

Madrid, 26 luglio 2007

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 primo semestre del 2007

TELECINCO OTTIENE UN AUMENTO DEL 13,5% NELL'UTILE NETTO DEL PRIMO SEMESTRE

- **Telecinco è leader di ascolti a livello annuale ed è l'unico che supera il 20% di share sia nel total day (20,4%), sia nel prime time (20,6%) e sia nel target commerciale (22,7%)**
- **Un nuovo record di ricavi netti di pubblicità per Grupo Publiespaña, con una crescita del 7,8% fino a raggiungere i 533,84 milioni di euro e la politica adattata di contenimento dei costi producono un beneficio netto di 211,58 di euro**
- **Il EBIT raggiunge la cifra record di 293,02 milioni di euro, il 10,8% in più rispetto allo stesso periodo del 2006**
- **I ricavi netti totali sono cresciuti del 9,3%, fino a raggiungere i 571,91 milioni di euro**

Nel primo semestre del 2007, Telecinco è riuscita a migliorare i propri risultati economici grazie all'efficacia del proprio modello di gestione, alla forza della sua programmazione ed alla capacità creativa e di adeguamento della sua strategia commerciale, pilastri di un piano imprenditoriale che allontana sempre di più questa rete dal secondo e dal terzo concorrente. Un audience medio del 20,4% e la crescita del 7,8% delle entrate nette di pubblicità hanno consentito di aumentare del 13,5% il beneficio netto della prima metà dell'anno, fino a raggiungere i 211,58 milioni di euro.

Dopo l'alta crescita dei benefici del 2006, la rete ha registrato un nuovo record nei primi sei mesi del 2007, confermando così la sua posizione ai primi posti fra le televisioni

europee e come numero uno in Spagna, in termini di audience, fatturato pubblicitario, margini finanziari, produzione di benefici e capitalizzazione in borsa. La leadership di questi parametri ha portato Telecinco all'ottenimento di risultati record sia per quanto riguarda entrate e margini operativi (EBITDA adattato ed EBIT), che come beneficio netto.

Telecinco aumenta del 7,8% i propri ricavi netti di pubblicità

Telecinco ha registrato un nuovo record nei primi sei mesi del 2007, con un ammontare di ricavi netti di pubblicità di 533,84 milioni di euro, il 7,8% in più rispetto ai 495,17 ottenuti nello stesso periodo del 2006.

Telecinco aumenta nuovamente i propri margini operativi di EBIT ed EBITDA, nonostante gli elevati margini raggiunti nel 2006 e l'incremento della concorrenza. In questo senso, il margine lordo operativo adattato EBITDA ha raggiunto la cifra di 295,47 milioni di euro, il 10,6% in più rispetto al primo semestre del 2006. L'EBIT, invece, ha raggiunto i 293,02 milioni di euro, il 10,8% in più rispetto ai dati relativi allo stesso periodo del 2006 (264,35 milioni di euro).

L'utile prima delle imposte è passato da 269,09 milioni di euro nella prima metà del 2006 a 302,02 milioni, il 12,2% in più.

Il risultato dopo le imposte è stato pari a 211,58 milioni di euro, che rappresentano una crescita del 13,5% rispetto al primo semestre del 2006 (186,42 M €).

Grupo Publiespaña registra un nuovo massimo storico con un aumento del 7,9% nei ricavi pubblicitari lordi

Nei primi sei mesi del 2007 Grupo Publiespaña ha confermato la propria posizione di leader dei fatturati nel mercato televisivo spagnolo con ricavi pubblicitari lordi record pari a 558,12 milioni di euro, che rappresentano il 7,9% in più rispetto allo stesso periodo del 2006 (517,33).

Risultati record con un'attenta e pianificata politica di controllo dei costi

Durante il primo semestre del 2007 i costi operativi totali di 278,89 milioni di euro sono aumentati del 7,7% rispetto allo stesso periodo del 2006. Questo aumento corrisponde agli obiettivi stabiliti dalla catena per l'attività televisiva e comprendono addizionalmente i costi associati all'integrazione di Jumpy e alla costituzione di Mediacinco Cartera S.L.

Telecinco è leader annuale e diventa l'unica televisione con uno share superiore al 20%

La forza della programmazione della rete in tutte le fasce orarie e soprattutto nel prime time è stata la principale arma di Telecinco per mantenere la propria posizione come unica televisione con una quota di share al di sopra del 20%.

Nel primo semestre del 2007 la rete mantiene la leadership di audience che ha mantenuto per tutto il 2006.

Nei mesi di gennaio, febbraio, marzo, aprile, maggio e giugno, Telecinco si è affermata come la televisione più vista, con il 20,4% dello share, 2,5 punti in più rispetto ad Antena 3 (17,9%) e 3 punti in più rispetto a TVE (17,4%). Con questi dati, Telecinco diventa la televisione con i migliori risultati rispetto allo stesso periodo del 2006, con una differenza di soli nove decimi rispetto al forte calo di 2,5 punti registrato da Antena 3 e di 1,3 punti registrato da TVE 1.

Nei primi sei mesi del 2007 Telecinco si è inoltre imposta come leader nell'orario di maggior audience, con il 20,6%, superando di 3 punti Antena 3 (17,6%) e di 3,9 punti TVE 1 (16,7%). In quest'orario la catena si è anche affermata come la meno danneggiata dall'entrata dei nuovi concorrenti, di fronte ai quali ha ceduto un solo punto rispetto allo stesso periodo del 2006. TVE 1 perde 1,8 punti ed Antena 3 è ancora una volta la televisione che registra il maggiore regresso, con una perdita di 2,4 punti in prime time.

Gennaio-giugno 2007

	Telecinco	Antena 3	TVE 1
Totale giornaliero	20,4%	17,9%	17,4%
<i>Prime Time</i>	20,6%	17,6%	16,7%

Per quanto riguarda il target commerciale, Telecinco vanta nel primo trimestre del 2007 la propria egemonia storica sia nell'intera giornata con il 22,7%, che rappresenta un vantaggio di 4,7 punti rispetto ad Antena 3 (18%) e di 9,2 punti rispetto a TVE 1 (13,5%), sia nell'orario di prime time con il 23,4%, cifra che accresce la differenza fino a 6,1 punti rispetto ad Antena 3 (17,3%) e fino a 10,3 punti rispetto a TVE 1 (13,1%):

	Telecinco	Antena 3	TVE 1
<i>Target commerciale giornata intera 2007</i>	22,7%	18%	13,5%
<i>Target commerciale prime time 2007</i>	23,4%	17,3%	13,1%

Telecinco migliora la propria posizione rispetto alle reti tradizionali

D'altro canto, se la si paragona alle altre tre reti generali esistenti prima della nascita delle nuove televisioni, partendo da un calcolo secondo cui Telecinco, Antena 3 e TVE 1 coprirebbero il 100%, il risultato raggiunto nel primo semestre del 2007 rispetto allo stesso periodo del 2006 dimostra che Telecinco ha migliorato la propria posizione relativa dell'1,4%, fino a raggiungere il 36,6%. Antena 3, invece, passerebbe dal 33,8% nei primi sei mesi del 2006 al 32,1% nella prima parte del 2007. Ciò rappresenta un peggioramento della sua posizione relativa del -1,6%. TVE 1, da parte sua, migliorerebbe dello 0,3% passando dal 31% al 31,2% nel primo semestre del 2007.

	Telecinco	Antena 3	TVE 1
1° Semestre 2007	36,6	32,1	31,2
1° Semestre 2006	35,3	33,8	31

Differenza	+1,4	-1,6	+0,3
------------	-------------	------	------

Valutazione di Paolo Vasile e Giuseppe Tringali, consiglieri delegati di Telecinco

“I risultati di fatturato pubblicitario raggiunti nel primo semestre confermano la posizione di leader della nostra rete e della nostra società concessionaria. Nonostante l’aumento della concorrenza, Publiespaña mantiene la propria quota di mercato ed incrementa la propria efficienza. Questa posizione privilegiata che abbiamo raggiunto giorno a giorno nel nostro mercato è semplicemente uno stimolo per continuare a migliorare l’offerta di programmi e formati pubblicitari con l’obiettivo di fornire ai nostri clienti il miglior profilo commerciale ed un servizio di maggior qualità”, ha dichiarato Giuseppe Tringali.

Per Paolo Vasile, *“questi risultati sono il premio per il lavoro e gli sforzi quotidiani di una squadra che non si è lasciata demoralizzare dai cambiamenti che si sono verificati nel settore e che si è impegnata per continuare a crescere, nonostante l’aumento della concorrenza e delle previsioni negative per il futuro della televisione. I dati che presentiamo oggi non fanno altro che dimostrare la forza della televisione generale commerciale”.*

- *Si allega materiale grafico di Alejandro Echevarría – presidente di Telecinco-, Paolo Vasile e Giuseppe Tringali, consiglieri delegati di Telecinco*

UFFICIO STAMPA DI TELECINCO

Direzione Comunicazione e Rapporti con i Media

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/>