come risultato, il gruppo di canali di Telecinco ha accumulato tra gennaio e ottobre una media d'ascolti del **17,5% di share nelle 24 ore, del 17,6% nel *prime time* e del 17,5% in *day time***. Tali risultati superano di circa 2 punti le cifre raggiunte dai canali di Antena 3 nel loro insieme (15,6% nelle 24 ore, 15,5% nel *prime time* y 15,6% in *day time*). Inoltre, facendo un confronto tra questi dati e quelli ottenuti lo scorso anno da entrambe le reti, la crescita dell'offerta multicanale di Telecinco

(1,3 punti nelle 24 ore, 2 decimi nel *prime time* e 1,9 punti in *day time*) risalta rispetto alla diminuzione d'ascolti registrata dai canali di proprietà di Antena 3 (1 punto in meno nelle 24 ore, 4 decimi nel *prime time* e 1,3 punti in *day time*).

Anche nel *target* commerciale, la somma di Telecinco + LaSiete + Factoría de Ficción + Boing (18,3%) supera i dati registrati da tutti i canali di Antena 3 (16,4%).

*\* Dati d'ascolto registrati da Kantar Media*

**UFFICIO STAMPA DI TELECINCO**