



*Relazione sull'andamento
della gestione
nel primo trimestre
dell'esercizio 2003*

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

Sito Internet: www.gruppomediasset.it

ORGANI SOCIALI

Consiglio di Amministrazione

Presidente	(*) Fedele Confalonieri
Vice Presidente	(*) Pier Silvio Berlusconi
Consigliere Delegato	(*) Giuliano Adreani
Consiglieri	Franco Amigoni Marina Berlusconi Pasquale Cannatelli Paolo Andrea Colombo Enzo Concina Maurizio Costa Mauro Crippa Bruno Ermolli Marco Giordani Alfredo Messina (*) Gina Nieri Roberto Ruozi

Collegio Sindacale

Presidente	Achille Frattini
Sindaci Effettivi	Francesco Antonio Giampaolo Riccardo Perotta
Sindaci Supplenti	Gianfranco Polerani Francesco Vittadini

Società di Revisione

Deloitte & Touche S.p.A.

(*) *Componenti del Comitato Esecutivo*



SOMMARIO

Relazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre dell'esercizio 2003	1
Risultati economico finanziari del Gruppo Mediaset	3
Criteri di redazione	3
Risultati economici	4
Struttura patrimoniale e finanziaria	15
Analisi per aree di attività	18
Televisione commerciale - Italia	18
Televisione commerciale – Spagna	25
Altre partecipazioni	26
Eventi successivi al 31 marzo 2003	27
Evoluzione prevedibile della gestione	27

GRUPPO MEDIASET

Relazione sull'andamento della gestione nel primo trimestre dell'esercizio 2003

Signori Azionisti,

il Bilancio Consolidato del Gruppo che fa capo alla Vostra Società, in virtù della quota di controllo detenuta a seguito dell'acquisizione del 12% dal Gruppo Correo, recepisce per la prima volta, nel primo trimestre 2003, gli effetti generati dal consolidamento integrale delle società appartenenti al Gruppo Telecinco, ottenendo i seguenti risultati: i **ricavi netti consolidati** ammontano a 777,1 milioni di euro (di cui 142,3 milioni di euro relativi al consolidamento del Gruppo Telecinco) rispetto ai 633,6 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente, evidenziando in termini omogenei un leggero incremento rispetto al primo trimestre 2002 (+0,2%); il **marginale operativo lordo** si attesta a 468,0 milioni di euro (il contributo del Gruppo Telecinco risulta pari a 76,9 mio euro) rispetto ai 384,9 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente; la redditività operativa lorda è pari al 60,2% , in crescita in termini omogenei (61,6%) rispetto a quella registrata nello stesso periodo dell'anno precedente (60,7%). Il **risultato operativo** (inclusivo del risultato generato nel periodo dal Gruppo Telecinco pari a 27,9 milioni di euro) ammonta a 208,6 milioni di euro rispetto a 196,4 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente, al netto di ammortamenti e svalutazioni pari a 259,4 milioni di euro, inclusivi delle quote di ammortamento degli avviamenti generati nel periodo dal consolidamento del Gruppo Telecinco per 10,8 milioni di euro. La redditività operativa risulta pari a 26,8% (30,2% al netto dell'effetto del consolidamento del Gruppo Telecinco) rispetto al 31,0% del primo trimestre 2002. L'**utile prima delle imposte e della quote di competenza degli azionisti terzi** è pari a 191,1 milioni di euro (173,6 milioni di euro al netto dell'effetto del consolidamento del Gruppo Telecinco) rispetto ai 180,6 milioni di euro del primo trimestre 2002.

La **posizione finanziaria netta** di Gruppo sulla quale incide nel trimestre in esame l'esborso di 276 milioni di euro sostenuto a fronte dell'acquisizione delle partecipazioni del 12% di Telecinco e Publiespana passa da -170,8 milioni di euro del 31 dicembre 2002 a -59,5 milioni di euro al 31 marzo 2003, inclusivo della liquidità netta del Gruppo Telecinco pari a 185,8 milioni di euro.

In un contesto di mercato dominato anche nei primi mesi del 2003 da una generalizzata cautela nelle decisioni di investimento da parte della maggioranza degli operatori economici, soprattutto a causa dell'incerta evoluzione della situazione politica internazionale poi sfociata nell'intervento militare anglo-americano in Iraq, sia le Reti Mediaset che Telecinco hanno saputo raggiungere nel periodo i propri obiettivi commerciali e d'ascolto, salvaguardando l'abituale struttura di programmazione e garantendo contemporaneamente a tali drammatici eventi un'adeguata ed apprezzata copertura informativa .

In particolare la **raccolta pubblicitaria sulle reti Mediaset** nei primi tre mesi del 2003 ha eguagliato quella registrata nello stesso periodo dell'anno precedente, attestandosi ad un livello addirittura superiore rispetto al fatturato registrato nell'omologo periodo del 2000. Tale risultato conferma la capacità già dimostrata da Mediaset negli ultimi due anni di ottenere, nonostante la prolungata fase di contrazione dell'attività economica ed in controtendenza rispetto ai principali competitors sia nazionali che europei, performance in linea con quello dell'ultimo anno caratterizzato da un'eccezionale espansione dei ricavi pubblicitari.

Nello stesso periodo è proseguita anche la crescita dei **risultati d'ascolto** delle **reti Mediaset** già reduci da un 2002 record. Canale 5 si è infatti confermata rete leader in prime time, mentre Italia 1 ha consolidato la terza posizione e Rete 4 ha avviato, senza intaccare le proprie quote d'ascolto, il processo di riposizionamento verso un pubblico maschile adulto attraverso una programmazione maggiormente orientata

all'*info-tainment*. La crescita degli ascolti si è accompagnata anche nei primi mesi del 2003 ad un'attenta politica di contenimento dei costi televisivi che hanno registrato una crescita contenuta all'1,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente da porre in relazione, in presenza di minori costi operativi, unicamente alla dinamica degli ammortamenti dei diritti la cui crescita, così come previsto anche su base annua, è stata comunque inferiore rispetto a quella registrata nello stesso periodo degli ultimi esercizi.

Anche **Telecinco** ha registrato nel corso dei primi tre mesi del 2003 eccellenti performance, confermando la collaudata capacità di massimizzare i ritorni commerciali del proprio posizionamento editoriale. In particolare, la raccolta pubblicitaria è cresciuta nel periodo ad un ritmo estremamente sostenuto pari al 28,2% rispetto al primo trimestre del 2002, periodo che aveva coinciso per l'emittente con un momento particolarmente negativo, soprattutto a causa dell'aggressiva competizione sui prezzi e della forte erosione delle quote d'ascolto dovuta al successo di alcuni nuovi format emessi dall'emittente pubblica. La revisione della strategia editoriale avviata sin dalla seconda parte del 2002 ha consentito nel primo trimestre del 2003 a Telecinco di contrastare efficacemente l'offerta dei principali competitors e di raggiungere nella media della giornata una share del 21,4% (18,4% nello stesso periodo del 2002), consolidando l'indiscussa leadership detenuta a livello nazionale sul target commerciale che si è attestata al 24,7%, in decisa crescita rispetto al 20,8% dei primi tre mesi del 2002.

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 2003, al primo trimestre 2002 ed al 31 dicembre 2002. 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 2002.

A partire dal primo trimestre 2003, per effetto del perfezionamento dell'operazione di acquisizione delle quote azionarie del 12% dal Gruppo Correo, avvenuto in data 31 marzo 2003 a seguito dell'ottenimento dei nullaosta da parte delle competenti autorità spagnole ed europee, il Gruppo Mediaset detiene le quote (52%) di controllo di Gestevisión Telecinco S.A. società a cui fa capo l'omonima emittente commerciale privata spagnola e Publiespana S.A. concessionaria pubblicitaria esclusiva di Telecinco. Le due società, attraverso le loro controllate e partecipate, costituiscono di fatto il primo gruppo televisivo privato spagnolo, integrato in tutte le fasi caratteristiche del processo produttivo proprio della televisione commerciale. Tali partecipazioni consolidate con il metodo del patrimonio netto fino al 31 dicembre 2002 in funzione della quota detenuta pari al 40%, vengono pertanto consolidate a partire dal 1 gennaio 2003 con il metodo dell'integrazione lineare.

Al fine di garantire continuità espositiva e confrontabilità dei risultati economici e patrimoniali su basi omogenee rispetto ai periodi di confronto riportati, i prospetti contabili, coerenti per struttura a quelli contenuti nella Relazione degli Amministratori sulla Gestione della Relazione Semestrale e del Bilancio Annuale, sono stati predisposti evidenziando gli effetti differenziali generati nel 2003 dal consolidamento integrale delle società appartenenti al Gruppo Telecinco.

L'analisi del conto economico e della situazione patrimoniale e finanziaria consolidata, relativamente al primo trimestre 2003, è stata inoltre effettuata, coerentemente con quanto previsto dalla Comunicazione Consob n. 98084143 del 27 ottobre 1998 in materia di informativa per settori di attività, evidenziando separatamente la contribuzione ai risultati economico-finanziari di Gruppo generati dalle attività televisive nelle due aree geografiche, Italia e Spagna, che per rilevanza dei principali parametri economico-patrimoniali, autonomia organizzativa e caratteristiche dei mercati di riferimento, rappresentano oggi i due settori primari di attività del Gruppo Mediaset. A tal fine si precisa che i dati economico-patrimoniali relativi all'Area Spagna coincidono con i dati consolidati "pro-forma" del Gruppo Telecinco sui quali sono state effettuate le opportune riclassifiche al fine di rendere omogenei gli schemi contabili previsti dalla normativa civilistica spagnola rispetto a quelli previsti dalla normativa italiana.

Si segnala comunque che, coerentemente con i criteri già adottati nelle situazioni economico-patrimoniali consolidate del Gruppo Mediaset sino al 31 dicembre 2002, non sono state effettuate sulle situazioni contabili consolidate delle suddette partecipazioni rettifiche di adeguamento dei criteri di valutazione correntemente utilizzati per redigere i bilanci secondo l'applicazione dei principi contabili locali, qualora conformi alla normativa italiana e se ritenuti più idonei ai fini di una rappresentazione veritiera e corretta della situazione economico-patrimoniale di Gruppo. In particolare, con riferimento ai diritti televisivi d'acquisto di disponibilità dell'emittente spagnola è stato mantenuto il criterio di ammortamento determinato sulla base dei passaggi televisivi effettivi, in luogo di quello applicato per i diritti televisivi disponibili per l'emissione sulle tre reti televisive italiane per i quali l'ammortamento viene effettuato linearmente in funzione della durata contrattualmente prevista. L'adozione di tali diversi criteri consente infatti di tener conto, coerentemente con la prassi adottata nel settore media a livello europeo, delle diverse modalità di

sfruttamento dei diritti e di correlazione tra costi, audience e ricavi pubblicitari proprie di strutture di offerta televisiva e commerciali rispettivamente mono (Telecinco) e multicanale (Reti Mediaset).

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

Risultati economici

Di seguito viene esposto il Conto economico riclassificato e sintetico del Gruppo Mediaset che, relativamente al primo trimestre del 2003, recepisce il contributo sulle singole linee derivante dall'integrazione globale delle partecipazioni spagnole. In particolare, per effetto di tale consolidamento, il risultato operativo di Gruppo include la quota di ammortamento delle differenze di consolidamento generate sia sulle quote di tali partecipazioni già detenute al 31 dicembre 2002 (inclusa sino a tale data tra gli *oneri/proventi da partecipazioni* in relazione alla modalità di consolidamento a patrimonio netto di tali partecipazioni), che su quella emergente a fronte della nuova quota acquisita nel 2003. Al fine di consentire il corretto apprezzamento del risultato generato dall'attività operativa, il risultato operativo di Gruppo relativo al primo trimestre del 2003 viene pertanto esposto anche al lordo della componente rappresentata dall'ammortamento di tale avviamento.

Conformemente alla facoltà prevista dall'art. 81 comma 7 del Regolamento approvato con delibera CONSOB n. 11971 del 14 maggio 1999 e successive modificazioni, il risultato economico di periodo viene presentato al lordo delle imposte. Tale risultato viene inoltre rettificato al fine di evidenziare per il 2003 la quota di competenza degli azionisti terzi di Gestevisión Telecinco e Publiespana; tale rettifica in sede di bilancio annuale sarà determinata sulla base del risultato netto d'esercizio di tali partecipazioni.

(valori in milioni di euro)

Gruppo Mediaset			
2002		Primo Trimestre 2003	Primo Trimestre 2002
2.280,0	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	771,0	628,3
36,1	Altri ricavi e proventi	6,1	5,3
2.316,1	Totale ricavi netti consolidati	777,1	633,6
300,2	Costo del lavoro	93,7	76,2
662,3	Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	215,4	172,5
962,5	Costi operativi	309,1	248,7
1.353,6	Margine operativo lordo	468,0	384,9
795,1	Ammortamenti e svalutazioni	248,6	188,5
558,5	Risultato operativo ante ammortamento avviamento Telecinco	219,4	196,4
-	Ammortamento avviamento Telecinco	10,8	-
558,5	Risultato operativo	208,6	196,4
(5,7)	(Oneri)/Proventi finanziari	(6,0)	(6,0)
(47,8)	(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(11,0)	(10,1)
505,0	Risultato prima delle componenti straordinarie	191,6	180,3
(7,9)	(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	(0,5)	0,3
497,1	Risultato pre-imposte e quote di terzi	191,1	180,6
-	Risultato pre-imposte di terzi	(13,6)	-

Vengono di seguito enucleati gli effetti sul conto economico derivanti, nel 2003 dal consolidamento integrale e nel 2002 dal consolidamento a patrimonio netto, delle società appartenenti al Gruppo Telecinco:

(valori in milioni di euro)

Gruppo Mediaset - effetti del consolidamento del Gruppo Telecinco			
2002		Primo Trimestre 2003	Primo Trimestre 2002
-	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	141,7	-
-	Altri ricavi e proventi	0,6	-
-	Totale ricavi netti consolidati	142,3	-
-	Costo del lavoro	16,1	-
-	Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	49,3	-
-	Costi operativi	65,4	-
-	Margine operativo lordo	76,9	-
-	Ammortamenti e svalutazioni	49,0	-
	Risultato operativo ante ammortamento		
-	avviamento Telecinco	27,9	-
-	Ammortamento avviamento Telecinco	10,8	-
-	Risultato operativo	17,1	-
-	(Oneri)/Proventi finanziari	1,5	-
14,3	(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(0,7)	(4,4)
14,3	Risultato prima delle componenti straordinarie	17,9	(4,4)
-	(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	(0,4)	-
14,3	Risultato pre-imposte e quote di terzi	17,5	(4,4)
-	Risultato pre-imposte di terzi	(13,6)	-

Si precisa che escludendo l'effetto contabile relativo alla quota di ammortamento dell'avviamento pari nel periodo a 10,8 milioni di euro, il contributo derivante dal consolidamento integrale del Gruppo Telecinco nei primi tre mesi del 2003 al risultato consolidato lordo di Gruppo del periodo risulta pari a 28,3 milioni di euro, ovvero 14,7 milioni di euro al netto della quota di competenza degli azionisti terzi.

Nello stesso periodo dell'esercizio precedente l'effetto economico complessivamente generato dal consolidamento a patrimonio netto della quota del 40% detenuta nel Gruppo Telecinco, recepito nel conto economico del Gruppo Mediaset sulla linea degli (oneri)/proventi da partecipazioni, includeva 5,0 milioni di euro relativi alla quota di ammortamento dell'avviamento.

Di seguito viene riportata l'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati di alcune componenti significative del conto economico.

Si precisa che relativamente al 2003, al fine di poter più correttamente apprezzare la redditività generata nelle due diverse aree geografiche di attività del Gruppo, le quote di ammortamento degli avviamenti generati dal consolidamento di Telecinco vengono considerate unicamente in relazione al Gruppo nel suo complesso, evidenziando separatamente la contribuzione delle due principali aree geografiche di attività costituite dalle attività domestiche e da quelle spagnole riconducibili al Gruppo Telecinco.

31/12/2002		1° trimestre 2003			1° trimestre 2002
Gruppo Mediaset		Gr. Mediaset	Italia	Spagna	Gr. Mediaset
100,0%	Ricavi netti consolidati	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
41,6%	Costi operativi	39,8%	38,4%	46,0%	39,3%
58,4%	Margine operativo lordo	60,2%	61,6%	54,0%	60,7%
34,3%	Ammortamenti e svalutazioni	32,0%	31,4%	34,4%	29,8%
24,1%	Risultato operativo ante ammortamento avviamento Telecinco	28,2%	30,2%	19,6%	31,0%
24,1%	Risultato operativo	26,8%	30,2%	19,6%	31,0%
21,8%	Risultato prima delle componenti straordinarie	24,7%	27,4%	12,6%	28,5%
21,5%	Risultato pre-imposte e quote terzi	24,6%	27,3%	12,3%	28,5%

Si segnala che a causa dell'elevata stagionalità che caratterizza le attività televisive, prevalentemente in relazione all'andamento dei ricavi pubblicitari (più concentrati nella prima parte dell'esercizio), i risultati del periodo in esame possono non rappresentare pienamente il presumibile andamento su base annua.

Di seguito vengono analizzate le singole linee del conto economico del Gruppo Mediaset; tale analisi viene condotta evidenziando separatamente a livello di gestione operativa il contributo economico generato dalle attività televisive nelle due diverse aree geografiche.

Analisi dei risultati per aree geografiche: Italia

Di seguito si riporta il conto economico relativo alle attività domestiche, che corrisponde per i periodi di confronto del 2002 con il conto economico del Gruppo Mediaset depurato degli effetti, precedentemente evidenziati, relativi al consolidamento con il metodo del patrimonio netto delle partecipazioni del 40% detenute in tali periodi nel gruppo Telecinco.

(valori in milioni di euro)

		Italia	
2002		Primo Trimestre 2003	Primo Trimestre 2002
Pro-forma			Pro-forma
2.280,0	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	629,3	628,3
36,1	Altri ricavi e proventi	5,5	5,3
2.316,1	Totale ricavi netti consolidati	634,8	633,6
300,2	Costo del lavoro	77,6	76,2
662,3	Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	166,1	172,5
962,5	Costi operativi	243,7	248,7
1.353,6	Margine operativo lordo	391,1	384,9
795,1	Ammortamenti e svalutazioni	199,6	188,5
558,5	Risultato operativo	191,5	196,4
(5,7)	(Oneri)/Proventi finanziari	(7,5)	(6,0)
(62,1)	(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(10,3)	(5,7)
490,7	Risultato prima delle componenti straordinarie	173,7	184,7
(7,9)	(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	(0,1)	0,3
482,8	Risultato pre-imposte di competenza	173,6	185,0

Ricavi Netti

I° trimestre '03	634,8
I° trimestre '02	633,6
var. %	0,2%

I ricavi netti consolidati delle attività domestiche hanno registrato nel primo trimestre 2003 un leggero incremento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente di 1,2 milioni di euro, principalmente attribuibile alla componente rappresentata dai ricavi televisivi.

Il seguente prospetto evidenzia il dettaglio dei ricavi:

(valori in milioni di euro)

2002		Primo Trimestre 2003	Primo Trimestre 2002
2.066,9	Ricavi da vendita spot	579,7	576,9
364,9	Ricavi da televendite, telepromozioni, sponsorizzazioni	105,4	108,6
2.431,8	Ricavi pubblicitari verso terzi	685,1	685,5
156,0	Altri ricavi dell'attività televisiva	32,0	29,4
(365,1)	Sconti d'agenzia	(102,2)	(102,7)
2.222,7	Totale ricavi netti attività televisiva	614,9	612,2
93,4	Ricavi netti da attività non televisive	19,9	21,4
2.316,1	Totale ricavi netti consolidati Italia	634,8	633,6

In particolare relativamente ai ricavi generati dalle attività televisive:

- i **ricavi pubblicitari** relativi alle reti Mediaset nei confronti dei **clienti terzi** pari a 685,1 milioni di euro risultano sostanzialmente invariati rispetto a quelli dello stesso periodo dell'anno precedente. In particolare i *ricavi da vendita di spot* hanno registrato un incremento dello 0,5% rispetto al primo trimestre dell'anno precedente, mentre i *ricavi da televendite, telepromozioni e sponsorizzazioni* hanno registrato un decremento del 2,9% rispetto al primo trimestre del 2002;
- gli **altri ricavi dell'attività televisiva** hanno registrato un incremento pari a 2,6 milioni di euro principalmente per effetto dei maggiori proventi generati dalla rivendita di diritti sportivi relativi alla Champions League e d'intrattenimento.

Il complesso dei **ricavi** generati da **attività non televisive** registra una lieve flessione (-1,5 milioni di euro) rispetto al primo trimestre 2002. Tale variazione va posta principalmente in relazione a minori ricavi generati dall'attività di raccolta pubblicitaria relativa alle concessioni in alcuni stadi italiani e di vendita di sponsorizzazioni sportive, prevalentemente dovuti al nuovo accordo per la vendita di sponsorizzazioni relativo alla Nazionale di Calcio che prevede dal 2003 il riconoscimento a Publitalia '80 di un ricavo già netto a fronte del fatturato generato. Si segnala inoltre che, nel periodo, sono stati conseguiti proventi per 1,3 milioni di euro generati da alcuni importanti accordi commerciali di *content-providing* e *packaging* di contenuti editoriali multimediali nei confronti degli operatori di telefonia mobile anche di nuova generazione (UMTS), non presenti nello stesso periodo dell'anno precedente.

Costi operativi

I° trimestre '03	243,7
I° trimestre '02	248,7
var. %	-2,0%

I costi operativi relativamente alle attività domestiche hanno registrato nel primo trimestre del 2003 un decremento di 5,0 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. 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

I° trimestre '03	77,6
I° trimestre '02	76,2
var. %	1,8%

Il costo del lavoro registra rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, un lieve incremento pari a 1,4 milioni di euro, dovuto unicamente agli effetti della politica retributiva, in presenza di un organico medio complessivamente inferiore rispetto a quello dell'omologo periodo dell'anno precedente come risulta dal seguente prospetto:

31/12/2002	Organico puntuale - inclusi "t.d.s."	31/03/2003	31/03/2002
301	Dirigenti	300	298
296	Giornalisti	304	297
650	Quadri	651	625
3.146	Impiegati	3.123	3.177
4.393	Totale	4.378	4.397

31/12/2002	Organico medio - inclusi "t.d.s."	I° trim. 2003	I° trim. 2002
298	Dirigenti	300	295
300	Giornalisti	300	298
638	Quadri	651	628
3.163	Impiegati	3.128	3.174
4.399	Totale	4.379	4.395

Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi

I° trimestre '03	166,1
I° trimestre '02	172,5
var. %	-3,7%

I costi complessivamente sostenuti per acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi hanno registrato nel primo trimestre 2003 una riduzione pari a 6,4 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In particolare, come risulta dai dati di seguito esposti, tale variazione è riconducibile per 3,4 milioni di euro all'andamento dei costi operativi televisivi che registrano una diminuzione del 2,2%.

(valori in milioni di euro)

2002		Primo Trimestre 2003	Primo Trimestre 2002
88,9	Costi commerciali	19,8	19,2
403,8	Costi del palinsesto	111,0	115,9
32,6	Costi di emissione	7,9	8,4
66,3	Altri costi	14,1	12,7
591,6	Totale costi operativi televisivi	152,8	156,2
70,7	Costi operativi non televisivi	13,3	16,3
662,3	Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi	166,1	172,5

Sulla variazione dei **costi operativi televisivi**, ha inciso principalmente la riduzione registrata nel periodo dai costi operativi del palinsesto, pari a 4,9 milioni di euro (-4,2%) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente principalmente dovuta alla diversa programmazione dei palinsesti nei diversi periodi in esame.

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 contenuto all'1,7%, in linea con gli obiettivi di contenimento dei costi televisivi previsti anche per l'anno in corso. Tale variazione va posta principalmente in relazione, come di seguito descritto, all'incremento (+6,0%) del complesso di

ammortamenti e svalutazioni (principalmente per la componente relativa ai diritti televisivi), la cui crescita risulta comunque inferiore rispetto a quella (+13,2%) registrata nello stesso periodo dell'anno precedente.

La riduzione dei **costi operativi** relativi alle **attività non televisive** rispetto al primo trimestre 2002 è principalmente dovuta, come precedentemente commentato, alla diversa modalità di riconoscimento dei ricavi derivante dalla vendita di sponsorizzazioni per la Nazionale di Calcio che, nel 2002, prevedevano la retrocessione da parte di Publitalia '80 ai soggetti titolari di tali diritti di una quota dei ricavi generati.

Margine Operativo Lordo

I° trimestre '03	391,1
I° trimestre '02	384,9
var. %	1,6%

La riduzione dei costi operativi ha determinato, in presenza di una sostanziale stabilità dei ricavi netti, una crescita del margine operativo lordo di periodo pari a 6,2 milioni di euro ed un conseguente aumento dell'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati dal 60,7% al 61,6%.

Risultato Operativo

I° trimestre '03	191,5
I° trimestre '02	196,4
var. %	-2,5%

Il risultato operativo relativo alle attività domestiche registra nel primo trimestre 2003 una leggera riduzione (-4,9 milioni di euro) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Tale variazione va posta in relazione ai maggiori ammortamenti dei diritti televisivi (+11,7 milioni di euro) il cui andamento, come già evidenziato, riflette comunque una crescita inferiore rispetto a quella registrata nello stesso periodo dell'anno precedente, anche per effetto della diminuzione degli investimenti avviata a partire dal 2002. L'incidenza percentuale del risultato operativo sui ricavi netti consolidati risulta pari al 30,2% rispetto al 31,0% dello stesso periodo dell'anno precedente.

Analisi dei risultati per aree geografiche: Spagna

Di seguito si riporta il conto economico delle attività spagnole, consolidate integralmente a livello di Gruppo Mediaset per la prima volta, a partire dal primo trimestre 2003.

Al fine di consentire il confronto con l'anno precedente vengono comunque forniti i dati consolidati "pro-forma" del Gruppo Telecinco relativi ai primi tre mesi 2002 ed al 31 dicembre 2002. Tali dati, come già evidenziato nella sezione relativa ai "Criteri di redazione", coincidono con quelli consolidati del Gruppo Telecinco, sui quali sono state effettuate le opportune riclassifiche al fine di rendere omogenei gli schemi contabili previsti dalla normativa civilistica spagnola, rispetto a quelli previsti dalla normativa italiana.

(valori in milioni di euro)

Spagna		Primo Trimestre 2003	Primo Trimestre 2002
2002			Pro-forma
Pro-forma			
570,8	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	141,7	112,1
16,5	Altri ricavi e proventi	0,6	-
587,3	Totale ricavi netti consolidati	142,3	112,1
63,7	Costo del lavoro	16,1	14,8
220,5	Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	49,3	39,8
284,2	Costi operativi	65,4	54,6
303,1	Margine operativo lordo	76,9	57,5
179,7	Ammortamenti e svalutazioni	49,0	58,8
123,4	Risultato operativo	27,9	(1,3)
5,5	(Oneri)/Proventi finanziari	1,5	1,0
(5,6)	(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(0,7)	(0,9)
123,3	Risultato prima delle componenti straordinarie	28,7	(1,2)
(1,9)	(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	(0,4)	0,3
121,4	Risultato pre-imposte e quote di terzi	28,3	(0,9)

Ricavi Netti

Nei primi tre mesi del 2003 i ricavi netti consolidati generati dal Gruppo Telecinco sono stati pari a 142,3 milioni di euro, registrando una crescita del 26,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Il seguente prospetto mostra il dettaglio dei ricavi del Gruppo Telecinco evidenziandone le componenti più significative:

(valori in milioni di euro)

2002		Primo Trimestre 2003	Primo Trimestre 2002
516,9	Ricavi da vendita spot	126,6	100,4
50,2	Ricavi da televendite, telepromozioni, sponsorizzazioni	13,3	8,7
567,1	Ricavi pubblicitari televisivi	139,9	109,1
66,7	Altri ricavi	13,8	11,9
(46,5)	Sconti d'agenzia	(11,4)	(8,9)
587,3	Totale ricavi netti consolidati Spagna	142,3	112,1

La principale componente dei ricavi è costituita dai **ricavi pubblicitari televisivi** relativi all'attività di vendita di spazi pubblicitari svolta in esclusiva per Telecinco da Publiespana. L'andamento della raccolta pubblicitaria ha fatto registrare nei primi mesi del 2003 un andamento estremamente sostenuto, registrando una crescita pari al 28,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, attestandosi a 139,9 milioni di euro, un dato che dopo la significativa flessione che aveva caratterizzato il primo trimestre del 2002, riporta il fatturato pubblicitario sostanzialmente allo stesso livello registrato nei primi tre mesi del 2001 (139 milioni di euro). In particolare, nei primi tre mesi del 2003 i *ricavi da vendita di spot* hanno registrato un incremento del 26,1% rispetto al primo trimestre dell'anno precedente; mentre i *ricavi da televendite, telepromozioni e sponsorizzazioni* sono cresciuti del 52,9% rispetto al primo trimestre 2002. Tale positivo andamento ha riflesso, in presenza di risultati d'ascolto estremamente positivi ed in crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, sia il significativo aumento del ricavo medio unitario dei contatti generati che dei volumi degli spazi venduti.

Gli **altri ricavi dell'attività televisiva** includono proventi diversi per loro natura complementari e accessori rispetto all'attività caratteristica televisiva riconducibili principalmente a due tipologie:

- i ricavi derivanti dalla *commercializzazione di contenuti televisivi* e dalla *distribuzione di diritti cinematografici*, attività quest'ultima che si configura in termini di sfruttamento residuale di prodotti principalmente acquistati per l'emissione televisiva;
- i ricavi legati all'attività di *content extension*, ossia merchandising, traffico telefonico originato dall'interazione via sms con alcune produzioni televisive e altri ricavi anche pubblicitari derivanti dallo sfruttamento su altri mezzi di format televisivi di successo.

L'insieme di tali ricavi si attesta nel trimestre a 13,8 milioni di euro, con un incremento del 16,0% rispetto al primo trimestre del 2002.

Gli sconti d'agenzia rappresentano le provvigioni di competenza trattenute direttamente dai centri media sul fatturato pubblicitario. La loro incidenza sui ricavi pubblicitari si è mantenuta costante nei due periodi all'8%, in linea con l'incidenza mediamente riscontrabile nel mercato pubblicitario spagnolo anche su base annua.

Costi operativi

I costi operativi del Gruppo Telecinco si sono attestati nel primo trimestre del 2003 a 65,4 milioni di euro, in aumento rispetto ai 54,6 milioni di euro del primo trimestre 2002. 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

Il costo del lavoro delle società del Gruppo Telecinco, pari nei primi tre mesi del 2003 a 16,1 milioni euro, mostra rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente un incremento pari a 1,3 milioni di euro; corrispondente ad una crescita dell'8,8%. Tale variazione è attribuibile prevalentemente ai minori compensi variabili commisurati agli obiettivi aziendali contabilizzati nel primo trimestre 2002 ed agli effetti derivanti dalla riorganizzazione della struttura manageriale del Gruppo effettuata successivamente al primo trimestre del 2002.

Al 31 marzo 2003, gli organici puntuali del Gruppo Telecinco risultano pari a 1.125 unità (1.137 unità nello stesso periodo del 2002) mentre gli organici medi risultano pari a 1.118 unità nel 2003 (1.136 unità nello stesso periodo del 2002).

Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi

I costi complessivamente sostenuti per acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi hanno registrato nel primo trimestre 2003 una crescita di 9,5 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (+23,9%). Tali costi sono scomponibili analogamente alle attività televisive domestiche nelle seguenti principali aree funzionali:

(valori in milioni di euro)

2002		Primo Trimestre 2003	Primo Trimestre 2002
7,1	Costi commerciali	1,5	1,6
149,9	Costi del palinsesto	35,3	26,9
16,7	Costi di emissione	4,5	4,1
46,8	Altri costi	8,0	7,2
220,5	Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi	49,3	39,8

I **costi operativi commerciali** pari a 1,5 milioni di euro (1,6 milioni di euro nel primo trimestre del 2002) includono i costi operativi della concessionaria Publiespana e delle società da questa controllate *Publimedia Gestion* ed *Advanced Media*.

I **costi operativi del palinsesto** si attestano nel periodo a 35,3 milioni di euro (26,9 milioni di euro nel primo trimestre 2002). L'incremento registrato nel periodo risente, nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente, delle scelte editoriali operate da Telecinco che, in continuità con i palinsesti dello scorso autunno, ha operato un maggior ricorso ai contenuti autoprodotti (intrattenimento, *talk show*, *reality show*) rispetto all'emissione di diritti televisivi relativi ad eventi cinematografici, serie internazionali e nazionali previsti prevalentemente in alcuni *prime time*. L'incremento dei costi operativi delle produzioni è infatti più che compensato nel periodo dalla diminuzione della componente di costo rappresentata dagli ammortamenti relativi ai diritti televisivi. Nel corso del trimestre sull'andamento dei costi operativi del palinsesto hanno inoltre inciso anche gli oneri generati dalla copertura informativa degli eventi internazionali straordinari legati all'avvio delle operazioni militari in Iraq.

I **costi di emissione** riguardano i costi sostenuti per l'affitto dall'operatore pubblico *Retevisión* della rete e dei servizi di trasmissione del segnale televisivo. Tali costi risultano pari a 4,5 milioni di euro nel primo trimestre 2003 rispetto ai 4,1 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente; tale variazione è principalmente dovuta all'avvio dell'emissione digitale in *simulcast* avviata dal mese di aprile del 2002.

Gli **altri costi** includono i costi generali delle strutture centrali di staff, gli accantonamenti e i costi di produzione direttamente imputabili alle *altre attività televisive*, queste ultime relative principalmente alle iniziative di *content extension*. Complessivamente tali costi risultano nel trimestre leggermente superiori rispetto a quelli registrati nello stesso periodo del 2002.

Margine Operativo Lordo

In virtù del forte incremento dei ricavi netti, il margine operativo lordo registra nel primo trimestre 2003 un incremento rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente pari a 19,4 milioni di euro; l'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati passa dal 51,3% al 54,0%.

Risultato Operativo

Nel primo trimestre 2003 il risultato operativo dell'Area Spagna raggiunge i 27,9 milioni di euro, con un'incidenza percentuale sui ricavi netti pari al 19,6%. Nello stesso periodo dell'anno precedente il risultato operativo che aveva risentito di un andamento particolarmente sfavorevole della raccolta pubblicitaria era stato addirittura negativo per 1,3 milioni di euro. Sul risultato operativo dei primi tre mesi del 2003 ha inoltre positivamente influito la riduzione del complesso di ammortamenti e svalutazioni, scesi da 58,8 milioni di euro nel primo trimestre 2002 a 49,0 milioni di euro nel primo trimestre 2003, soprattutto per effetto della già citata riduzione delle quote di ammortamento dei diritti televisivi. Al fine di un più corretto apprezzamento del risultato di periodo, si evidenzia che a fronte di una crescita dei ricavi pubblicitari televisivi netti del 28,2%, i *costi complessivi* del Gruppo Telecinco, inclusivi anche delle componenti legate al costo del lavoro ed agli ammortamenti e svalutazioni ha mostrato nel trimestre in esame una crescita estremamente contenuta, pari allo 0,9%, in linea con l'obiettivo di contenimento dei costi previsti per l'esercizio in corso.

Di seguito l'analisi delle altre componenti del conto economico viene condotta con riferimento al complesso del Gruppo Mediaset, evidenziando relativamente ai primi tre mesi del 2003 per ciascuna delle voci commentate la contribuzione derivante dal consolidamento integrale del Gruppo Telecinco.

Risultato operativo (post ammortamento avviamento Telecinco)

I° trimestre '03	208,6
I° trimestre '02	196,4
var. %	6,2%

Come già evidenziato in precedenza il risultato operativo di Gruppo include a partire dal 2003 la quota di ammortamento degli avviamenti riconosciuti sulle quote di partecipazione detenute in Gestelevision Telecinco e Publiespana, pari, nel primo trimestre 2003, a 10,8 milioni di euro. In particolare 5,0 milioni di euro sono complessivamente imputabili alla quota del 40% già detenuta dal Gruppo Mediaset al 31 dicembre 2002 (ed incluse sino a tale data fra gli oneri/proventi da partecipazioni) e 5,8 milioni di euro sono relativi alla quota di ammortamento dell'avviamento emergente come differenza tra il prezzo pagato per le quote del 12% acquistate nel 2003 ed il valore della corrispondente quota delle attività nette consolidate del Gruppo Telecinco al 31 dicembre 2002.

(Oneri)/Proventi finanziari

I° trimestre '03	(6,0)
I° trimestre '02	(6,0)
var. ml./euro	-

Il saldo di tale voce include proventi finanziari netti di competenza del periodo riconducibili al Gruppo Telecinco per 1,5 milioni di euro e relativamente alle attività domestiche un saldo negativo di 7,5 milioni di euro scomponibile in:

- oneri relativi a differenze cambio per 4,6 milioni di euro (2,1 milioni di euro nel primo trimestre 2002);
- altri oneri finanziari netti pari a 2,9 milioni di euro (3,8 milioni di euro nello stesso periodo dell'anno precedente).

(Oneri)/Proventi da partecipazioni

I° trimestre '03	(11,0)
I° trimestre '02	(10,1)
var. ml./euro	(0,9)

Tale voce riflette nel 2003 l'effetto economico delle valutazioni ad equity di Albacom S.p.A. (partecipata al 19,5%), Press Tv (partecipata al 50%), Fascino P.G.T. S.r.l. (partecipata al 30%), Titanus Elios S.p.A. (partecipata al 30%) e di alcune partecipazioni detenute dal Gruppo Telecinco.

Il saldo negativo al 31 marzo 2003, pari a 11,0 milioni di euro è principalmente relativo per 10,3 milioni di euro all'adeguamento della partecipazione detenuta in Albacom S.p.A. determinato pro-quota sulla base della stima più recente del risultato previsto per l'esercizio fiscale chiuso al 31 marzo 2003, inclusivo della quota di ammortamento dell'avviamento.

Si precisa che nello stesso periodo dell'anno precedente il saldo complessivo di tale voce, pari a -10,1 milioni di euro, includeva un effetto economico negativo pari a 4,4 milioni di euro relativo alla valutazione delle società appartenenti al Gruppo Telecinco che, come già ricordato in precedenza, nel 2002 erano consolidate con il metodo del patrimonio netto per la quota detenuta pari al 40%.

Risultato pre-imposte e quote di terzi

I° trimestre '03	191,1
I° trimestre '02	180,6
var. %	5,8%

Il risultato pre-imposte e quote di terzi evidenzia un incremento pari a 10,5 milioni di euro di cui 17,5 milioni di euro imputabili agli effetti del consolidamento integrale del Gruppo Telecinco

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:

(valori in milioni di euro)

31/12/2002	Gruppo Mediaset Sintesi Patrimoniale	31/03/2003	31/03/2002
1.834,0	Diritti televisivi	2.027,2	1.828,3
443,4	Altre immobilizzazioni immateriali e materiali	565,3	444,8
-	Differenza da consolidamento netto Telecinco	332,6	-
470,3	Partecipazioni e altre immobilizzazioni finanziarie	194,8	677,5
(7,7)	Capitale circolante netto e altre attività/passività	(100,6)	(273,0)
(100,5)	Fondo trattamento di fine rapporto	(102,5)	(95,1)
2.639,5	Capitale investito netto	2.916,8	2.582,5
(170,8)	Posizione finanziaria netta	(59,5)	(47,3)
2.467,2	Patrimonio netto di Gruppo	2.644,6	2.533,6
1,5	Patrimonio netto di Terzi	212,7	1,6
2.468,7	Patrimonio netto di Gruppo e di Terzi	2.857,3	2.535,2

La situazione patrimoniale di Gruppo al 31 marzo 2003 include il consolidamento integrale delle partecipazioni del 52% detenute in Gestevisión Telecinco e Publiespana; al fine di consentire una più immediata confrontabilità con lo stesso periodo del 2002 ed il 31 dicembre 2002, nel prospetto seguente la situazione patrimoniale riclassificata e sintetica al 31 marzo 2003 viene scomposta evidenziando separatamente le risultanze patrimoniali delle due aree geografiche, Italia (inclusiva delle quote di partecipazione detenute in tali società) e Spagna, dando inoltre evidenza degli effetti derivanti dal consolidamento integrale delle suddette partecipazioni.

(valori in milioni di euro)

Sintesi Patrimoniale 31/03/2003	Italia	Spagna	Eliminazioni/ Rettifiche	Gruppo Mediaset
Diritti televisivi	1.779,3	247,9	-	2.027,2
Altre immobilizzazioni immateriali e materiali	446,7	118,6	-	565,3
Differenza da consolidamento netto Telecinco	-	-	332,6	332,6
Partecipazioni e altre immobilizzazioni finanziarie	721,0	8,7	(534,9)	194,8
Capitale circolante netto e altre attività/passività	28,0	(128,6)	-	(100,6)
Fondo trattamento di fine rapporto	(102,5)	-	-	(102,5)
Capitale investito netto	2.872,5	246,6	(202,3)	2.916,8
Posizione finanziaria netta	(245,3)	185,8	-	(59,5)
Patrimonio netto di Gruppo	2.625,7	432,0	(413,1)	2.644,6
Patrimonio netto di Terzi	1,5	0,4	210,8	212,7
Patrimonio netto di Gruppo e di Terzi	2.627,2	432,4	(202,3)	2.857,3

Analogamente per il rendiconto finanziario di Gruppo, di seguito esposto, viene data evidenza separata, relativamente al primo trimestre 2003, del contributo alla dinamica finanziaria di periodo derivante dalle

due aree geografiche, Italia (inclusiva dell'investimento partecipativo per 276 milioni di euro relativo all'acquisto delle quote del 12% di Gestevision Telecinco e Publiespana) e Spagna. Si precisa che nel rendiconto finanziario complessivo di Gruppo tale investimento partecipativo è incluso unitamente all'effetto derivante dal consolidamento della posizione finanziaria di Telecinco al 31/12/2002 (pari a 142,3 milioni di euro) nella voce **variazione di campo di consolidamento**.

(valori in milioni di euro)

31/12/2002 Gruppo Mediaset	Fonti e Impieghi	31/03/2003			31/03/2002
		Gr. Mediaset	Italia	Spagna	Gr. Mediaset
1.213,4	Flusso di cassa operativo	458,8	388,7	70,1	380,8
102,4	Disinvestimenti di immobilizzazioni	-	-	-	-
(849,3)	Totale investimenti di cui:	(186,4)	(409,8)	(52,6)	(120,5)
(648,6)	investimenti in diritti televisivi	(173,6)	(123,0)	(50,6)	(112,1)
(121,7)	investimenti partecipativi	-	(276,0)	-	-
(22,8)	investimenti in altre immobilizzazioni immateriali	(8,1)	(8,1)	-	(1,4)
(56,2)	investimenti in immobilizzazioni materiali	(4,7)	(2,7)	(2,0)	(7,0)
-	Aumenti di capitale	-	-	-	-
(247,8)	Dividendi distribuiti	-	-	-	-
(141,7)	Altre variazioni monetarie	(27,4)	(53,4)	26,0	(59,8)
-	Variazione campo di consolidamento	(133,7)	-	-	-
77,0	Flusso di cassa netto	111,3	(74,5)	43,5	200,5

Di seguito vengono commentate le principali voci dello stato patrimoniale al 31 marzo 2003 e le rispettive variazioni rispetto al 31 dicembre 2002. Per ciascuna di tali variazioni viene data indicazione degli effetti attribuibili al consolidamento integrale del Gruppo Telecinco.

Capitale investito netto

31/03/2003	2.916,8
31/12/2002	2.639,5
var. ml./euro	277,3

La componente più rilevante del capitale investito del Gruppo Mediaset è rappresentata dalla voce **diritti televisivi** che include 247,9 milioni di euro relativi al valore netto della library del Gruppo Telecinco. Su base omogenea tale voce mostra nel periodo un decremento pari a 54,7 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2002 dovuta, per il periodo in esame, ad una maggior quota di ammortamenti rispetto agli investimenti contabilizzati nel periodo.

Le **altre immobilizzazioni immateriali e materiali** includono 118,6 milioni di euro relativi al Gruppo Telecinco; su basi omogenee tale voce, pari a 446,7 milioni di euro, è sostanzialmente invariata rispetto al 31 dicembre 2002.

La voce **differenza da consolidamento** viene evidenziata dal primo trimestre 2003 e riflette l'effetto del consolidamento integrale delle partecipazioni detenute nel Gruppo Telecinco al netto delle quote di ammortamento del periodo. In particolare, 107,5 milioni di euro si riferiscono all'avviamento residuo netto relativo alla quota del 40% già detenuta al 31 dicembre 2002, mentre 225,1 milioni di euro si riferiscono alla differenza riconosciuta a fronte del prezzo pagato per l'acquisto delle quote del 12% rispetto alla corrispondente quota del patrimonio netto consolidato di Telecinco al 31 dicembre 2002.

La voce **partecipazioni e altre immobilizzazioni finanziarie** diminuiscono di 275,5 milioni di euro, di cui 274,1 milioni di euro relativi al

valore della partecipazione del 40% detenuta al 31 dicembre 2002 nel Gruppo Telecinco per effetto del suddetto consolidamento integrale nel 2003 di tale Gruppo, successivamente all'acquisto della quota del 12%. Al netto di tale effetto le variazioni del periodo si riferiscono all'adeguamento del valore delle partecipazioni detenute in Albacom, Press Tv, Fascino P.G.T. e Titanus Elios, consolidate con il metodo del patrimonio netto ed includono 8,7 milioni di euro relative all'iscrizione delle partecipazioni detenute dal Gruppo Telecinco.

Il saldo della voce **capitale circolante e altre attività e passività** pari a 100,6 milioni di euro include, rispetto a quello del 31 dicembre 2002, di cui 128,6 milioni di euro relativi al Gruppo Telecinco. Su basi omogenee non si registrano, nel trimestre, variazioni sostanziali rispetto al saldo di tale voce al 31 dicembre 2002.

Patrimonio netto di Gruppo e di Terzi

31/03/2003	2.857,3
31/12/2002	2.468,7
var. ml./euro	388,6

L'incremento rispetto al 31 dicembre 2002 riflette l'utile lordo di periodo e la quota del patrimonio netto del Gruppo Telecinco, per la quota di competenza di azionisti terzi.

Posizione finanziaria netta

31/03/2003	(59,5)
31/12/2002	(170,8)
var. ml./euro	111,3

La posizione finanziaria netta relativa al 31 marzo 2003, confrontata con quella al 31 dicembre 2002 viene scomposta al fine di evidenziare separatamente il contributo delle due aree geografiche di riferimento.

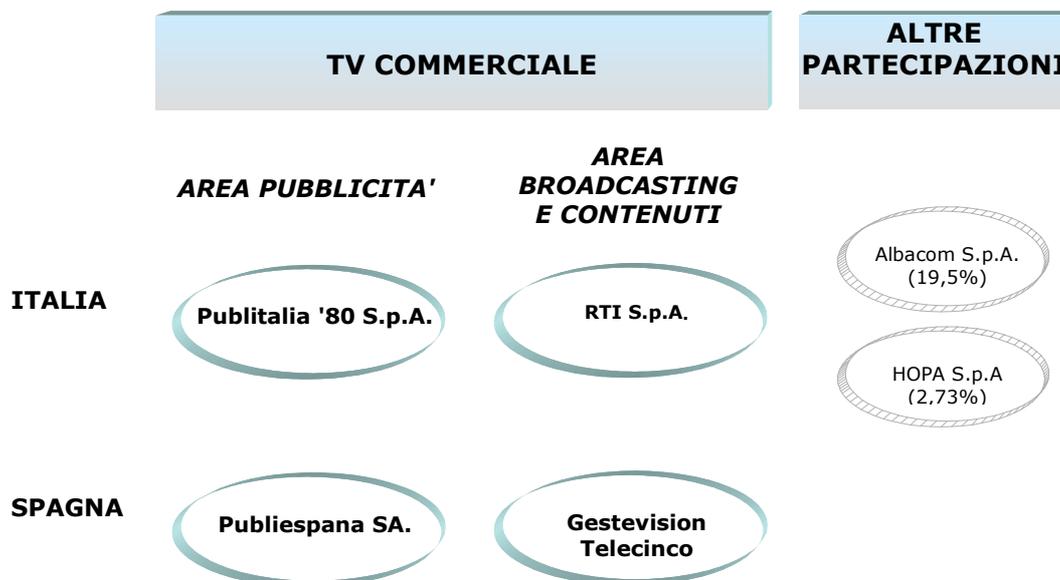
(valori in milioni di euro)

	31/03/2003			31/12/2002
	Gr. Mediaset	Italia	Spagna	Gr. Mediaset
Disponibilità liquide	353,9	175,6	178,3	203,8
Titoli e attività finanziarie non immobilizzate	201,4	189,4	12,0	189,8
Totale attività finanziarie	555,3	365,0	190,3	393,6
Debiti verso banche	(599,3)	(598,0)	(1,3)	(559,7)
Debiti verso altri finanziatori:				
Società di factoring	(6,4)	(6,4)	-	-
Società di leasing	(4,5)	(4,5)	-	(4,6)
Altri	(4,6)	(1,4)	(3,2)	(0,1)
Totale passività finanziarie	(614,8)	(610,3)	(4,5)	(564,4)
Posizione finanziaria netta	(59,5)	(245,3)	185,8	(170,8)

Si evidenzia in particolare che la variazione della posizione finanziaria intervenuta nel trimestre relativamente alle attività italiane, al netto dell'esborso di 276 milioni di euro, connesso all'acquisto della partecipazione del 12% del Gruppo Telecinco, registra un significativo flusso di cassa positivo generato dalla gestione caratteristica pari a circa 202 milioni di euro. Tale flusso risulta significativamente superiore rispetto a quello generato nello stesso periodo dell'anno precedente che, al netto dell'incasso derivante dalla cessione della quota di partecipazione in Blu S.p.A. (pari a 105,9 milioni di euro) ammontava a circa 95 milioni di euro.

ANALISI PER AREE DI ATTIVITÀ

Il Gruppo Mediaset opera principalmente nel settore della Televisione Commerciale; dal 2003, per effetto dell'acquisizione della quota di controllo del Gruppo Telecinco, tale attività viene svolta in due principali aree geografiche Italia e Spagna. La struttura dell'attività del Gruppo, che presidia anche il settore delle telecomunicazioni, attraverso le partecipazioni di minoranza detenute in Albacom e Hopa, può essere schematizzato nel modo seguente:



Di seguito vengono descritti i principali eventi che hanno caratterizzato le suddette aree di attività nei primi mesi del 2003:

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)

	1° trim. 2003	1° trim. 2002
Ricavi pubblicitari vs. terzi	685,1	685,5
Ricavi pubblicitari vs. Gruppo Fininvest, Gruppo Mediolanum e Gruppo Mediaset	7,5	6,7
Ricavi pubblicitari televisivi Publitalia '80 S.p.A.	692,6	692,2

Come già precedentemente commentato, l'andamento del fatturato pubblicitario, si è mantenuto complessivamente in linea rispetto a quello dello stesso periodo dell'anno precedente; tale risultato è addirittura superiore rispetto a quello registrato nello stesso periodo del 2000, l'ultimo anno caratterizzato da un eccezionale crescita dei ricavi pubblicitari ed è pertanto da considerarsi estremamente positivo poiché ottenuto in una fase economica ancora sfavorevole e condizionata a livello internazionale dagli eventi legati alla guerra in Iraq.

Publitalia '80 ha pertanto confermato la capacità di contrastare efficacemente le difficili condizioni di mercato individuando nuovi investitori pubblicitari e massimizzando il vantaggio competitivo derivante dal primato d'ascolto delle reti Mediaset.

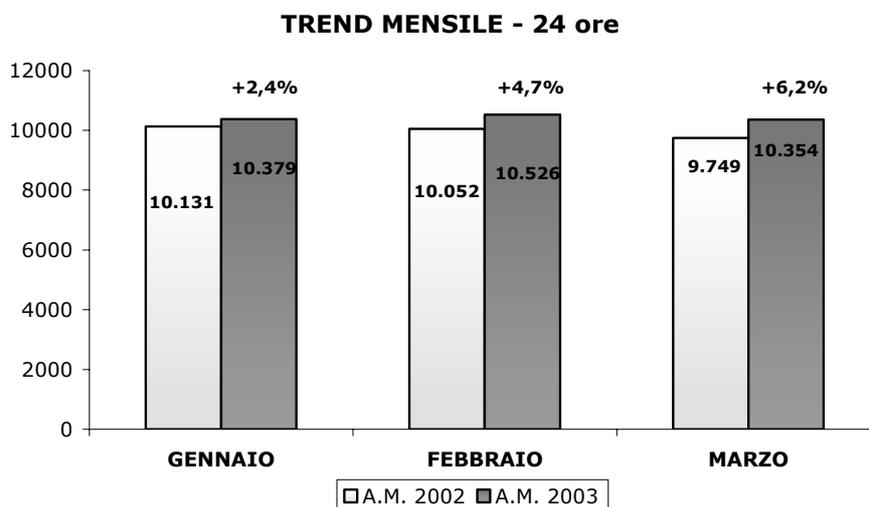
Nei primi mesi del 2003 si sono registrate inoltre, importanti campagne pubblicitarie televisive da parte di alcuni operatori appartenenti al settore delle telecomunicazioni; il ritorno all'investimento pubblicitario da parte di tale settore potrebbe contribuire, unitamente ad altri fattori ed in presenza di condizioni di maggiore stabilità del quadro politico internazionale, ad un auspicabile maggior dinamismo del mercato, atteso nella restante parte dell'anno.

Broadcasting e contenuti

Andamento ascolti Reti Mediaset

Nei primi tre mesi del 2003 il Totale Ascolto delle 24 ore ha ampiamente superato i 10 milioni di individui registrando un incremento del 4,3% rispetto al periodo omologo dello scorso anno.

L'analisi dell'andamento mensile indica febbraio come il mese in cui il Totale Ascolto ha raggiunto il valore più alto in termini di valori assoluti e marzo come quello con il delta maggiore rispetto al 2002.



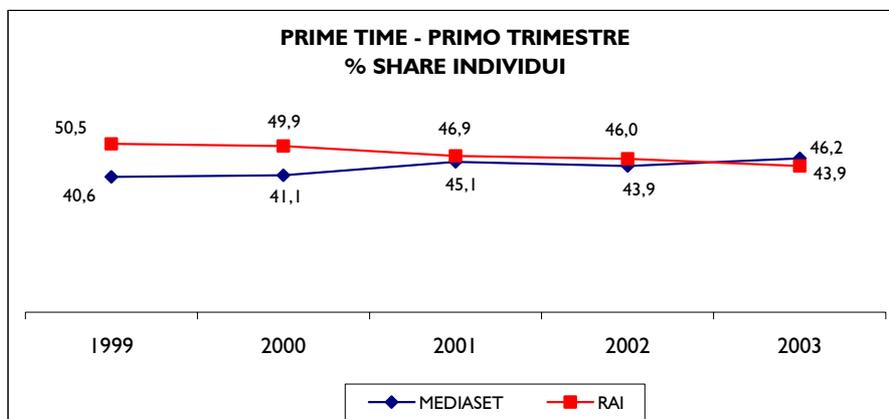
Il risultato del totale giornata è il frutto di una crescita che, come mostra la tabella sottostante, ha caratterizzato tutte le fasce orarie.

Totale giornata	gen/mar 2003	gen/mar 2002	Var. vs. 2002
07:00-20:30	11334	10869	4,3%
Prime Time	28058	26817	4,6%
Seconda serata	10368	10042	3,2%
Totale	10417	9990	4,3%

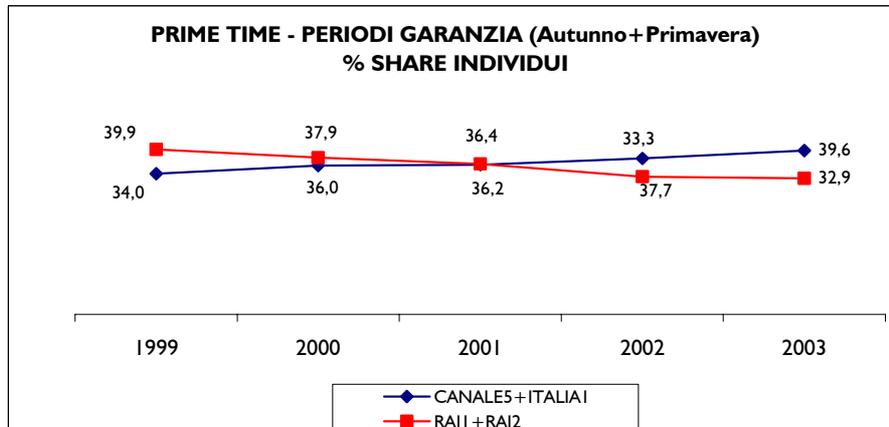
In particolare si è verificato un notevole aumento della copertura (oltre un milione di nuovi contatti in Day Time e in Seconda Serata e ben un milione e settecento in Prime Time) a fronte di un consumo televisivo sostanzialmente invariato

Nelle 24 ore del primo trimestre 2003 Mediaset ottiene una quota di ascolto pari al 43,7%, mezzo punto in più rispetto al periodo omologo del 2002. Confermato anche il rapporto privilegiato con il target commerciale 15-64 anni (45,4% vs 43,1% di Rai I) e con i bambini 4-14 anni (51,8% vs 36,1% di Rai).

Fondamentale il contributo del Prime Time che con il 46,2% (+2,3 punti in più dello scorso anno) ha procurato alle nostre Reti il primo posto davanti a Rai, ferma al 43,9%. In questa fascia Canale 5 e Italia 1 continuano a mantenere saldo il titolo di prima e terza rete nazionale grazie rispettivamente al 24% e al 14,3% (vs il 23,4% di Rai 1 e il 10,9% di Rai 2).



Positivo anche l'avvio del periodo di garanzia: la Primavera 2003 (26 gennaio-31 maggio, esclusa la settimana del Festival di Sanremo) giunge alla fine del mese di marzo con Mediaset ancora più forte e più vicina al suo competitor. In Prime Time le nostre Reti distanziano Rai di quasi 5 punti con il 47,4% vs il 42,5%. La crescita riguarda sia Canale 5 che Italia 1 che, lavorando in maniera sinergica, hanno ampliato la loro visibilità ai danni di Rai 1 e Rai2.



Eclatante anche la classifica delle serate vinte: 39 Canale 5, 12 Rai 1 e 5 Italia 1

Di seguito la situazione nelle 24 ore:

Totale Mediaset	24 ore	Prime Time	Day Time 7:00-2:00
Canale 5	23,0	24,0	22,7
Italia 1	12,0	14,3	11,3
Retequattro	8,7	7,9	8,8
Totale	43,7	46,2	42,8



Il primo trimestre del 2003 conferma i risultati positivi ottenuti dalla rete nel 2002: in Prime Time primo posto davanti a Rai 1 (24% vs 23,4%) sul target Individui, nelle 24 ore, prima scelta per i 15-64enni e seconda - dopo Italia 1 - per i bambini.

L'inizio della stagione di garanzia offre inoltre all'ammiraglia Mediaset l'opportunità di aumentare il vantaggio in Prime Time (24,7% vs il 22,2% di Rai 1) riducendo, di conseguenza, il distacco nel totale giornata.

Anche nei primi mesi del 2003 Canale 5 ha proposto una programmazione ricca e variegata volta a soddisfare i gusti e le aspettative di un pubblico sempre più vasto.

Gradito ritorno, nell'area intrattenimento, di produzioni storiche quali *La Corrida* (30,1%) condotta per il secondo anno consecutivo da Gerry Scotti affiancato dal maestro Pregadio e da Vincenza Cacace, *Micon-senta*, l'immane show di satira politica del Bagaglino (25%), *Grande Fratello 3* (31,7% il dato medio ottenuto il giovedì sera e 26,3% quello del pre-serale) che, nonostante al terzo anno di programmazione, continua a incuriosire e a far parlare di sé e, infine, *Ciao Darwin 4* (29,7%), lo show "antropologico" che ha esordito il 28 marzo con l'accessissima sfida tra veline e intellettuali.

Più in dettaglio:

- in **Day Time**, Uomini e Donne si aggiudica il 25,4% mantenendo salda la sua leadership sul pubblico femminile (36,2% sulle 15-44enni); a seguire Amici di Maria De Filippi realizza il 20,3% nel montaggio delle 16:20 in onda dal lunedì al venerdì, il 31,4% nella diretta da studio del sabato pomeriggio con ascolti elevatissimi sui giovani 15-34 anni (rispettivamente 38,6% e 42,9%).

In **Day Time** bene l'appuntamento con le soap autoprodotte: *Vivere* e *Cento Vetrine* realizzano rispettivamente il 19,9% e il 28,6% confermandosi, nella loro fascia di programmazione, prima scelta per le giovani donne 15-34enni (nell'ordine 34,8% e 44,2%).

Già a partire da questi primi mesi la fiction di Canale 5 ha offerto ai telespettatori prodotti di grande qualità.

- In **Prime Time**. Si segnalano le ricostruzioni biografiche in due puntate di personaggi straordinari come il *Papa Buono* (34,9%), la toccante storia di Papa Giovanni XXXIII ed Enzo Ferrari (28,8%), un uomo che è stato capace di realizzare il suo sogno e di rendere famoso in tutto il mondo il marchio Made in Italy e le divertenti vicende di *Carabinieri 2*, la seconda serie dell'amatissima fiction che, nelle prime tre puntate di messa in onda, ha conquistato il 27,2% degli individui e oltre il 40% dei bambini.

Sempre positivi i riscontri ottenuti dal TG5: l'editoriale diretto da Enrico Mentana giunge al termine del primo trimestre 2003 con una media del 25,1% nell'edizione delle 13:00 e del 27% in quella delle 20:00. Molto seguita anche l'edizione straordinaria delle 18:10 messa in onda a partire dal 20 marzo per fornire un'ulteriore aggiornamento sul conflitto in Iraq (22,8%).

Costantemente ai vertici delle classifiche dei programmi più visti, *Striscia la Notizia* realizza, in questi primi tre mesi del 2003, il 31,7%. Ottimo il debutto, dopo la settimana di Sanremo, del duo romano Bonolis-Laurenti, che per il quarto anno consecutivo ha dato il cambio alla coppia Greggio-Iacchetti stabilendo il record del 2003 con una share del 39,2% e oltre dodici milioni di telespettatori.



Italia 1

Prosegue la stagione d'oro della rete giovane di Mediaset. Nel primo trimestre 2003 Italia 1 incrementa, rispetto ai primi tre mesi del 2002, i propri ascolti in tutte le fasce orarie (un punto in più nel totale giornata grazie al +0,6 in Day Time e al +2,6 in prima serata) e mantiene il terzo posto in Prime Time con un notevole vantaggio su Rai 2.

Perfetta la sintonia tra la rete e il suo pubblico di riferimento: nelle 24 ore la pongono al primo posto i bambini dai 4 ai 14 anni (27,9%), al secondo – dopo Canale 5 – i giovani 15-24enni (20,8%).

Nella stagione di garanzia in corso Italia 1 scavalca Rai 2 anche nelle 24 ore oltre che in Prime Time dove la distacca ulteriormente (14,9% vs 10,7%).

Numerosissimi e appartenenti ai generi più svariati i programmi che hanno contribuito al successo della rete:

Strepitoso consenso di pubblico per *Zelig Circus*: le dieci puntate trasmesse in prima serata hanno totalizzato una media complessiva del 26,5% con un trend in crescita (20,8% il dato del debutto, 24,8% quello della settima puntata trasmessa in concomitanza al Festival di Sanremo, 30,8% quello dell'ultima) per nulla scalfita dallo spostamento dal martedì al mercoledì.

Si confermano vincenti i doppi appuntamenti – in prima e seconda serata - dei due terzetti più irriverenti della TV: Alessia Marcuzzi, Luca Bizzarri e Paolo Kessisoglu ottengono il 15,1% la domenica sera (*Le Iene Show*) e il 15,9% il giovedì (*Le Iene*) mentre la Gialappa's (alias Giorgio Gherarducci, Marco Santin e Carlo Taranto) si assesta sul 16,4% medio la domenica (*Mai dire domenica*) e sul 21,1% il venerdì (*Mai dire Grande Fratello*).

Molto promettente l'avvio della fase finale di *Amici di Maria De Filippi*: la prima puntata di Prime Time trasmessa il 25 marzo è stata seguita da oltre 4 milioni e mezzo di telespettatori pari ad una share del 19,8% guadagnando l'attenzione del 40,6% dei ragazzi e delle ragazze tra i 15 e i 24 anni.

Al via anche *Oblivious* (11,5%) e *Papirazzo* (15,5%), due novità del sabato pomeriggio di Italia 1. Trattasi nel primo caso, di un game show itinerante a telecamere nascoste con protagonisti i "fantastici quattro" de La Premiata Ditta, nel secondo, di un programma incentrato sul gossip che può contare su una squadra di paparazzi in cerca di scoop capitanati da Enrico Papi. A proposito di quest'ultimo, davvero notevole il risultato di *Sarabanda la sfida*, lo speciale del game show musicale che, il 5 marzo, ha prodotto una share superiore alla media di rete (16,3%) sottraendo ascolti al Festival di Sanremo.

Dal 14 marzo, in prima serata, i nuovi episodi di *C.S.I.: Scena del crimine*, la serie approdata in Italia lo scorso anno sulla scia dell'enorme successo ottenuto negli Stati Uniti: le prime tre puntate hanno ottenuto il 16,1% (vs il 14,1% realizzato complessivamente nel 2002) conquistando un 15-34enne su quattro.

I più piccoli dimostrano costantemente di apprezzare i prodotti che la rete seleziona per loro. Al pomeriggio, dal lunedì al venerdì, una carrellata di cartoni animati: *Beyblade*, *Hamtaro*, *Roba da gatti*, *Totally Spies* - per citare solo le serie di più recente messa in onda – conquistano più di un bambino su tre; al sabato, Ellen Hidding intrattiene i bambini con la nuova edizione del programma *Ziggie* avvicinandoli, con semplicità, ai misteri della scienza, agli esperimenti e alla natura e realizzando, nelle prime due puntate, il 12,6% sugli individui e il 48,7% sui 4-14enni.

Per tutti gli sportivi e gli amanti del calcio immancabile l'appuntamento con i commenti, i goal e la moviola di *Contro Campo*: la rubrica di Sandro Piccinini si assicura il 15,2% battendo *La Domenica Sportiva*, in onda in contemporanea su Rai 2 (12,3%).

Infine, per quanto riguarda l'informazione, positivi i riscontri di *Studio Aperto* in entrambe le edizioni quotidiane, 16% il dato medio delle 12:25, 11% quello delle 18:30. Molto apprezzato anche *Lucignolo*, il settimanale di approfondimento giornalistico dedicato al mondo dei giovani curato da Mario Giordano in onda il venerdì in seconda serata (14,6% sugli individui, 25,2% sui 15-34enni).

Retequattro

Rete 4 giunge al termine del primo trimestre all'8,7% nel totale giornata e al 7,9% in Prime Time dove riporta un incremento di 0,3 punti di share rispetto al primo trimestre del 2002.

Nelle 24 ore la rete mantiene il terzo posto, dopo Rai 1 e Canale 5, sugli over 65 (12,7%) continuando a svolgere un'importante funzione di presidio del pubblico maturo.

Anche il 2003 vede Rete 4 impegnata su due fronti con un'offerta che mira a soddisfare il pubblico maschile adulto, appassionato di sport, documentari e approfondimenti scientifici senza per questo rinunciare a quello femminile più orientato alle soap, alle telenovelas e ai programmi d'intrattenimento

Tra i prodotti di stampo divulgativo troviamo *La Macchina del Tempo* e *Appuntamento con la storia*, i due programmi condotti da Alessandro Cecchi Paone in onda rispettivamente il giovedì in Prime Time e il lunedì in seconda serata, che raccolgono nell'ordine il 7,3% e l'8,4% dei maggiori di 35 anni di sesso maschile, *Solaris, il mondo a 360 gradi*, il documentario a striscia quotidiana (10,6% il dato medio realizzato sullo stesso target nella collocazione pomeridiana), e *Top Secret* (8,6%), le inchieste della tarda serata del mercoledì curate da Claudio Brachino.

Per quanto riguarda lo sport, prezioso sia il contributo delle due partite di *Champions League* trasmesse in Prime Time il 25 febbraio e l'11 marzo (12,5% la share sugli uomini) che, a seguire, *Pressing Champions League*, l'approfondimento di Massimo De Luca, che analizza e commenta le partite stesse (14,8% sugli individui e oltre il 20% sul pubblico maschile). Al suo posto, nei martedì privi degli incontri di calcio, *Record*, una rassegna sui grandi campioni dello sport che ha esordito il 25 marzo con una puntata dedicata al pugile americano Cassius Clay richiamando l'8,3% degli uomini.

Novità e riscontri anche nell'ambito dei telefilm proposti dalla rete in prima serata: *Band of Brothers*, un'unità di volo militare americana che, lanciandosi coi paracaduti sulla Francia del 1944, preparava il campo di battaglia per le forze di terra, e la nuova serie di Siska, il poliziesco di Herbert Reinecker, il creatore dell'ispettore *Derrick*, conquistano entrambi oltre il 9% degli uomini over 35.

Sul versante femminile bene *Batticuore*, la nuova serie in onda dal 7 gennaio, *Sentieri* e l'appuntamento preserale di *Terra Nostra 2* (rispettivamente 11,7%, 11,2% e 10% sulle donne); molto positivi anche gli ascolti di *Forum* (14,6%) e dei numerosi magazine del fine settimana (*Sabato Vip*, *Il trucco c'è* e *la Domenica del villaggio*, nell'ordine 13,2%, 13,6% e 14,9% sugli individui e 15,6%, 17,5% e 16,3% sul pubblico femminile).

Infine l'informazione: il *Telegiornale 4* ha ottenuto l'8,1% nell'edizione meridiana e il 7,8% in quella serale (prolungata di mezz'ora dall'inizio della guerra in Iraq); inoltre, la redazione di Emilio Fede ha dedicato al conflitto in corso *Ultim'ora*, un approfondimento quotidiano che, in seconda serata, ha totalizzato il 9,4%.

Attività multimedia e content extension

Le attività multimedia domestiche del Gruppo Mediaset, presidiate fino al 31 dicembre 2002 principalmente da Mediadigit S.p.A., vengono gestite direttamente dal 2003 da R.T.I. S.p.A. con l'obiettivo di massimizzare le opportunità di sinergia e *content extension* rispetto al *core business* focalizzato sul prodotto televisivo. Tali attività includono la distribuzione dei canali tematici per le piattaforme digitali nazionali, le attività internet, quelle relative al Teletext, quelle editoriali gestite in joint venture con Mondadori da Press Tv, società costituita nel corso del 2002. Si segnala inoltre che, in virtù di importanti accordi commerciali stipulati nella seconda parte del 2002, è stata inoltre avviata l'attività di *content providing* di contenuti multimediali riservati agli operatori di telefonia mobile. La raccolta pubblicitaria legata ad Internet ed ai canali tematici si avvale dell'apporto di Publitalia '80 S.p.A. quale concessionaria esclusiva. I **ricavi** netti consolidati complessivamente generati da tali attività ammontano a **9,1 milioni di euro**, rispetto ai 7,3 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

Con riferimento all'attività relativa ai **canali tematici**, vengono distribuiti su Stream i canali Duel Tv, Comedy Life e MT Channel, mentre su D+ viene distribuito Happy Channel. I **ricavi** complessivi generati dalla distribuzione di tali canali, principalmente costituiti dai minimi garantiti corrisposti dalle piattaforme digitali sono stati pari a **5,1 milioni di euro**, invariati rispetto allo stesso periodo del 2002.

Sul fronte delle attività legate ad **Internet**, si confermano i positivi riscontri per i contenuti informativi sviluppati da Tgcom e Tg5.it, soprattutto in relazione alla copertura garantita agli eventi legati alla guerra in Iraq. L'area dedicata alle News consolida pertanto, anche nei primi mesi del 2003, la propria posizione all'interno dei siti italiani di informazione online. I **ricavi** generati dalle attività Internet di Gruppo sono stati pari, nei primi tre mesi del 2003, a 1,3 milioni di euro, in linea con quelli dello stesso periodo dell'anno precedente.

Come già in precedenza commentato, nei primi mesi del 2003 si segnalano le attività di realizzazione e vendita di **servizi e contenuti multimediali** agli operatori di telefonia mobile, sia di seconda generazione che con H3G, primo operatore a lanciare l'UMTS in Italia, che sfrutta le opportunità tecnologiche e di brand di cui il Gruppo Mediaset dispone. Sono continuate inoltre, nel corso dei primi mesi del 2003, con successo, alcune iniziative sviluppate nel corso del 2002, tra cui la versione a pagamento del *Milionario*, usufruibile sia su internet che su Mediavideo, i servizi di community, sviluppati con Wind e fruibili all'interno delle sezioni interattiva del Mediavideo e l'avvio della produzione di MMS con brand TG5 da fornire a tutti gli operatori mobili. Nel corso del primo trimestre del 2003, l'insieme di tali attività ha generato **ricavi** per 1,3 milioni di euro.

Relativamente al **Teletext** (Mediavideo) si conferma anche nei primi mesi del 2003 il successo sia a livello editoriale che commerciale. I **ricavi** del periodo sono stati pari a **1,4 milioni di euro** (0,9 milioni di euro dell'anno precedente).

Relativamente alle attività gestite da **Press TV S.p.A.** nei primi mesi del 2003 si è confermato il successo editoriale del settimanale sportivo *Controcampo*. Nello stesso periodo è stata avviata la pubblicazione da parte di Press Tv di altri due periodici legati a note trasmissioni televisive: *Amici di Maria De Filippi* e *Grande Fratello*.

Televisione commerciale – Spagna

Pubblicità

Il mercato televisivo spagnolo uno dei più importanti d'Europa è caratterizzato da una maggiore frammentazione dell'offerta a livello nazionale rispetto a quello italiano. Oltre a Telecinco, vi operano infatti un gruppo televisivo pubblico cui fanno capo due reti (TVE), un'emittente commerciale privata, Antena3, una federazione di emittenti locali, le cd. *autonomicas* riunite sotto il brand *Forta*. A partire dalla seconda metà del 2003, dovrebbe inoltre diventare operativa la nuova piattaforma digitale unica a pagamento nata dalla fusione tra i due operatori *pay* attualmente esistenti ossia *Via Digital (Gruppo Telefonica)* e *Canal Satellite/Sogecable* (partecipata dal *Gruppo Vivendi/Canal Plus* e dal Gruppo editoriale spagnolo *Prisa*) che dovrebbe contare inizialmente su circa 2,4 milioni di abbonati con una penetrazione fra le più elevate del continente pari a circa il 20%.

Il mercato pubblicitario televisivo spagnolo rappresenta per dimensioni il quinto mercato europeo (stimato nel 2002 sulla base dei dati *Infoadex* a 2.077 milioni di euro) ed il secondo dopo l'Italia per incidenza (pari a circa il 40%) degli investimenti pubblicitari destinati al mezzo televisivo rispetto al totale degli investimenti pubblicitari riservati ai mezzi classici. Il rapporto tra investimenti pubblicitari e Prodotto Interno Lordo attualmente ancora inferiore rispetto ai principali mercati europei garantisce inoltre strutturalmente in prospettiva ulteriori margini di crescita. L'andamento del mercato pubblicitario televisivo spagnolo che ha conosciuto nel triennio '98-'00 tassi di sviluppo eccezionali favoriti dalla prolungata fase espansiva dell'economia iberica, nell'ultimo biennio ha risentito della fase di accentuata contrazione del ciclo economico che ha caratterizzato i principali mercati a livello internazionale, registrando nel 2001 una flessione pari all'8,2% ed una crescita contenuta all'1,6% nel 2002.

Nel 2002 Publiespana, concessionaria esclusiva di Telecinco ha raggiunto una quota di tale mercato pari al 27,3% confermandosi operatore leader del mercato pubblicitario televisivo spagnolo, in grado di massimizzare efficacemente il primato detenuto da Telecinco a livello di ascolti sul cd. "target commerciale" con una share media nel 2002 pari al 23,6%, inferiore a quella conseguita sul mercato pubblicitario .

I segnali provenienti dal mercato pubblicitario nei primi mesi del 2003 confermano, nonostante l'estrema incertezza che ha preceduto l'avvio della guerra in Iraq, le positive indicazioni che avevano già caratterizzato gli ultimi mesi del 2002. In tale contesto la raccolta pubblicitaria di Publiespana per Telecinco si è attestata a 139,9 milioni di euro con un incremento superiore al 28% rispetto all'omologo periodo del 2002, nel quale la raccolta pubblicitaria di Telecinco aveva registrato una flessione (-21,6% rispetto al primo trimestre del 2001), penalizzata, nella fase più acuta della crisi del mercato pubblicitario spagnolo, dalla forte erosione delle quote d'ascolto da parte di TVE e dalla forte competizione sui prezzi attuata dalla stessa emittente pubblica. Nei primi tre mesi del 2002 i clienti pubblicitari sono stati pari a 392 di cui 147 di nuova acquisizione.

Broadcasting e contenuti

Nel primo trimestre 2003 l'offerta editoriale di Telecinco ha mantenuto sostanzialmente la stessa struttura di quella proposta nel corso dell'autunno 2002; tutti i principali programmi di punta dell'emittente hanno ottenuto positivi riscontri d'ascolto.

Nel Day Time si segnala in particolare il talk show *Dia a Dia* che ha registrato nel periodo una share superiore al 25%; un altro talk show di grande successo, *Cronicas marciales*, si conferma leader incontrastato dei programmi serali.

Nella fascia pomeridiana si segnalano: il talk show *A tu lado* che raggiunge uno share di circa il 20%, in forte crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (12,9%) in cui era stato proposto per la prima volta, la produzione di intrattenimento *Aquí hay tomate* e la fiction *Embrujadas*.

Si segnalano inoltre nel trimestre gli ottimi risultati di ascolto dei programmi di informazione in relazione, soprattutto, ai due eventi costituiti dall'avvio della guerra in Iraq e dall'affondamento della petroliera *Prestige*.

I risultati di ascolto in Prime Time hanno beneficiato della finale dell'edizione di *Gran Hermano* avviata nel corso dell'autunno 2002, del positivo andamento del talk show *Salsa Rosa*, della serie internazionale *CSI*, che ha costituito uno dei principali eventi della stagione televisiva e del rinnovato successo delle fiction nazionali *7 Vidas* e *Los Serrano*.

Altre partecipazioni

Albacom sulla base dei dati preconsuntivi relativi all'esercizio chiuso al 31 marzo 2003 ha conseguito in tale esercizio un incremento del fatturato superiore al 17% che rappresenta una delle migliori performance tra gli operatori nazionali di telecomunicazioni e conferma il raggiungimento di una quota di mercato del 12% sul segmento "dati" che conferma la società come principale *competitor* di Telecom Italia relativamente alla clientela *corporate*.

Sulla base di tali indicazioni preliminari viene confermato il raggiungimento di un margine operativo lordo positivo per il secondo esercizio consecutivo che dovrebbero preludere, sulla base dei piani aziendali, al raggiungimento del break-even operativo al termine dell'esercizio fiscale in corso.

Per effetto della prudente stima del risultato del trimestre e della quota dell'ammortamento dell'avviamento, la valutazione con il metodo del patrimonio netto della partecipazione in Albacom ha comportato per il Gruppo Mediaset, al 31 marzo 2003, un onere complessivo pari a 10,3 milioni di euro.

Si segnala inoltre che in esecuzione agli impegni relativi alla copertura del fabbisogno finanziario di Albacom previsti dall'accordo stipulato dai soci in data 24 febbraio 2003, Mediaset ha effettuato al 31 marzo 2003 versamenti a titolo di finanziamento fruttifero per complessivi 20,3 milioni di euro, di cui 7,2 milioni di euro effettuati nel corso del trimestre in esame.

Relativamente alla partecipazione del 2,73% detenuta in **Hopa S.p.A.** si segnala che, in data 9 maggio 2003, in esecuzione degli accordi stipulati tra Hopa S.p.A. ed i soci di Olimpia S.p.A. nello scorso mese di dicembre e delle delibere delle Assemblee Straordinarie dei Soci di Olimpia S.p.A. e Holy S.r.l. (società controllata da Hopa S.p.A.) è stato stipulato con efficacia a partire dalla stessa data, l'atto di fusione per incorporazione di Holy S.r.l. in Olimpia S.p.A. A seguito di tale operazione Hopa S.p.A. detiene una quota di partecipazione nella società risultante da tale fusione pari al 16%, destinata a diluirsi al 14/15% una volta perfezionata la fusione tra la controllata Olivetti e Telecom Italia.

EVENTI SUCCESSIVI AL 31 MARZO 2003

- I dati di ascolto complessivi delle reti Mediaset relativi ai primi quattro mesi del 2003 confermano i positivi risultati ottenuti nei primi tre mesi dell'anno. In particolare, nelle 24 ore Mediaset incrementa i propri ascolti passando dal 43,7% del primo trimestre al 44,0% di fine aprile; in Prime Time Canale 5 e Italia 1 si confermano prima e terza rete, mentre Retequattro migliora di 0,3 punti; in Day Time tutte e tre le reti aumentano le loro quote d'ascolto.
- Dopo i brillanti risultati conseguiti nei primi tre mesi dell'anno Telecinco ha ottenuto ottimi risultati d'ascolto anche nel mese di aprile, confermando una netta prevalenza sia nella media della giornata che in Prime Time rispetto alle altre emittenti private commerciali, superando addirittura l'emittente pubblica in Day Time e confermando l'indiscussa leadership nazionale sul target commerciale nelle principali fasce orarie.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

- Sulla base delle evidenze attualmente disponibili relativamente all'andamento della raccolta pubblicitaria delle reti Mediaset si prevede, relativamente a i primi cinque mesi dell'anno, il raggiungimento di un fatturato pubblicitario televisivo allineato a quello dello stesso periodo dell'anno precedente.
- L'eccezionale crescita dei ricavi pubblicitari di Telecinco registrata nei primi tre mesi del 2003 va valutata anche in relazione all'andamento sfavorevole dell'equivalente periodo del 2002. Successivamente al 31 marzo, Telecinco conferma una crescita dei ricavi pubblicitari rispetto al 2002, anche se percentualmente inferiore rispetto a quella registrata nel primo trimestre.

per il Consiglio di Amministrazione
il Presidente