



---

*Relazione sull'andamento  
della gestione  
nel primo trimestre  
dell'esercizio 2002*

---



**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 nel primo trimestre dell'esercizio 2002 .....</b>	<b>1</b>
Risultati economico finanziari del Gruppo Mediaset.....	3
Criteri di redazione .....	3
Risultati economici.....	3
Struttura patrimoniale e finanziaria.....	10
Analisi per aree di attività.....	12
Televisione commerciale - Italia .....	12
Pubblicità .....	12
Broadcasting e contenuti .....	12
Televisione commerciale – Estero.....	16
Attività multimedia e telecomunicazioni.....	18
Eventi successivi al 31 marzo 2002.....	20
Evoluzione prevedibile della gestione.....	20

---



## Relazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre dell'esercizio 2002

Signori Azionisti,

il Gruppo che fa capo alla Vostra Società ha ottenuto nel corso del primo trimestre 2002 i seguenti risultati: i ricavi netti consolidati ammontano a 633,6 milioni di euro rispetto ai 672,1 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente (-4,1% al netto degli effetti generati, nel primo trimestre 2001, dal consolidamento proporzionale del Gruppo Epsilon); il margine operativo lordo si attesta a 384,9 milioni di euro rispetto ai 411,4 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente; la redditività operativa lorda (60,7% ) si mantiene comunque sostanzialmente allineata a quella dello stesso periodo 2001 (61,2% ); il risultato operativo è pari a 196,4 milioni di euro (rispetto ai 243,5 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente), al netto di ammortamenti e svalutazioni pari a 188,5 milioni di euro (167,9 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente); l'utile prima delle imposte è di 180,6 milioni di euro rispetto ai 214,5 milioni di euro del primo trimestre 2001.

I risultati economici registrati nel corso del primo trimestre 2002 riflettono un andamento del fatturato pubblicitario e dei costi televisivi in linea con gli obiettivi di periodo.

La raccolta pubblicitaria sulle reti Mediaset nei confronti dei clienti terzi ha infatti registrato, nei primi tre mesi dell'anno, una flessione contenuta al 3,2%; nonostante l'andamento decrescente, tale risultato deve comunque essere valutato positivamente in quanto superiore a quello previsto per il mercato nazionale di riferimento e poiché, nello stesso periodo del 2001, era stata ottenuta una crescita ancora eccezionalmente positiva (+6,1% rispetto al primo trimestre 2000). Il mercato pubblicitario televisivo in Italia pur confermando, anche nei primi mesi del 2002, una situazione complessivamente debole, ha registrato un rallentamento comunque inferiore sia rispetto a quello estremamente negativo dell'ultima parte del 2001, sia rispetto alle performance dei corrispondenti principali mercati europei. In particolare, l'andamento degli investimenti pubblicitari relativi al settore televisivo in Italia nel corso dei primi mesi del 2002, ha evidenziato alcuni importanti segnali di ripresa, registrando il ritorno di alcuni primari investitori appartenenti al comparto delle telecomunicazioni e dei servizi finanziari. Tali segnali, unitamente al recente andamento dei principali indicatori di fiducia di consumatori ed imprese, lasciano presagire un andamento complessivamente più favorevole degli investimenti pubblicitari a partire dalla seconda parte dell'anno.

Nel corso del primo trimestre 2002, il complesso dei costi televisivi del Gruppo Mediaset ha mostrato una crescita estremamente contenuta (+4,1%), decisamente inferiore rispetto a quella registrata nello stesso periodo dell'anno precedente (+7,7%). Tale crescita va peraltro posta in relazione quasi esclusivamente all'andamento, difficilmente comprimibile, degli ammortamenti relativi ai diritti che riflette l'elevato livello degli investimenti degli anni precedenti, effettuati al fine di salvaguardare e mantenere nel medio periodo il vantaggio competitivo derivante dalla disponibilità esclusiva di contenuti riservati all'emissione televisiva. Escludendo la componente relativa agli ammortamenti ed al costo del lavoro, i costi operativi televisivi mostrano invece, nello stesso periodo, una riduzione pari al 5,3% , un andamento che riflette l'avvio dei progetti di efficienza sui costi prevista per il 2002. Tali azioni sono destinate ad intensificarsi ulteriormente nella restante parte dell'esercizio, soprattutto attraverso interventi già pianificati sui palinsesti estivi ed autunnali e consentiranno di apprezzare una contenuta dinamica del complesso dei costi televisivi su base annua senza incidere sugli obiettivi d'ascolto delle reti Mediaset. Tali interventi mirano infatti a preservare qualità e volumi produttivi delle fasce di programmazione a maggior valore

commerciale, ad attuare un più estensivo e mirato sfruttamento della library d'acquisto e di fiction auto-prodotta esistente, mentre in Day Time è previsto un maggior ricorso al *re-editing* di alcune importanti produzioni pre-serali o di Prime Time.

Anche nel corso del primo trimestre 2002 le reti Mediaset hanno infatti confermato il positivo andamento degli ascolti già riscontrato nel corso del 2001, registrando una share superiore al 43%, in linea con gli obiettivi editoriali e commerciali della stagione in corso. In particolare, tale risultato è stato ottenuto attraverso un maggior riequilibrio delle quote di ascolto tra Canale 5, che conferma comunque la posizione di leadership nazionale, ed Italia 1 che aumenta considerevolmente i suoi ascolti, confermandosi rete preferita dal pubblico giovanile.



## RISULTATI ECONOMICO FINANZIARI DEL GRUPPO MEDIASET

### Criteri di redazione

Come previsto dalla delibera Consob n. 11971 del 14 maggio 1999, le informazioni economiche e patrimoniali esposte di seguito sono fornite con riferimento al primo trimestre 2002, al primo trimestre 2001 ed al 31 dicembre 2001.

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

La Relazione trimestrale non è oggetto di certificazione da parte della Società di Revisione.

### Risultati economici

Di seguito viene esposto il Conto economico sintetico del Gruppo Mediaset inclusivo, nel 2001, degli effetti generati dal consolidamento proporzionale della Joint venture Epsilon, il cui deconsolidamento è avvenuto a partire dal terzo trimestre 2001.

Gruppo Mediaset			
31/12/2001		31/03/2002	31/03/2001
(ml./euro)		(ml./euro)	
2.309,1	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	628,3	666,7
42,0	Altri ricavi e proventi	5,3	5,4
<b>2.351,1</b>	<b>Totale ricavi netti consolidati</b>	<b>633,6</b>	<b>672,1</b>
285,7	Costo del lavoro	76,2	73,5
744,9	Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	172,5	187,3
<b>1.030,6</b>	<b>Costi operativi</b>	<b>248,7</b>	<b>260,8</b>
<b>1.320,5</b>	<b>Margine operativo lordo</b>	<b>384,9</b>	<b>411,4</b>
733,3	Ammortamenti e svalutazioni	188,5	167,9
<b>587,2</b>	<b>Risultato operativo</b>	<b>196,4</b>	<b>243,5</b>
(14,8)	(Oneri)/Proventi finanziari	(6,0)	(19,0)
(183,7)	(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(10,1)	(10,0)
<b>388,7</b>	<b>Risultato prima delle componenti straordinarie</b>	<b>180,3</b>	<b>214,5</b>
29,4	(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	0,3	(0,1)
<b>418,1</b>	<b>Risultato pre-imposte</b>	<b>180,6</b>	<b>214,5</b>

Vengono di seguito enucleati gli effetti sul conto economico derivanti, nel 2001, dal consolidamento proporzionale del 50% del Gruppo Epsilon:

<b>Gruppo Mediaset - effetti del consolidamento del Gruppo Epsilon</b>			
<b>31/12/2001</b>		<b>31/03/2002</b>	<b>31/03/2001</b>
<b>(ml./euro)</b>			<b>(ml./euro)</b>
29,6	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	-	11,4
(0,2)	Altri ricavi e proventi	-	(0,1)
<b>29,4</b>	<b>Totale ricavi netti consolidati</b>	<b>-</b>	<b>11,3</b>
1,2	Costo del lavoro	-	0,6
23,2	Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	-	9,3
<b>24,4</b>	<b>Costi operativi</b>	<b>-</b>	<b>9,9</b>
<b>5,0</b>	<b>Margine operativo lordo</b>	<b>-</b>	<b>1,4</b>
4,0	Ammortamenti e svalutazioni	-	2,1
<b>1,0</b>	<b>Risultato operativo</b>	<b>-</b>	<b>(0,7)</b>
(2,1)	(Oneri)/Proventi finanziari	-	(2,3)
(2,1)	(Oneri)/Proventi da partecipazioni	-	(1,1)
<b>(3,2)</b>	<b>Risultato prima delle componenti straordinarie</b>	<b>-</b>	<b>(4,0)</b>
-	(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	-	-
<b>(3,2)</b>	<b>Risultato pre-imposte</b>	<b>-</b>	<b>(4,0)</b>

Di seguito viene invece esposto il conto economico sintetico del Gruppo Mediaset depurato degli effetti derivanti, nel 2001, dal consolidamento proporzionale del 50% del Gruppo Epsilon:

<b>Gruppo Mediaset al netto degli effetti del consolidamento del Gruppo Epsilon</b>			
<b>31/12/2001</b>		<b>31/03/2002</b>	<b>31/03/2001</b>
<b>(ml./euro)</b>			<b>(ml./euro)</b>
2.279,5	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	628,3	655,3
42,2	Altri ricavi e proventi	5,3	5,5
<b>2.321,7</b>	<b>Totale ricavi netti consolidati</b>	<b>633,6</b>	<b>660,8</b>
284,5	Costo del lavoro	76,2	72,9
721,7	Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	172,5	178,0
<b>1.006,2</b>	<b>Costi operativi</b>	<b>248,7</b>	<b>250,9</b>
<b>1.315,5</b>	<b>Margine operativo lordo</b>	<b>384,9</b>	<b>409,9</b>
729,3	Ammortamenti e svalutazioni	188,5	165,8
<b>586,2</b>	<b>Risultato operativo</b>	<b>196,4</b>	<b>244,1</b>
(12,7)	(Oneri)/Proventi finanziari	(6,0)	(16,7)
(181,6)	(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(10,1)	(8,9)
<b>391,9</b>	<b>Risultato prima delle componenti straordinarie</b>	<b>180,3</b>	<b>218,6</b>
29,4	(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	0,3	(0,1)
<b>421,3</b>	<b>Risultato pre-imposte</b>	<b>180,6</b>	<b>218,5</b>

L'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati di alcune componenti significative del conto economico è la seguente:

Gruppo Mediaset (netto Gruppo Epsilon)		Gruppo Mediaset		Gruppo Mediaset		Gruppo Mediaset (netto Gruppo Epsilon)	
31/12/2001	31/12/2001			31/03/2002	31/03/2001	31/03/2002	31/03/2001
100,0%	100,0%	<b>Ricavi netti consolidati</b>		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
43,3%	43,8%	Costi operativi		39,3%	38,8%	39,3%	38,0%
56,7%	56,2%	Margine operativo lordo		60,7%	61,2%	60,7%	62,0%
31,4%	31,2%	Ammortamenti e svalutazioni		29,8%	25,0%	29,8%	25,1%
25,2%	25,0%	Risultato operativo		31,0%	36,2%	31,0%	36,9%
16,9%	16,5%	Risultato prima delle componenti straordinarie		28,5%	31,9%	28,5%	33,1%
18,1%	17,8%	Risultato pre-imposte		28,5%	31,9%	28,5%	33,1%

A causa del non completo allineamento tra i ricavi, soprattutto pubblicitari (più concentrati nella prima parte dell'esercizio) ed i costi operativi (più uniformemente distribuiti nel corso dell'anno), i risultati del Gruppo Mediaset sono caratterizzati da un'elevata stagionalità; la risultante di tale fenomeno è, come evidenziato anche dagli andamenti registrati nel corso del 2001, il più elevato contributo dei primi mesi dell'anno al risultato di fine esercizio.

Di seguito vengono analizzate le singole linee del conto economico del Gruppo Mediaset inclusivo, nel 2001, della quota di risultati del Gruppo Epsilon.

### Ricavi Netti

31/03/2002	633,6
31/03/2001	672,1
var. %	-5,7%

I ricavi netti consolidati del Gruppo Mediaset hanno registrato nel primo trimestre 2002 un decremento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente di 38,5 milioni di euro. Su base omogenea, al netto cioè dell'effetto derivante, nel primo trimestre 2001, dal consolidamento del Gruppo Epsilon, il decremento dei ricavi netti si riduce a 27,2 milioni di euro, corrispondente ad una variazione percentuale del -4,1%.

Il seguente prospetto evidenzia il dettaglio dei ricavi:

(valori in milioni di euro)

31/12/2001		31/03/2002	31/03/2001
2.043,4	Ricavi da vendita spot	574,5	594,7
379,9	Ricavi da televendite, telepromozioni, sponsorizzazioni	108,6	110,6
<b>2.423,3</b>	<b>Ricavi pubblicitari verso terzi</b>	<b>683,1</b>	<b>705,3</b>
28,4	Ricavi di Promoservice	5,1	6,8
145,1	Altri ricavi dell'attività televisiva	26,7	32,4
(362,4)	Sconti d'agenzia	(102,7)	(104,7)
<b>2.234,4</b>	<b>Totale ricavi netti attività televisiva</b>	<b>612,2</b>	<b>639,8</b>
<b>37,0</b>	<b>Ricavi netti attività multimedia</b>	<b>7,5</b>	<b>8,1</b>
<b>50,3</b>	<b>Ricavi netti da attività non televisiva</b>	<b>13,9</b>	<b>12,9</b>
<b>2.321,7</b>	<b>Totale ricavi netti consolidati Italia</b>	<b>633,6</b>	<b>660,8</b>
35,9	Ricavi 50% Gruppo Epsilon	-	14,2
(6,5)	Eliminazioni	-	(2,9)
<b>2.351,1</b>	<b>Totale ricavi netti consolidati</b>	<b>633,6</b>	<b>672,1</b>

Nel primo trimestre 2002 la flessione dei ricavi netti consolidati ha riflesso principalmente l'andamento dei **ricavi televisivi** (-4,3%) soprattutto nella componente relativa alla raccolta pubblicitaria.

In particolare:

- i **ricavi pubblicitari** nei confronti dei **clienti terzi** hanno raggiunto i 683,1 milioni di euro rispetto ai 705,3 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente (-3,2%). In particolare i *ricavi da vendita di spot* hanno registrato un decremento del 3,4% rispetto al primo trimestre dell'anno precedente; mentre i *ricavi da televendite, telepromozioni e sponsorizzazioni* sono diminuiti dell'1,8% rispetto al primo trimestre 2001;
- i **ricavi di Promoservice** (-1,7 milioni di euro rispetto al primo trimestre 2001) si riferiscono principalmente all'attività di rivendita di pubblicità in cambio merce;
- gli **altri ricavi dell'attività televisiva** hanno registrato una lieve diminuzione di 5,7 milioni di euro principalmente per effetto della minor raccolta pubblicitaria nei confronti di alcune società del Gruppo Fininvest.

I **ricavi netti** generati dalle **attività multimediali** hanno registrato una lieve flessione (-0,6 milioni di euro) rispetto al primo trimestre 2001. Tale variazione va posta in relazione alla diminuzione dei ricavi pubblicitari netti relativi ai portali terzi in concessione (dovuta essenzialmente alla rinuncia, avvenuta nel corso del 2001, della concessione sui siti *Excite*) in presenza di maggiori ricavi generati dalle attività internet di proprietà e dalla distribuzione dei canali tematici realizzati da Mediadigit.

I **ricavi netti da attività non televisiva** sono in lieve crescita rispetto a quelli del primo trimestre dell'anno precedente; l'incremento di 1,0 milioni di euro è principalmente attribuibile ai ricavi di Publitalia '80 S.p.A., relativi all'attività di vendita di pubblicità statica e di sponsorizzazioni sportive.

### Costi operativi

31/03/2002	248,7
31/03/2001	260,8
var. %	-4,6%

I costi operativi del Gruppo Mediaset hanno registrato nel primo trimestre del 2002 un decremento di 12,1 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Escludendo l'effetto derivante dal consolidamento, nel primo trimestre 2001, del Gruppo Epsilon si registrano, in termini omogenei, minori costi operativi per 2,2 milioni di euro (-0,9%).

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

31/03/2002	76,2
31/03/2001	73,5
var. %	3,7%

Il costo del lavoro delle società del Gruppo Mediaset registra, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, un lieve incremento pari a 2,7 milioni di euro; al netto dell'effetto derivante dal consolidamento, nel primo trimestre 2001, del Gruppo Epsilon l'incremento risulta pari a 3,3 milioni di euro (+4,5%).

La scomposizione di tale voce di costo per aree di attività evidenzia un incremento percentualmente superiore relativamente alle attività multimediali che fanno capo a Mediadigit, in relazione al completamento della struttura organizzativa della società avvenuta nel corso del secondo semestre del 2001 che include tra l'altro l'inserimento del personale trasferito contestualmente all'acquisto del ramo di azienda di Jumpy.

## Organico

La seguente tabella evidenzia la forza lavoro del Gruppo Mediaset al 31 marzo 2002, con esclusione dell'organico del Gruppo Epsilon:

31/12/2001	Organico puntuale - inclusi "t.d.s."	31/03/2002	31/03/2001
295	Dirigenti	298	272
294	Giornalisti	297	307
616	Quadri	625	607
3.130	Impiegati	3.177	3.150
61	Operai	-	67
<b>4.396</b>	<b>Totale</b>	<b>4.397</b>	<b>4.403</b>

31/12/2001	Organico medio - inclusi "t.d.s."	31/03/2002	31/03/2001
279	Dirigenti	295	271
302	Giornalisti	298	305
614	Quadri	628	607
3.124	Impiegati	3.174	3.144
65	Operai	-	69
<b>4.384</b>	<b>Totale</b>	<b>4.395</b>	<b>4.396</b>

## Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi

31/03/2002	172,5
31/03/2001	187,3
var. %	-7,9%

I costi complessivamente sostenuti per acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi hanno registrato nel primo trimestre 2002 una riduzione pari a 14,8 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; al netto dell'effetto legato al consolidamento, nel primo trimestre 2001, del Gruppo Epsilon, il decremento risulta pari a 5,5 milioni di euro (-3,1%).

Tale diminuzione è così analizzabile

(valori in milioni di euro)

31/12/2001		31/03/2002	31/03/2001
90,9	Costi commerciali	19,2	24,4
448,1	Costi del palinsesto	115,9	117,9
30,2	Costi di emissione	8,4	7,5
89,2	Altri costi	12,7	15,2
<b>658,4</b>	<b>Totale costi operativi televisivi</b>	<b>156,2</b>	<b>165,0</b>
31,3	Costi operativi attività multimedia	6,6	5,0
32,0	Altri costi operativi non televisivi	9,7	8,0
<b>721,7</b>	<b>Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi</b>	<b>172,5</b>	<b>178,0</b>
29,7	Costi 50% Gruppo Epsilon	-	12,2
(6,5)	Eliminazioni	-	(2,9)
<b>744,9</b>	<b>Totale acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi</b>	<b>172,5</b>	<b>187,3</b>

I **costi operativi televisivi**, hanno registrato nel periodo una diminuzione pari a 8,8 milioni di euro (-5,3%) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Tale andamento riflette oltre ai minori *costi commerciali* (-5,2 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, in gran parte correlati ai minori ricavi), i minori costi operativi del palinsesto (-2,0 milioni di euro rispetto al primo trimestre 2001) in linea

con gli obiettivi di controllo dei costi operativi legati alla realizzazione del prodotto televisivo, previsti per l'anno in corso.

Si segnala comunque che il complesso dei costi televisivi, inclusivi anche delle componenti legate al costo del lavoro ed agli ammortamenti di diritti televisivi e di altre immobilizzazioni, al netto dei proventi generati dalla rivendita di diritti televisivi, ha mostrato nel periodo un incremento comunque contenuto al 4,1%. Tale variazione, principalmente dovuta, come di seguito descritto, all'andamento degli ammortamenti dei diritti televisivi, risulta decisamente inferiore rispetto a quella (+7,7%) registrata nello stesso periodo dell'anno precedente.

I **costi operativi** relativi alle **attività multimedia** subiscono un lieve incremento rispetto al primo trimestre 2001 pari a 1,6 milioni di euro principalmente legato alle attività internet di proprietà, in relazione ai maggiori costi di sviluppo di nuovi siti e di sezioni (tra cui *Tgcom* e *Tgfin*), non presenti nel primo trimestre 2001.

Gli **altri costi operativi non televisivi** registrano un incremento rispetto al primo trimestre dell'anno precedente di 1,7 milioni di euro.

### **Margine Operativo Lordo**

31/03/2002	384,9
31/03/2001	411,4
var. %	-6,4%

Il margine operativo lordo registra nel primo trimestre 2002 un decremento rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente pari a 26,5 milioni di euro; l'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati rimane sostanzialmente stabile (60,7% rispetto al 61,2% del primo trimestre 2001).

### **Risultato Operativo**

31/03/2002	196,4
31/03/2001	243,5
var. %	-19,3%

La variazione del risultato operativo registrata nel primo trimestre 2002 (-47,1 milioni di euro) va posta anche in relazione all'andamento del complesso di ammortamenti e svalutazioni che passano da 167,9 milioni di euro del primo trimestre 2001 a 188,5 milioni di euro nel primo trimestre 2002. L'incremento di tale voce (+22,7 milioni di euro, al netto dell'effetto, nel 2001, del consolidamento del Gruppo Epsilon) è principalmente imputabile ai maggiori ammortamenti generati dall'area televisiva (+21,6 milioni di euro), quasi interamente dovuti alla componente rappresentata dai diritti televisivi. Tale variazione riflette l'andamento crescente degli investimenti degli ultimi anni ed include l'effetto (ancora trascurabile nel primo trimestre 2001) derivante dagli investimenti in fiction seriali autoprodotte avviate dalla fine del 2000.

L'incidenza percentuale del risultato operativo sui ricavi netti consolidati risulta pari al 31,0%, rispetto al 36,2% dello stesso periodo dell'anno precedente. Si segnala tuttavia che, su base annua, si prevede una redditività operativa sostanzialmente allineata a quella dello scorso esercizio, in virtù dei risultati previsti nella seconda parte dell'anno che, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, beneficeranno in maggior misura degli effetti indotti dall'azione di contenimento dei costi e di un contemporaneo più favorevole andamento dei ricavi pubblicitari.

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

31/03/2002	(6,0)
31/03/2001	(19,0)
var. ml./euro	13,0

Il miglioramento di tale voce rispetto al primo trimestre 2001 è principalmente determinato dai minori oneri netti su cambi per 5,5 milioni di euro e dall'effetto economico relativo all'attività di stabilizzazione del titolo (al 31 marzo 2002 risultano in portafoglio n. 150.001 azioni proprie) che, nel primo trimestre 2002, ha generato un utile complessivamente pari a 0,4 milioni di euro a fronte di oneri pari a 7,4 milioni di euro registrati nel primo trimestre 2001.

Si segnala inoltre che i proventi generati dalla liquidità del Gruppo, per la parte gestita dalla SICAV ABS Finance Fund, vengono rilevati solo a fine anno.

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

31/03/2002	(10,1)
31/03/2001	(10,0)
var. ml./euro	(0,1)

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%), di Fascino P.G.T. S.r.l. (partecipata al 30%) e di Titanus Elios S.p.A. (partecipata al 30%).

Il saldo negativo al 31 marzo 2002, pari a 10,1 milioni di euro è principalmente determinato da:

- onere netto di 4,4 milioni di euro relativi alla valutazione delle società appartenenti al Gruppo Telecinco (0,6 milioni di euro espressivi della quota di risultato di periodo e 5,0 milioni di euro relativi alla quota di ammortamento degli avviamenti);
- onere netto di 5,5 milioni di euro relativi ad Albacom S.p.A. (-5,0 milioni di euro espressivi della quota di risultato di periodo e 0,5 milioni di euro relativi alla quota di ammortamento dell'avviamento).

### **Risultato pre-imposte**

31/03/2002	180,6
31/03/2001	214,5
var. %	-15,8%

La diminuzione del risultato pre-imposte è pari a 33,9 milioni di euro; al netto dell'effetto derivante dal consolidamento, per il primo trimestre 2001, del Gruppo Epsilon si registra un minor risultato per 37,9 milioni di euro.

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

Conformemente alla facoltà prevista dall'art. 81 comma 7 del Regolamento approvato con delibera 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 differite attive e passive derivanti dall'applicazione del principio contabile vigente, relativo alle imposte sul reddito.

## Struttura patrimoniale e finanziaria

Di seguito vengono presentati la sintesi patrimoniale ed il cash flow del Gruppo Mediaset:

Gruppo Mediaset			
31/12/2001	Sintesi Patrimoniale	31/03/2002	31/03/2001
(ml./euro)			(ml./euro)
1.881,8	Diritti televisivi	1.828,3	1.853,3
430,1	Altre immobilizzazioni immateriali e materiali	444,8	455,0
687,6	Partecipazioni e altre immobilizzazioni finanziarie	677,5	575,5
(304,0)	Capitale circolante netto e altre attività/passività	(273,0)	(391,4)
(93,1)	Fondo trattamento di fine rapporto	(95,1)	(87,4)
<b>2.602,4</b>	<b>Capitale investito netto</b>	<b>2.582,5</b>	<b>2.405,0</b>
<b>(247,8)</b>	<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>(47,3)</b>	<b>198,7</b>
<b>2.354,6</b>	<b>Patrimonio netto di Gruppo e di terzi</b>	<b>2.535,2</b>	<b>2.603,7</b>
31/12/2001	Fonti e Impieghi	31/03/2002	31/03/2001
(ml./euro)			(ml./euro)
<b>1.162,3</b>	<b>Flusso di cassa operativo</b>	<b>380,8</b>	<b>390,3</b>
<b>(1.279,1)</b>	<b>Totale investimenti di cui:</b>	<b>(120,5)</b>	<b>(255,2)</b>
(776,0)	investimenti in diritti televisivi	(112,1)	(242,7)
(392,6)	investimenti partecipativi	-	-
(45,0)	investimenti in altre immobilizzazioni immateriali	(1,4)	(2,0)
(65,5)	investimenti in immobilizzazioni materiali	(7,0)	(10,5)
	<b>Aumenti di capitale</b>	-	-
<b>(283,2)</b>	<b>Dividendi distribuiti</b>	-	-
<b>(180,8)</b>	<b>Altre variazioni monetarie</b>	<b>(59,8)</b>	<b>(61,7)</b>
<b>207,7</b>	<b>Variazione campo di consolidamento</b>	-	-
<b>(373,1)</b>	<b>Flusso di cassa netto</b>	<b>200,5</b>	<b>73,4</b>

Di seguito vengono commentate le principali voci dello stato patrimoniale e le rispettive variazioni rispetto al 31 dicembre 2001.

### Capitale investito netto

31/03/2002	2.582,5
31/12/2001	2.602,4
var. ml./euro	(19,9)

La componente più rilevante del capitale investito del Gruppo Mediaset è rappresentata dalla voce **diritti televisivi** che mostra un decremento pari a 53,5 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2001. Tale diminuzione è dovuta, per il periodo in esame, ad una maggior quota di ammortamenti rispetto agli investimenti contabilizzati nel periodo; questi ultimi sono inferiori rispetto a quelli effettuati nello stesso periodo dell'anno precedente, in linea con l'obiettivo di riduzione degli acquisti previsto nel 2002 rispetto all'anno precedente. Le **altre im-**



**mobilizzazioni immateriali e materiali** mostrano invece un incremento pari a 14,7 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2001 principalmente riconducibile all'incremento delle immobilizzazioni in corso relative alle produzioni di fiction a lunga serialità.

Le **partecipazioni e altre immobilizzazioni finanziarie** diminuiscono di 10,1 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2001 per effetto dell'adeguamento del valore delle partecipazioni di Telecinco/Publiespana, Albacom, Fascino P.G.T. e Titanus Elios, consolidate con il metodo del patrimonio netto.

Il saldo negativo della voce capitale circolante e altre attività e passività pari a 273,0 milioni di euro si riduce, rispetto a quello del 31 dicembre 2001, di 31,0 milioni di euro. Tale variazione, va posta principalmente in relazione alla diminuzione dei debiti commerciali (prevalentemente relativi a diritti) ed all'incasso del credito di 105,9 milioni di euro vantato, al 31 dicembre 2001, verso British Telecom, in relazione alla cessione della quota di partecipazione in Blu S.p.A. avvenuta a dicembre 2001.

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

31/03/2002	2.535,2
31/12/2001	2.354,6
var. ml./euro	180,6

L'incremento rispetto al 31 dicembre 2001 riflette l'utile lordo di periodo.

### **Posizione finanziaria netta**

31/03/2002	(47,3)
31/12/2001	(247,8)
var. ml./euro	200,5

Il miglioramento della posizione finanziaria netta rispetto al 31 dicembre 2001, va posto principalmente in relazione al positivo flusso di cassa prodotto dalla gestione corrente, all'incasso del credito vantato al 31 dicembre 2001 nei confronti di British Telecom in relazione alla cessione della quota di partecipazione in Blu S.p.A. (pari a 105,9 milioni di euro) al netto delle uscite connesse all'acquisto diritti. Su basi omogenee, escludendo l'incasso legato alla cessione della partecipazione di Blu S.p.A., il flusso di cassa netto generato nel primo trimestre 2002 risulta superiore rispetto a quello registrato nello stesso periodo dell'anno precedente.

Di seguito viene riportato il dettaglio della posizione finanziaria al 31 marzo 2002, confrontata con quella al 31 dicembre 2001:

(valori in milioni di euro)

	31/03/2002	31/12/2001
Disponibilità liquide	297,8	101,0
Titoli e attività finanziarie non immobilizzate	210,8	215,5
<b>Totale attività finanziarie</b>	<b>508,6</b>	<b>316,5</b>
Debiti verso banche	(545,6)	(553,0)
Debiti verso altri finanziatori:		
Società di factoring	-	-
Società di leasing	(5,4)	(5,5)
Altri	(4,9)	(5,8)
<b>Totale passività finanziarie</b>	<b>(555,9)</b>	<b>(564,3)</b>
<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>(47,3)</b>	<b>(247,8)</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)

	31/03/2002	31/03/2001
Ricavi pubblicitari vs. terzi	683,1	705,3
Ricavi pubblicitari vs. Gruppo Fininvest e Gruppo Mediolanum	7,9	12,2
Ricavi pubblicitari vs. Promoservice	1,1	1,5
<b>Ricavi pubblicitari televisivi Publitalia '80 S.p.A.</b>	<b>692,1</b>	<b>719,1</b>

Come già precedentemente commentato, l'andamento del fatturato pubblicitario, pur decrescente rispetto a quello dello stesso periodo dell'anno precedente, risulta in linea con gli obiettivi di periodo.

In particolare, la raccolta pubblicitaria sulle reti Mediaset nei confronti dei clienti terzi ha registrato, nei primi tre mesi dell'anno 2002, una flessione contenuta al 3,2%, un risultato superiore a quello previsto per il mercato nazionale di riferimento e che deve essere comunque valutato in rapporto all'andamento ancora estremamente positivo conseguito da Publitalia '80 nello stesso periodo dell'anno precedente.

Le indicazioni relative all'andamento del mercato pubblicitario sui mezzi classici confermano, anche nei primi mesi del 2002, una situazione di generalizzata debolezza; la flessione degli investimenti pubblicitari riservati al mezzo televisivo è stata comunque più contenuta, con un andamento migliore sia rispetto a quello decisamente negativo registrato nell'ultima parte del 2001, sia rispetto a quello registrato nei principali mercati europei.

L'andamento degli investimenti pubblicitari relativamente al settore televisivo, nel corso dei primi mesi del 2002, ha inoltre evidenziato alcuni sintomi di ripresa tra cui il ritorno degli investimenti di importanti operatori appartenenti al comparto delle telecomunicazioni e dei servizi finanziari. Nello stesso periodo si conferma invece una sostanziale tenuta degli investimenti pubblicitari provenienti dal comparto costituito dai beni di largo consumo. Tali segnali, unitamente a quelli relativi all'evoluzione del quadro macroeconomico interno ed internazionale, lasciano presagire un andamento complessivamente più favorevole degli investimenti pubblicitari nel corso della seconda parte dell'anno.

#### Broadcasting e contenuti

I risultati di ascolto relativi al primo trimestre 2002 evidenziano su base giornaliera un calo delle reti Mediaset e di Tmc/La 7 a vantaggio dell'insieme delle altre emittenti che guadagnano 1,8 punti di share rispetto al periodo omologo dell'anno precedente. Sostanzialmente invariato il risultato di Rai.

Di seguito la situazione nelle 24 ore:

<b>Totale giornata</b>	<b>gen/mar 2002</b>	<b>gen/mar 2001</b>	<b>Var. vs. 2000</b>
Reti Mediaset	43,2%	44,8%	-1,6%
Reti RAI	46,8%	46,7%	0,1%
Tmc / La 7	1,6%	1,9%	-0,3%
Altre	8,4%	6,6%	1,8%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

Il risultato delle reti Mediaset, complessivamente superiore al 43%, evidenzia una riduzione di 1,6 punti di share rispetto al 2001 come risultante di un decremento verificatosi sia in Day Time che in Prime Time (rispettivamente -1,5 e -1,2 punti di share). Rispetto al primo trimestre del 2001 si assiste ad un riequilibrio dei rapporti di forza tra Canale 5 (che passa dal 24,9 al 23,9%) ed Italia 1 (che passa dal 10,1 % al 10,9%). Retequattro si ferma invece all'8,9%.

La stabilità delle reti Rai è la risultante del calo dell'ammiraglia Rai 1 (-1,6 in Day Time e -0,9 in Prime Time) a favore della terza rete Rai (un punto di share in Day Time e 0,7 in Prime Time). Rai 2, invece, cresce in Day Time e riduce la propria quota in Prime Time dove viene superata da Italia 1, che diventa terza rete.

A seguire viene analizzata in dettaglio la situazione degli ascolti per ciascuna rete.

Si segnala che i dati di ascolto riferiti al Prime Time sono relativi alla fascia oraria 20:30-22:30.



Nel totale giornata Canale 5 perde 1,5 punti di share rispetto al 2001 (23,4% vs 24,9%) così come la diretta avversaria Rai 1 (-1,4) nei confronti della quale continua però a mantenere un notevole vantaggio sul target 15-54 anni (26,3% vs 19,8%).

Canale 5, conferma inoltre la leadership in Prime Time, dove raggiunge il 24,6% rispetto al 23,9% registrato da Rai 1.

<b>Canale 5 - Totale ascolti</b>	<b>gen/mar 2002</b>	<b>gen/mar 2001</b>	<b>Var. vs. 2000</b>
Totale giornata	23,4%	24,9%	-1,5%
Prime Time	24,6%	26,1%	-1,5%
Day Time	23,1%	24,5%	-1,4%

Più in dettaglio:

- in **Day Time**, nonostante la maggior competitività della programmazione delle altre reti non mancano note positive. In particolare: *Vivere*, ormai da un anno nella collocazione delle 12:30, si stabilizza al 21%; *Beautiful*, in lieve crescita rispetto al primo trimestre 2001 (31,7%) ottiene il 32,1%; *Cento Vetrine* prosegue la sua straordinaria ascesa passando dal 25,3% dei primi tre mesi dell'anno precedente (chiuso al 27,2% medio) al 29,3% di gennaio/marzo 2002. Inoltre, tutte e tre le soap risultano es-

sere, nelle rispettive fasce orarie, i programmi preferiti dalle giovani donne con punte superiori al 45% di share.

Maria De Filippi con *Uomini e donne*, continua a vincere il duello pomeridiano aggiudicandosi, dal lunedì al venerdì, il 24,3% sugli individui e il 26,7% sulle donne (rispetto al 22,4% ed al 23,3% di *Al posto Tuo*).

Grazie ai due fortunati programmi di Gerry Scotti la fascia preserale si riconferma un punto di forza per la rete. *Passaparola* ottiene il 26,1% e *Chi vuol essere milionario* il 27,1%, oltre quattro punti sopra *La vita in diretta sera* che non riesce ad oltrepassare il 22,6% medio.

Nel week-end *Buona Domenica* prevale con largo margine su *Dom&nika In* totalizzando, nel primo trimestre 2002, una share pari al 26,1% (rispetto al 22,9% di Rai 1).

Il primo trimestre 2002 segna lo straordinario successo del TGS: nell'edizione delle 20:00 il notiziario di Enrico Mentana raggiunge il 30,4% spodestando, con questo risultato, il TGI fermo al 30,2% e diventando punto di riferimento dell'informazione in un momento storico particolarmente importante per gli avvenimenti internazionali.

- In **Prime Time** *Striscia la Notizia* mette a segno l'ennesimo successo, registrando, nei primi tre mesi dell'anno, una share pari al 33,5% (rispetto al 32,6% del primo trimestre del 2001) e continua a svolgere una preziosa funzione di traino per i programmi di prima serata.

I *Filmissimi*, l'ormai consolidato appuntamento del lunedì, ottengono una media complessiva del 25,3% (vs il 20,9% di *Lunedifilm* di Rai 1). In particolare vanno segnalati *Out of sight* (29,3%), *Nemiche Amiche* e *Se scappi ti sposo* (entrambi al 28,8%) e *C'è posta per te* (26,2%).

Grandissimo il successo delle produzioni: il venerdì, tutto all'insegna della risata e del buonumore, *Maramao* ottiene il 29,4% e le prime tre puntate di *Scherzi a Parte* il 32,1%; il sabato, le otto puntate di *C'è posta per te* andate in onda nel 2002 raggiungono quota 29,2% e la *Corrida* il 33,3%.

Molto apprezzata da parte del pubblico anche la fiction autoprodotta. In particolare: *Francesca e Nunziata*, il film Tv che ha messo a confronto due generazioni di attori alle prese con una tormentata storia d'amore ambientata nella Campania dell'800, raggiunge il 29%; *Il Sequestro Soffiantini*, basato invece su un fatto realmente accaduto nel 1997, il 29,3% ed infine *Incompreso*, un classico della letteratura, anch'esso realizzato con un cast di tutto rispetto, supera il 26% di share.



## Italia 1

Il 2002 inizia nel migliore dei modi per la rete che, rispetto al primo trimestre dello scorso anno, aumenta in maniera considerevole i propri ascolti: 0,8 punti di share in più in Day Time, 1,1 in Prime Time e, di conseguenza, 0,8 nelle 24 ore.

Italia 1 continua ad essere la rete preferita dai bambini 4-14 anni (25,5%), la seconda, dopo Canale 5, dai 15-19enni (23,5%) e la terza, dopo Canale 5 e Rai 1, dai 15-34enni (16,6%).

Italia 1 - Totale ascolti	gen/mar 2002	gen/mar 2001	Var. vs. 2000
Totale giornata	10,9%	10,1%	0,8%
Prime Time	11,7%	10,6%	1,1%
Day Time	10,7%	9,9%	0,8%

In dettaglio:

- in **Day Time** al mattino molto buono il risultato del telefilm *Mac Gyver* che dal lunedì al venerdì ottiene il 14,7% medio, facendo guadagnare 2,8 punti di share alla fascia 10:30–11:30 rispetto all'omologo trimestre del 2001 (14,5% rispetto all'11,7%).

Nel primo pomeriggio *I Simpson* continuano a divertire grandi e piccoli: li guardano il 13,2% degli individui, il 41,3% dei bambini e il 23% dei 15-34enni; più tardi, *What a Mess Slump* e *Arale* e *Che campioni Holly* e *Benji* totalizzano rispettivamente il 14,4% ed il 13,3% e addirittura il 54,5% e il 47,2% sul target 4-14 anni.

Molto buoni i consensi ottenuti dalle produzioni: *Saranno Famosi*, iniziato il 17 settembre 2001 con un 9,2%, ha incrementato notevolmente i suoi ascolti raggiungendo, nei primi mesi del 2002, il 14% con la striscia pomeridiana in onda dal lunedì al venerdì ed il 26,3% nello speciale del sabato (con medie in entrambi i casi superiori al 40% sui giovani 15-24); *Sarabanda*, fermo all'11,1% all'inizio dello scorso anno, sale al 12,3% guadagnando 1,2 punti di share; lo stesso incremento si registra, il sabato, nella share de *L'Assemblea* che, nella collocazione delle 15:30, passa dal 12,7% del 2001 al 13,9% del primo trimestre 2002. Infine, da segnalare il positivo esordio di *MPT Mi piaci tu*, che nella prima settimana di programmazione realizza una media del 12,1% conquistando un 15-34enne su quattro.

Il confronto primo trimestre 2002 vs 2001 è favorevole anche per l'informazione: *Studio Aperto* migliora di 2,2 punti nell'appuntamento meridiano, dove passa dal 13,1% al 15,3%. Alla sera, nella storica collocazione delle 18:30, raggiunge l'8,8%.

In seconda serata si confermano vincenti alcuni tra i "cult" di Italia 1: il lunedì, la sesta edizione di *Zelig* si aggiudica il 18,2% degli ascolti; il giovedì, *Le Iene*, giunte al quinto anno di programmazione, conquistano il 15%.

Buoni anche i risultati delle produzioni sportive: la domenica *Controcampo* migliora di quasi un punto e mezzo gli ascolti del primo trimestre 2001 passando dal 12,8% al 14,2%; *Pressing Champions League*, in onda il martedì e il mercoledì, realizza il 15,3% vs il 14,2% del periodo omologo.

- In **Prime Time** buoni i risultati delle serate dedicate ai film. Tra i numerosi titoli vanno segnalati: *Trappola sulle montagne rocciose* (16,2%), *Indiana Jones e il tempio maledetto* (15,4%), *The Peacemaker* (14,8%), *I predatori dell'arca perduta* (14,5%), *Il mondo perduto di Jurassic Park* (14,3%) e *Tutti gli uomini del deficiente* (14,2%).

I quattro mercoledì firmati *Champions League* ottengono complessivamente il 20% con una punta del 21,8% della partita *Deportivo-Juventus* che fa guadagnare alla rete il secondo posto, dopo Canale 5, nella classifica degli ascolti della serata.

Tra le produzioni, *Saranno Famosi* è sicuramente quella che porta il contributo maggiore in termini di ascolti; i primi due martedì in Prime Time hanno prodotto una share del 17,8% pari ad un ascolto medio di oltre cinque milioni di telespettatori.



Gli ascolti dei primi tre mesi del 2002 manifestano, rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente, una diminuzione di quasi un punto in tutte le fasce orarie.

In particolare, in Prime Time faticano il venerdì ed il sabato mentre in Day Time è il primo pomeriggio a risentire di una controprogrammazione fortemente competitiva.

Tuttavia, la rete non perde sintonia con il suo target di riferimento che continua a rimanerle fedele: 9,5% sulle donne e 11,7% sugli over 55 anni nel totale giornata.

<b>Retequattro - Totale ascolti</b>	<b>gen/mar 2002</b>	<b>gen/mar 2001</b>	<b>Var. vs. 2000</b>
Totale giornata	8,9%	9,8%	-0,9%
Prime Time	7,6%	8,4%	-0,8%
Day Time	9,3%	10,2%	-0,9%

In dettaglio:

- In **Day Time**, al mattino *Innamorata*, la nuova telenovela ambientata nel Perù odierno, dal 28 gennaio 2002 in onda dalle 09:30 alle 10:30, ottiene una media del 10,9%; a seguire *Febbre d'amore* posticipato di quaranta minuti, guadagna 0,4 punti passando dall'8,7% di inizio anno al 9,1% attuale.

A pranzo *Forum*, giunto alla diciassettesima edizione, continua a registrare ascolti nettamente superiori alla media di rete (17,4%).

Nel week-end *Sabato Vip*, che aveva chiuso il 2001 con il 16,6% medio, sale al 17%; rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, migliorano anche *Il trucco c'è* (15,8% rispetto al 14,2%) e *La domenica del villaggio* (17,1% rispetto al 16,7%).

In crescita anche gli ascolti dell'informazione: il *TG4* delle 13:30 avanza di 0,3 punti rispetto al primo trimestre del 2001 (9,4% rispetto al 9,1%); quello delle 19:00 di 0,6 (9,0% rispetto al 8,5%).

In seconda serata *I Bellissimi*, ormai divenuti un appuntamento storico della Rete (79 le seconde serate in loro compagnia) continuano ad incontrare il favore del pubblico. In particolare, tra i più visti, segnaliamo *Un nuovo giorno* (16,6%), *Una donna in carriera* (15,8%), *Amici per gioco...* (15,3%), *Music Box...* e *Poliziotti* (entrambi al 14,8%), *Le amiche del cuore* (14,3%) e *Il principe delle maree* (14,1%).

- In **Prime Time** il cinema di Retequattro, sempre caratterizzato da una grande miscellanea di generi in grado di soddisfare tutti i gusti, si conferma una scelta vincente per la prima serata. In particolare vanno sottolineati i risultati delle 13 domeniche dedicate ai film che raggiungono una media complessiva del 9,6% (*Ancora 48 ore* 13,1%, *Fino a prova contraria* 12,4%, *Il senso di Smilla per la neve* 11,8%, *Codice d'onore* 11,1%).

Positivo il dato di *Viva Napoli*, il festival della canzone partenopea in tre puntate che ha conseguito una share del 10,9% con punte superiori al 20% sugli individui di età superiore ai 65 anni.

Buoni anche i risultati di *I sette vizi capitali* lo speciale che ha ottenuto il 9,2% e che, da fine aprile 2002, costituirà l'appuntamento del lunedì sera di Retequattro.

Infine va segnalato il risultato della partita di *Coppa Uefa Milan - Hapoel Tel Aviv*, giocata il 21 marzo, che si è aggiudicata il 14,1%.

## **Televisione commerciale – Estero**

### **Gruppo Telecinco**

Sulla base delle indicazioni attualmente disponibili, nel corso del primo trimestre 2002 gli investimenti pubblicitari riservati al mezzo televisivo in Spagna hanno registrato una significativa flessione (-12,8%) rispetto all'omologo periodo dell'anno precedente, confermando come già avvenuto nel 2001 la tendenza dei principali operatori del settore ad adottare in una fase di prolungata contrazione del mercato politiche

commerciali estremamente aggressive. In tale contesto, la raccolta pubblicitaria lorda di Publiespana per Telecinco, attestatasi a 109,1 milioni di euro, ha registrato nel periodo in esame, una flessione particolarmente accentuata (-21,6%). Tale risultato ha infatti risentito oltre che della situazione di generale debolezza complessiva del mercato dell'andamento sfavorevole degli ascolti relativi al target commerciale di riferimento dovuto alla strategia editoriale dell'emittente pubblica che ha concentrato nella programmazione della prima parte dell'anno format di grande impatto sul pubblico. Sulla base delle evidenze attualmente disponibili relative agli andamenti dei mesi di aprile e maggio 2002, Telecinco dovrebbe comunque beneficiare, già nel secondo trimestre 2002, sia di una ripresa degli investimenti pubblicitari complessivi (ad aprile la raccolta pubblicitaria di Telecinco è stata infatti superiore rispetto a quella dello stesso mese del 2001) sia di un netto recupero delle abituali quote d'ascolto grazie anche alla disponibilità in palinsesto della nuova edizione del *Grande Fratello*.

Nel corso dei primi tre mesi del 2002 Telecinco ha ottenuto una quota d'ascolto sull'intera giornata pari a 18,4% con una diminuzione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente pari a 2,5 punti; mentre sia Antena 3, il principale concorrente privato, sia TVE-I hanno registrato un lieve incremento degli ascolti attestandosi rispettivamente al 20,8% (20,6% al 31 marzo 2001) ed al 25,9% (25,7% al 31 marzo 2001). Sul target commerciale di riferimento la quota d'ascolto di Telecinco è invece scesa al 20,8% rispetto 23,4% dello stesso periodo del 2001; Antena 3 si mantiene sostanzialmente stabile al 22,7% (22% nel primo trimestre 2001), mentre TVE-I registra un significativo incremento passando dal 20,5% al 21,9%.

L'andamento sfavorevole della raccolta pubblicitaria di Telecinco ha determinato nel periodo in esame una riduzione dei ricavi netti consolidati pari a 24,5 milioni di euro rispetto al primo trimestre 2001 ed una flessione del risultato operativo di periodo pari a 31,2 milioni di euro, in presenza di un aumento contenuto dei costi del palinsesto. Il risultato netto del periodo risulta pari a 1,5 milioni di euro, evidenziando una diminuzione di 18,6 milioni di euro rispetto al 31 marzo 2001.

La valutazione con il metodo del patrimonio netto della partecipazione, includendo la quota di ammortamento dell'avviamento (pari nel periodo a 5 milioni di euro), ha comportato per il Gruppo Mediaset un onere netto nel trimestre pari a 4,4 milioni di euro.

### **Partecipazione in KirchMedia**

Nel corso del primo trimestre 2002 si è assistito ad un progressivo deterioramento della situazione finanziaria complessiva del Gruppo Kirch, dovuto all'elevato indebitamento principalmente generato dalle attività di televisione digitale a pagamento (Kirch Pay Tv) e dall'acquisizione dei diritti mondiali relativi alla Formula 1. Kirch Media, sub-holding delle attività di televisione commerciale (52,5% del Gruppo ProsiebenSAT1) e di trading di diritti è stata a sua volta coinvolta nella crisi finanziaria del Gruppo Kirch principalmente in relazione all'attività di approvvigionamento e commercializzazione di diritti televisivi, che tale società svolge nei confronti di Kirch Pay Tv.

Al fine di fronteggiare tale situazione, il Gruppo Kirch ha avviato in tale periodo, un processo di ristrutturazione finanziaria e di business complessiva del Gruppo che prevedeva, tra l'altro, la dismissione di partecipazioni ritenute non più strategiche. Inoltre, al fine di focalizzarsi prioritariamente su tale processo, in data 20 marzo 2002 i rappresentanti del management del Gruppo ProsiebenSAT1 Media AG e di Kirch Media GmbH & Co. KGaA hanno informato i rispettivi Supervisory Board della decisione di annullare il progetto di fusione tra le due società e la successiva quotazione in Borsa della società risultante da tale fusione, già avviato nel corso del mese di settembre 2001 ed il cui perfezionamento era originariamente previsto per il giugno 2002.

Successivamente alla chiusura del primo trimestre 2002, in data 8 aprile, a seguito di alcuni tentativi preliminari operati dalle principali banche creditrici e dagli azionisti di minoranza volti a fronteggiare

l'imminente crisi di liquidità, Kirch Media ha presentato istanza di insolvenza della società dinanzi alla competente sezione del Tribunale di Monaco. Quest'ultimo ha quindi provveduto a nominare un amministratore straordinario con il compito di supervisionare attraverso due nuovi amministratori da esso nominati, la gestione della società e predisporre, entro un periodo di due mesi, un piano di ristrutturazione da sottoporre alla valutazione del Tribunale stesso. Durante tale fase preliminare ed anche successivamente all'eventuale dichiarazione di insolvenza, la società rimane comunque nel suo stato di ordinaria attività mentre gli organi sociali (Assemblea dei soci e Supervisory Board) conservano i loro poteri e gli azionisti il loro status.

In attesa di poter valutare gli eventuali piani di ristrutturazione che potranno essere presentati in tale periodo e non potendo disporre, ad oggi, di una situazione economico-patrimoniale approvata del Gruppo Kirch Media rispetto alla quale effettuare una valutazione oggettiva, al 31 marzo 2002 non si è proceduto ad alcun adeguamento del valore della partecipazione del 2,28% detenuta da Mediaset in Kirch Media (203,8 milioni di euro) ritenendo congruo il fondo rischi stanziato al 31 dicembre 2001 per un valore (171,9 milioni di euro) corrispondente all'avviamento incorporato in tale partecipazione al fine di riflettere il possibile venir meno dei principali presupposti (opzione put nei confronti dell'azionista di controllo Taurus Holding e progetto di quotazione della società) originariamente a garanzia del valore del capitale investito da Mediaset in tale partecipazione.

I dati consuntivi del primo trimestre 2002 relativi al Gruppo quotato ProSiebenSAT1, detenuto al 52,5% da Kirch Media evidenziano una flessione (-4,7%) dei ricavi pubblicitari, comunque inferiore a quella registrata dal mercato televisivo di riferimento, confermando la posizione di leadership di tale gruppo nel mercato pubblicitario tedesco. Il risultato operativo si è invece attestato a 22 milioni di euro rispetto ai 39 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

## **Attività multimedia e telecomunicazioni**

### **Attività multimedia**

Le attività multimedia del Gruppo Mediaset vengono presidiate principalmente da Mediadigit S.p.A., società operativa dal 2000, a cui fanno capo le attività relative alla realizzazione di canali tematici, le attività Internet e quelle relative al 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). Tra le 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 ed ai canali tematici (per questi ultimi a partire dal secondo semestre 2001) 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 31 marzo 2002 il numero complessivo di abbonati ai bouquet degli operatori satellitari nei quali vengono distribuiti i canali realizzati da Mediadigit risulta pari a 1.738.000, di cui 798.000 abbonati relativi ai tre canali distribuiti su piattaforma Stream e 940.000 abbonati relativi al pacchetto Basic di Telepiù in cui viene offerto *Happy Channel*. I ricavi complessivi generati dalla distribuzione alle due piattaforme digitali di tali canali sono stati pari, nei primi tre mesi dell'anno, a 5,1 milioni di euro, in aumento rispetto ai 4,9 milioni di euro dei primi tre mesi del 2001.



Sul fronte delle attività legate ad **Internet**, è ormai definitivamente avviato il processo di integrazione delle attività del portale Jumpy a seguito dell'acquisto da parte di Mediadigit S.p.A. del relativo ramo d'azienda avvenuto nel corso del 2001.

L'acquisizione del portale Jumpy ha consentito a Mediadigit di accelerare il proprio piano di sviluppo nel comparto online, completandone il profilo editoriale ed incrementando significativamente la propria quota di mercato. Jumpy, nel mese di marzo 2002, contribuisce infatti per circa il 30% al totale pagine viste dell'intera area Internet di Mediaset.

Nel mese di marzo 2002 l'insieme dei siti di proprietà del Gruppo ha registrato complessivamente circa 132 milioni di page views.

I siti relativi al Portale verticale *MOL* ed ai siti delle reti hanno contribuito con 64 milioni di pagine viste, quadruplicando i risultati del mese di dicembre 2001 (16 milioni di pagine viste). A tale risultato ha contribuito a partire dal mese di gennaio 2002 anche il sito *Il Milionario*, che ha totalizzato nei primi tre mesi dell'anno circa 1,5-2 milioni di page views al giorno. L'area dedicata alle News (*Tgcom*, *TG5.it* e *TgFin*) ha totalizzato nel mese di marzo circa 27 milioni di page views. In tale area è da sottolineare la performance di *Tgcom*, il giornale online del Gruppo, che ha aumentato le pagine viste mensili da circa 16 milioni nel mese di gennaio a circa 22 milioni nel mese di marzo 2002.

I ricavi totali dell'area Internet del Gruppo sono stati pari nei primi tre mesi del 2002 a 1,3 milioni di euro, in crescita rispetto ai 0,6 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

Con riferimento all'attività di **Teletext** (Mediavideo e servizio interattivo), i ricavi dei primi tre mesi dell'anno sono stati pari a 0,9 milioni di euro, rispetto agli 1,1 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente. In tale periodo è stato completato il *restyling* grafico del *brand* Mediavideo nonché dell'impaginazione dei relativi contenuti, al fine di rendere più apprezzabile il prodotto sia dagli utenti televisivi che dai clienti commerciali.

### **Telecomunicazioni**

Il Gruppo Mediaset è attualmente presente nel settore delle telecomunicazioni attraverso la partecipazioni detenute da Mediaset S.p.A. in Albacom S.p.A. (19,5%) ed in Olivetti S.p.A. (0,45%).

Come già enunciato nella Relazione degli Amministratori sulla gestione del Bilancio 2001, il valore della partecipazione detenuta da Mediaset S.p.A. in **Olivetti S.p.A.**, nonostante sia superiore alla corrispondente quota del patrimonio netto, viene mantenuto nel bilancio al 31 marzo 2002 pari al valore di acquisto in relazione al positivo andamento della gestione caratteristica del trimestre. Si evidenzia inoltre nel primo trimestre 2002, la riduzione dell'indebitamento finanziario netto consolidato in linea con gli obiettivi previsti dal piano industriale del Gruppo Olivetti/Telecom e si confermano le aspettative di un risultato netto positivo della capogruppo Olivetti S.p.A. per l'esercizio in corso.

**Albacom S.p.A.** ha ormai consolidato il proprio ruolo di principale operatore alternativo a Telecom Italia per quanto riguarda la fornitura di servizi di telefonia fissa per il *segmento business* conseguendo un notevole miglioramento dei risultati economici.

I dati pre-consuntivi relativi alla situazione economico – patrimoniale al 31 marzo 2002 confermano il sensibile miglioramento della gestione operativa già riscontrato nel corso del 2001. In particolare il risultato netto consolidato evidenzia nei primi tre mesi del 2002 una perdita di circa 25 milioni di euro (-64 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente), in presenza di un margine operativo lordo positivo per il secondo trimestre consecutivo. In virtù di tale risultato Albacom prevede di chiudere l'esercizio fiscale al 31 marzo 2002 con un risultato operativo lordo positivo, in anticipo di un anno rispetto ai piani

aziendali. Il fatturato della società, nell'esercizio chiuso al 31 marzo 2002, si attesta a circa 560 milioni di euro con un incremento del 20,5% rispetto all'esercizio precedente.

Per effetto di tale risultato e dell'ammortamento dell'avviamento (0,5 milioni di euro), la valutazione con il metodo del patrimonio netto della partecipazione in Albacom S.p.A. ha comportato per il Gruppo Mediaset, al 31 marzo 2002, un onere complessivo pari a 5,5 milioni di euro.

Va segnalato, infine, che in relazione alla copertura del fabbisogno finanziario della società per il periodo novembre 2001/marzo 2002 Mediaset, nel corso del primo trimestre 2002, ha effettuato per la propria quota di competenza versamenti complessivamente pari a 18,8 milioni di euro.

---

### **EVENTI SUCCESSIVI AL 31 MARZO 2002**

---

- In data 8 aprile 2002 Kirch Media, società partecipata al 2,28% da Mediaset Investment S.a.r.l., ha presentato istanza preliminare di insolvenza dinanzi alla sezione competente del Tribunale di Monaco. L'amministratore straordinario nominato dallo stesso Tribunale dovrà predisporre, nel corso dei due mesi successivi a tale data (periodo eventualmente estendibile su richiesta del Tribunale), un piano di ristrutturazione finanziaria al fine di evitare il formale avvio della procedura fallimentare. Si segnala inoltre che in data 8 maggio 2002 anche Kirch Pay Tv, sub-holding del Gruppo Kirch per le attività di televisione digitale a pagamento in Germania (attività operativamente gestita dalla controllata Première World), ha presentato a sua volta istanza preliminare di insolvenza.

---

### **EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE**

---

- I risultati conseguiti in termini di raccolta pubblicitaria dalle reti Mediaset al termine dei primi quattro mesi del 2002 confermano, in linea con l'andamento già delineato nel corso del primo trimestre, il raggiungimento degli obiettivi previsti per la prima parte dell'anno, periodo nel quale la raccolta pubblicitaria dovrebbe mantenersi complessivamente inferiore rispetto a quella conseguita nello stesso periodo dell'anno precedente. L'andamento dei principali indicatori congiunturali sembrerebbero comunque, al momento, confermare una possibile ripresa degli investimenti pubblicitari nel corso degli ultimi mesi dell'anno anche in relazione all'andamento particolarmente negativo registrato nell'omologo periodo del 2001.
- Le reti Mediaset nei primi quattro mesi del 2002 registrano una share media sul totale giornata che si attesta al 43,4% rispetto alla quota del 44,8% registrata nello stesso periodo dell'anno precedente, confermando il primato nazionale di Canale 5 e la crescita della quota d'ascolto di Italia 1 in linea con gli obiettivi di rafforzamento della rete di riferimento per il target giovanile.
- Sulla base delle evidenze attualmente disponibili, relative sia all'andamento della raccolta pubblicitaria che dei costi televisivi, si conferma il perseguimento per l'esercizio in corso dell'obiettivo costituito dal conseguimento di una redditività operativa, su base annua, sostanzialmente in linea con quella registrata nel 2001.

per il Consiglio di Amministrazione  
il Presidente