



*Relazione
Trimestrale
al 30 settembre 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

Presidente	(*) Fedele Confalonieri
Vice Presidente	(*) Pier Silvio Berlusconi
Consigliere Delegato	(*) Giuliano Adreani
Consiglieri	Franco Amigoni Tarak Ben Ammar Marina Berlusconi Pasquale Cannatelli Enzo Concina Maurizio Costa Mauro Crippa Gilberto Doni Bruno Ermolli Adriano Galliani (1) Marco Giordani Alfredo Messina Jan Mojto (*) Gina Nieri Roberto Ruozi (*) Claudio Sposito

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*

(1) *Dimissionario dal 10 luglio 2002*



SOMMARIO

Relazione sull'andamento della gestione al 30 settembre 2002	I
Risultati economico finanziari del Gruppo Mediaset.....	3
Criteri di redazione.....	3
Risultati economici.....	3
Struttura patrimoniale e finanziaria.....	11
Analisi per aree di attività.....	13
Televisione commerciale Italia.....	13
Pubblicità.....	13
Broadcasting e contenuti.....	13
Televisione commerciale Estero.....	18
Attività multimedia e telecomunicazioni.....	19
Eventi successivi al 30 settembre 2002.....	22
Evoluzione prevedibile della gestione.....	24

GRUPPO MEDIASET

Relazione sull'andamento della gestione al 30 settembre 2002

Signori Azionisti,

il Gruppo che fa capo alla Vostra Società ha ottenuto al 30 settembre 2002 i seguenti risultati: i **ricavi netti consolidati** ammontano a 1.668,4 milioni di euro, rispetto ai 1.725,6 milioni di euro allo stesso periodo dell'anno precedente evidenziando, al netto degli effetti generati nel primo semestre del 2001 dal consolidamento proporzionale del Gruppo Epsilon, una diminuzione di 27,8 milioni di euro; il **margine operativo lordo** si attesta a 977,2 milioni di euro rispetto ai 1.004,7 dello stesso periodo dell'anno precedente, mantenendo su basi omogenee, nei due periodi, sostanzialmente la stessa incidenza percentuale rispetto ai ricavi (58,6% rispetto a 58,9%); il **risultato operativo** ha raggiunto i 412,2 milioni di euro rispetto ai 491,2 milioni di euro dello stesso periodo del 2001, al netto di ammortamenti e svalutazioni per 565,0 milioni di euro in crescita rispetto ai 513,5 milioni di euro dei primi nove mesi 2001. La redditività operativa si colloca al 24,7% rispetto al 28,5% registrato nell'omologo periodo dell'anno precedente. **L'utile prima delle imposte**, che recepisce l'effetto economico negativo pari a 31,9 milioni di euro relativo alla svalutazione della partecipazione del 2,28% in Kirch Media effettuata al 30 giugno 2002, si attesta a 331,8 milioni di euro rispetto ai 436,7 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente, evidenziando una variazione negativa di 104,9 milioni di euro. Tale variazione è imputabile, oltre all'andamento del risultato operativo, alla presenza nel terzo trimestre 2001 della componente economica positiva e straordinaria pari a 26,3 milioni di euro, generata in seguito al perfezionamento dell'operazione di riconversione della joint venture Epsilon nella partecipazione del 2,28% di Kirch Media.

I risultati economici conseguiti nel corso dei primi nove mesi dell'anno, anche se complessivamente inferiori rispetto a quelli registrati nello stesso periodo dell'anno precedente, registrano in virtù del migliore contributo del terzo trimestre, un parziale recupero rispetto alle performance registrate nel corso dei trimestri precedenti. Tali risultati riflettono, in linea con le aspettative, un progressivo più favorevole andamento dei ricavi pubblicitari e dei costi televisivi atteso per la seconda parte dell'esercizio rispetto al 2001.

In particolare, nel corso del **terzo trimestre** dell'esercizio 2002 la raccolta pubblicitaria relativa alle reti Mediaset ha registrato una crescita dell'1,7% rispetto allo stesso periodo del 2001 mentre i costi operativi televisivi si sono ridotti del 9,7%. Tali andamenti hanno determinato un margine operativo lordo di periodo pari a 177,0 milioni di euro, in crescita rispetto ai 158,0 del 2001 ed un risultato operativo di periodo pari a - 0,8 milioni di euro, migliore rispetto a quello registrato nel 2001, pari a - 9,1 milioni di euro.

L'andamento della **raccolta pubblicitaria** sulle reti Mediaset nel corso del terzo trimestre del 2002 conferma l'inversione del trend negativo registrato nei primi cinque mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In virtù di tale performance il fatturato pubblicitario sulle reti Mediaset nei nove mesi dell'anno risulta pari a 1.790,5 milioni di euro, corrispondente ad una variazione percentuale pari al - 1,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e si colloca ad un livello comunque ancora superiore rispetto a quello eccezionalmente elevato registrato nei primi nove mesi del 2000, in controtendenza rispetto all'andamento del mercato pubblicitario complessivo nazionale. Quest'ultimo, nei primi otto mesi dell'anno ha registrato, sulla base delle rilevazioni Nielsen, una flessione pari al 4,2% risentendo nel corso del terzo trimestre di un ulteriore rallentamento dovuto in parte all'anticipo di alcune campagne concentrate durante il mese di giugno, in concomitanza con i Campionati Mondiali di Calcio e, più in ge-

nerale, alla perdurante debolezza dei consumi connessa all'incerta evoluzione del quadro macroeconomico internazionale.

L'andamento della raccolta pubblicitaria relativa alle reti Mediaset riflette, soprattutto nel corso degli ultimi mesi, il ritorno ad un'elevata propensione all'investimento proveniente dai comparti merceologici più competitivi, principalmente riconducibili alle aziende di largo consumo e beneficia dello strutturale vantaggio competitivo rappresentato dalla continuità dei risultati d'ascolto delle reti, che consente in questa fase agli investitori pubblicitari anche meno tradizionali di massimizzare il rapporto tra costi ed obiettivi di comunicazione.

In un contesto caratterizzato, sia nel corso dei mesi estivi che nella fase d'avvio della stagione televisiva autunnale, da una continua crescita dei dati relativi al consumo televisivo, le reti Mediaset confermano e rafforzano nel corso del terzo trimestre gli ottimi **risultati d'ascolto** già ottenuti nella prima parte dell'anno. Nei nove mesi del 2002 le reti Mediaset hanno infatti conseguito una share media sulle 24 ore pari al 43,0%, sostanzialmente allineata a quella dello stesso periodo dell'anno precedente, nonostante l'effetto negativo dei Campionati Mondiali di Calcio trasmessi a giugno 2002 dalle reti Rai. In particolare le reti Mediaset hanno rafforzato la leadership in Prime Time con Canale 5 che si conferma prima rete nazionale ed Italia 1 che si consolida terza rete. Tali risultati sono da considerarsi eccezionali anche perché ottenuti in presenza di forti azioni di contenimento dei **costi televisivi** la cui crescita complessiva, al 30 settembre 2002, risulta contenuta al 3,2%, essenzialmente a causa dell'andamento non comprimibile in corso d'anno della componente rappresentata dagli ammortamenti dei diritti ed in presenza di una forte riduzione dei costi operativi pari a - 5,6%.

Tali azioni sono destinate a consolidarsi ulteriormente nel corso dell'ultimo trimestre del 2002, attraverso l'attenta pianificazione e gestione dei palinsesti relativi alla stagione autunnale già avviata nella seconda metà del mese di settembre 2002 con ottimi riscontri d'ascolto.

RISULTATI ECONOMICO FINANZIARI DEL GRUPPO MEDIASET

Criteri di redazione

Come previsto dalla delibera Consob n. 11971 del 14 maggio 1999, le informazioni economiche esposte di seguito sono fornite con riferimento al terzo trimestre ed ai nove mesi 2002 e confrontati con gli omologhi periodi dell'anno precedente. Le informazioni patrimoniali sono fornite con riferimento al 30 settembre 2002, al 30 giugno 2002 ed al 31 dicembre 2001.

Nella redazione della situazione contabile sono stati applicati gli stessi criteri utilizzati per la redazione del bilancio d'esercizio e della situazione semestrale. I prospetti contabili, al fine di garantire continuità espositiva e confrontabilità, sono omogenei a quelli contenuti nella Relazione degli Amministratori sulla gestione del bilancio al 31 dicembre 2001 e della semestrale 2002.

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, per i primi sei mesi del 2001, degli effetti generati dal consolidamento proporzionale della joint venture Epsilon, il cui deconsolidamento è avvenuto a partire dal terzo trimestre 2001:

(valori in milioni di euro)

	Gruppo Mediaset			
	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2002	2001	2002	2001
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.642,6	1.701,5	359,6	351,7
Altri ricavi e proventi	25,8	24,1	7,2	4,2
Totale ricavi netti consolidati	1.668,4	1.725,6	366,8	355,9
Costo del lavoro	228,7	218,2	71,1	68,4
Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	462,5	502,7	118,7	129,5
Costi operativi	691,2	720,9	189,8	197,9
Margine operativo lordo	977,2	1.004,7	177,0	158,0
Ammortamenti e svalutazioni	565,0	513,5	177,8	167,1
Risultato operativo	412,2	491,2	(0,8)	(9,1)
(Oneri)/Proventi finanziari	(23,1)	(24,5)	(12,2)	(19,0)
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(56,8)	(55,8)	(13,0)	(12,0)
Risultato prima delle componenti straordinarie	332,3	410,9	(26,0)	(40,1)
(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	(0,5)	25,8	0,6	26,5
Risultato pre-imposte	331,8	436,7	(25,4)	(13,6)

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

(valori in milioni di euro)

Gruppo Mediaset - effetti del consolidamento del Gruppo Epsilon				
	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2002	2001	2002	2001
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	-	29,6	-	-
Altri ricavi e proventi	-	(0,2)	-	-
Totale ricavi netti consolidati	-	29,4	-	-
Costo del lavoro	-	1,2	-	-
Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	-	23,2	-	-
Costi operativi	-	24,4	-	-
Margine operativo lordo	-	5,0	-	-
Ammortamenti e svalutazioni	-	4,0	-	-
Risultato operativo	-	1,0	-	-
(Oneri)/Proventi finanziari	-	(2,1)	-	-
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	-	(2,1)	-	-
Risultato prima delle componenti straordinarie	-	(3,2)	-	-
(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	-	-	-	-
Risultato pre-imposte	-	(3,2)	-	-

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:

(valori in milioni di euro)

Gruppo Mediaset al netto degli effetti del consolidamento del Gruppo Epsilon				
	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2002	2001	2002	2001
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.642,6	1.671,9	359,6	351,7
Altri ricavi e proventi	25,8	24,3	7,2	4,2
Totale ricavi netti consolidati	1.668,4	1.696,2	366,8	355,9
Costo del lavoro	228,7	217,0	71,1	68,4
Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	462,5	479,5	118,7	129,5
Costi operativi	691,2	696,5	189,8	197,9
Margine operativo lordo	977,2	999,7	177,0	158,0
Ammortamenti e svalutazioni	565,0	509,5	177,8	167,1
Risultato operativo	412,2	490,2	(0,8)	(9,1)
(Oneri)/Proventi finanziari	(23,1)	(22,4)	(12,2)	(19,0)
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(56,8)	(53,7)	(13,0)	(12,0)
Risultato prima delle componenti straordinarie	332,3	414,1	(26,0)	(40,1)
(Oneri)/Proventi straordinari e diversi	(0,5)	25,8	0,6	26,5
Risultato pre-imposte	331,8	439,9	(25,4)	(13,6)

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

Gruppo Mediaset (netto Gr.Epsilon)	Gruppo Mediaset		Gruppo Mediaset		Gruppo Mediaset (netto Gruppo Epsilon)	
			31/12/2001	31/12/2001	30/09/2002	30/09/2001
100,0%	100,0%	Ricavi netti consolidati	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
43,3%	43,8%	Costi operativi	41,4%	41,8%	41,4%	41,1%
56,7%	56,2%	Margine operativo lordo	58,6%	58,2%	58,6%	58,9%
31,4%	31,2%	Ammortamenti e svalutazioni	33,9%	29,8%	33,9%	30,0%
25,2%	25,0%	Risultato operativo	24,7%	28,5%	24,7%	28,9%
16,9%	16,5%	Risultato prima delle componenti straordinarie	19,9%	23,8%	19,9%	24,4%
18,1%	17,8%	Risultato pre-imposte	19,9%	25,3%	19,9%	25,9%

A causa del non completo allineamento tra i ricavi, soprattutto pubblicitari (più concentrati nella prima parte dell'esercizio) ed i costi operativi e gli ammortamenti, più uniformemente distribuiti nel corso dell'anno, i risultati del Gruppo Mediaset sono caratterizzati da un'elevata stagionalità che determina un maggior contributo dei primi mesi dell'anno al risultato dell'intero 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

30/09/2002	1.668,4
30/09/2001	1.725,6
var. %	-3,3%

I ricavi netti consolidati del Gruppo Mediaset hanno registrato al 30 settembre 2002 un decremento rispetto allo stesso periodo del 2001 di 57,2 milioni di euro. Su basi omogenee, al netto dell'effetto derivante nel primo semestre 2001 dal consolidamento del Gruppo Epsilon, il decremento dei ricavi netti consolidati si riduce a 27,8 milioni di euro, corrispondente ad una variazione percentuale del - 1,6%.

Il seguente prospetto evidenzia il dettaglio dei ricavi:

(valori in milioni di euro)

	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2002	2001	2002	2001
Ricavi da vendita spot	1.496,1	1.514,8	320,1	312,1
Ricavi da televendite, telepromozioni, sponsorizzazioni	266,1	276,8	55,6	55,9
Ricavi pubblicitari verso terzi	1.762,2	1.791,6	375,7	368,0
Ricavi di Promoservice	15,3	17,1	4,5	3,2
Altri ricavi dell'attività televisiva	87,0	92,6	22,6	21,5
Sconti d'agenzia	(265,3)	(267,8)	(56,6)	(55,5)
Totale ricavi netti attività televisiva	1.599,2	1.633,5	346,2	337,2
Ricavi netti attività multimedia	27,3	26,2	8,8	8,2
Ricavi netti da attività non televisiva	41,9	36,5	11,8	10,5
Totale ricavi netti consolidati Italia	1.668,4	1.696,2	366,8	355,9
Ricavi 50% Gruppo Epsilon	-	35,9	-	-
Eliminazioni	-	(6,5)	-	-
Totale ricavi netti consolidati	1.668,4	1.725,6	366,8	355,9

Al 30 settembre 2002 la flessione dei ricavi netti consolidati ha risentito dell'andamento del complesso dei **ricavi televisivi** (- 34,3 milioni di euro) che riflette principalmente quello registrato nei primi sei mesi dell'anno, in presenza però, nel terzo trimestre, di una crescita pari a 9,0 milioni di euro.

In particolare:

- i **ricavi pubblicitari** sulle reti Mediaset nei confronti dei **clienti terzi** hanno raggiunto i 1.762,2 milioni di euro rispetto ai 1.791,6 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente (- 1,6%), evidenziando un andamento in controtendenza rispetto al mercato pubblicitario complessivo ed un miglioramento rispetto alla performance registrata nei primi sei mesi dell'anno (- 2,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

I *ricavi da vendita di spot* hanno registrato un decremento percentualmente inferiore, pari all'1,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, mentre i *ricavi da televendite, telepromozioni* e sponsorizzazioni sono diminuiti del 3,9% rispetto al 30 settembre 2001;

- i **ricavi di Promoservice** hanno registrato una diminuzione di 1,8 milioni di euro rispetto al 30 settembre 2001 dovuta principalmente all'attività di rivendita di pubblicità in cambio merce;
- gli **altri ricavi dell'attività televisiva** hanno registrato una lieve diminuzione pari a 5,6 milioni di euro dovuta ai minori investimenti pubblicitari effettuati nel periodo da alcune società appartenenti al Gruppo Fininvest.

Al 30 settembre 2002 i **ricavi netti** generati dalle **attività multimediali** hanno evidenziato un incremento pari a 1,1 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente derivante dal maggior fatturato generato dalle attività Internet di proprietà e da Mediavideo, in presenza di una diminuzione dei ricavi pubblicitari netti relativi ai portali terzi in concessione, essenzialmente dovuta alla rinuncia avvenuta nel corso del 2001, della concessione sui siti *Excite*.

I **ricavi da attività non televisiva** hanno registrato un incremento di 5,4 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, attribuibile all'attività di vendita pubblicità statica e di sponsorizzazioni sportive da parte di Publitalia '80.

Costi operativi

30/09/2002	691,2
30/09/2001	720,9
var. %	-4,1%

I costi operativi del Gruppo Mediaset hanno registrato al 30 settembre 2002 una riduzione di 29,7 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; escludendo l'effetto derivante dal consolidamento, nel primo semestre 2001, del Gruppo Epsilon si registra, in termini omogenei, un decremento pari a 5,3 milioni di euro (- 0,8%).

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

30/09/2002	228,7
30/09/2001	218,2
var. %	4,8%

Il costo del lavoro delle società del Gruppo Mediaset registra, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, un incremento pari a 10,5 milioni di euro; al netto dell'effetto derivante dal consolidamento, nel primo semestre 2001, del Gruppo Epsilon l'incremento risulta pari a 11,7 milioni di euro (+ 5,4%). Tale andamento riflette, in presenza di un lieve incremento stagionale dell'organico medio, gli effetti della politica retributiva e soprattutto l'impatto dei rinnovi contrattuali con effetto già a partire dalla seconda metà del 2001.

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 completa-

mento della struttura organizzativa della Società, avvenuta nel corso del secondo semestre 2001.

La seguente tabella riassume l'evoluzione degli organici nei diversi periodi considerati:

31/12/2001	Organico puntuale - inclusi "t.d.s."	30/09/2002	30/09/2001
295	Dirigenti	300	281
294	Giornalisti	309	301
616	Quadri	639	613
3.130	Impiegati	3.169	3.113
61	Operai	-	62
4.396	Totale	4.417	4.370

31/12/2001	Organico medio - inclusi "t.d.s."	30/09/2002	30/09/2001
279	Dirigenti	300	275
302	Giornalisti	300	303
614	Quadri	633	613
3.124	Impiegati	3.169	3.129
65	Operai	-	65
4.384	Totale	4.402	4.385

Rispetto al 31 dicembre 2001, l'organico puntuale complessivo, escludendo gli organici relativi al Gruppo Epsilon, registra un incremento di 21 unità.

Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi

30/09/2002	462,5
30/09/2001	502,7
var. %	-8,0%

Gli acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi hanno registrato al 30 settembre 2002 una diminuzione di 40,2 milioni di euro, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Escludendo l'effetto legato al consolidamento, nel primo semestre 2001, del Gruppo Epsilon, si registra una riduzione pari a 17,0 milioni di euro, corrispondente ad una variazione percentuale pari al - 3,5%.

Come risulta dai dati di seguito esposti, tale variazione è principalmente dovuta alla forte riduzione del complesso dei **costi televisivi**, pari a - 24,6 milioni di euro (- 5,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

(valori in milioni di euro)

	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2002	2001	2002	2001
Costi commerciali	61,9	62,6	18,2	16,0
Costi del palinsesto	283,4	305,5	63,6	76,5
Costi di emissione	24,7	21,7	7,9	7,0
Altri costi	43,0	47,8	14,3	15,7
Totale costi operativi televisivi	413,0	437,6	104,0	115,2
Costi operativi attività multimedia	19,1	17,8	4,9	6,1
Altri costi operativi non televisivi	30,4	24,1	9,8	8,2
Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi	462,5	479,5	118,7	129,5
Costi 50% Gruppo Epsilon	-	29,7	-	-
Eliminazioni	-	(6,5)	-	-
Totale acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi	462,5	502,7	118,7	129,5

L'andamento dei costi operativi televisivi riflette la decisa riduzione dei costi operativi del palinsesto pari a - 22,1 milioni di euro rispetto al 30 settembre 2001, corrispondente ad una riduzione percentuale del 7,2% in linea con gli obiettivi di efficienza legati alla realizzazione del prodotto televisivo, previsti per l'anno in corso.

Per effetto della forte diminuzione di tali costi, anche il complesso dei costi televisivi, inclusivi 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 in esame un incremento contenuto al 3,2% in riduzione rispetto all'andamento registrato nei primi sei mesi del 2002. Tale variazione, principalmente dovuta alla componente rappresentata dagli ammortamenti dei diritti televisivi, evidenzia un andamento comunque in linea con il programmato progetto di contenimento dei costi del prodotto televisivo su base annua.

I maggiori **costi** operativi generati dalle attività **multimedia** (+ 1,3 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) sono principalmente dovuti alle attività Internet di proprietà, in relazione ai maggiori costi di sviluppo di nuovi siti ed al costo di sezioni (tra cui *Tgcom*, *Tgfin* e *Passaparola*) non presenti nei primi mesi del 2001. Nel terzo trimestre 2002 tali costi risultano comunque inferiori rispetto a quelli registrati nello stesso periodo dell'anno precedente.

Gli **altri costi non televisivi** registrano un incremento rispetto al 30 settembre 2001 pari a 6,3 milioni di euro, dovuti alle rispettive crescite dei ricavi, soprattutto di quelli relativi alla vendita di pubblicità statica e cartellonistica sportiva.

Margine Operativo Lordo

30/09/2002	977,2
30/09/2001	1.004,7
var. %	-2,7%

Il margine operativo lordo registra, nel complesso dei nove mesi, una riduzione di 27,5 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. L'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati, su basi omogenee, presenta una lieve contrazione rispetto a quella conseguita nello stesso periodo dell'anno precedente (58,6% vs. 58,9%).

Si segnala che, per effetto del più favorevole andamento di ricavi e costi operativi, nel terzo trimestre il margine operativo lordo è risultato superiore rispetto a quello dello stesso periodo dell'anno precedente (+ 19,0 milioni di euro).

Risultato Operativo

30/09/2002	412,2
30/09/2001	491,2
var. %	-16,1%

Il risultato operativo registra su basi omogenee, nei primi nove mesi del 2002, una riduzione pari a - 78,0 milioni di euro e recepisce, in rapporto allo stesso periodo dell'anno precedente, una variazione positiva registrata nel terzo trimestre (+ 8,3 milioni di euro). Tale variazione va posta in relazione, oltre che ai minori ricavi relativi alla raccolta pubblicitaria sulle reti Mediaset, all'andamento complessivo di **ammortamenti e svalutazioni** che passano da 513,5 milioni di euro nel 2001 a 565,0 milioni di euro nel 2002. L'incremento di tale voce (+ 55,5 milioni di euro al netto dell'effetto, nei primi sei mesi 2001, del consolidamento del 50% del Gruppo Epsilon) è principalmente imputabile ai maggiori ammortamenti generati dall'area televisiva (+ 53,9 milioni di euro), quasi interamente dovuti alla componente rappresentata dai diritti televisivi. Quest'ultima variazione riflette il crescente andamento degli investimenti degli ultimi anni ed include la componente

degli ammortamenti, contenuta nel 2001, relativa agli investimenti strategici in fiction seriali autoprodotte avviate dalla fine del 2000. L'incidenza percentuale del risultato operativo sui ricavi netti consolidati risulta pari al 24,7% rispetto al 28,5% nello stesso periodo dell'anno precedente. Si segnala tuttavia che, su base annua, si prevede una redditività operativa maggiormente allineata a quella conseguita nello scorso esercizio, in virtù dei risultati attesi nell'ultima parte dell'anno che, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, continueranno a beneficiare maggiormente degli effetti indotti dall'azione di contenimento dei costi e di una prevedibile crescita dei ricavi pubblicitari.

(Oneri)/Proventi finanziari

30/09/2002	(23,1)
30/09/2001	(24,5)
var. ml./euro	1,4

Tale voce al 30 settembre 2002 evidenzia un miglioramento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente in presenza di maggiori oneri netti su cambi per – 7,4 milioni di euro (in gran parte non realizzati e scaturiti dalla valutazione puntuale di mercato delle coperture di rischio cambio in essere al 30 settembre 2002) e di minori oneri da valutazione delle azioni proprie in portafoglio (al 30 settembre 2002 pari a n. 5.650.001, di cui 3.130.000 destinate ai Piani di Stock Option approvati) per 7,2 milioni di euro.

(Oneri)/Proventi da partecipazioni

30/09/2002	(56,8)
30/09/2001	(55,8)
var. ml./euro	(1,0)

Tale voce riflette l'effetto economico relativo alle partecipazioni consolidate con il metodo del patrimonio netto: Albacom S.p.A. (partecipata al 19,5%), Publiespana S.A. e Gestevision Telecinco S.A. (partecipate al 40%), Fascino P.G.T. S.r.l., Titanus Elios S.p.A. (entrambe partecipate al 30%) e dal terzo trimestre 2002 la partecipazione del 50% in Press Tv S.p.A.

In tale voce vengono inoltre incluse le svalutazioni effettuate, in presenza di perdite ritenute durevoli, delle partecipazioni iscritte al costo. Il saldo negativo di tale voce (che al 30 settembre 2001 includeva la svalutazione di 39,3 milioni di euro relativi alla partecipazione del 9% detenuta in Blu S.p.A.) è principalmente determinato, per 31,9 milioni di euro, dall'effetto economico generato nel periodo dalla svalutazione integrale della partecipazione del 2,28% detenuta in Kirch Media effettuata al 30 giugno 2002 al fine di riflettere, in relazione alla procedura fallimentare attualmente in corso, la prevedibile irrecuperabilità dell'investimento effettuato, in tale partecipazione (203,8 milioni di euro). A fronte di tale partecipazione al 31 dicembre 2001 era già stato stanziato un fondo rischi pari a 171,9 milioni di euro. Il saldo di tale voce, al 30 settembre 2002, include inoltre, principalmente, un onere netto di 2,5 milioni di euro relativo alle società appartenenti al Gruppo Telecinco (12,6 milioni di euro espressivi della quota di risultato di periodo e 15,1 milioni di euro relativi alla quota di ammortamento degli avviamenti) ed un onere netto di 18,1 milioni di euro relativo ad Alba-

com (16,5 milioni di euro espressivi della quota di risultato di periodo e 1,6 milioni di euro relativi alla quota di ammortamento dell'avviamento).

Risultato pre-imposte

30/09/2002	331,8
30/09/2001	436,7
var. %	-24,0%

La diminuzione del risultato pre-imposte di periodo, rispetto al 30 settembre 2001, pari a 104,9 milioni di euro è imputabile, oltre al minor risultato operativo, unicamente alla contabilizzazione nel terzo trimestre 2001 della componente straordinaria positiva (pari a 26,3 milioni di euro) generata dall'operazione di conversione dell'investimento nella joint venture Epsilon nella partecipazione del 2,28% di Kirch Media.

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 viene esposta la sintesi patrimoniale ed il cash flow del Gruppo Mediaset:

(valori in milioni di euro)

31/12/2001	Sintesi Patrimoniale	30/09/2002	30/06/2002
1.881,8	Diritti televisivi	1.783,7	1.848,6
430,1	Altre immobilizzazioni immateriali e materiali	467,5	459,3
687,6	Partecipazioni e altre immobilizzazioni finanziarie	480,7	471,1
(304,0)	Capitale circolante netto e altre attività/passività	(165,2)	37,4
(93,1)	Fondo trattamento di fine rapporto	(98,8)	(96,6)
2.602,4	Capitale investito netto	2.467,9	2.719,8
(247,8)	Posizione finanziaria netta	(29,2)	(256,0)
2.354,6	Patrimonio netto di Gruppo e di terzi	2.438,7	2.463,8
31/12/2001	Fonti e Impieghi	30/09/2002	30/06/2002
1.162,3	Flusso di cassa operativo	941,4	775,5
(1.279,1)	Totale investimenti di cui:	(477,9)	(348,1)
(776,0)	investimenti in diritti televisivi	(401,3)	(310,1)
(392,6)	investimenti partecipativi	(25,3)	(0,1)
(45,0)	investimenti in altre immobilizzazioni immateriali	(11,8)	(8,0)
(65,5)	investimenti in immobilizzazioni materiali	(39,5)	(29,9)
-	Aumenti di capitale	-	-
(283,2)	Dividendi distribuiti	(247,8)	(247,8)
(180,8)	Altre variazioni monetarie	2,9	(187,8)
207,7	Variazione campo di consolidamento	-	-
(373,1)	Flusso di cassa netto	218,6	(8,2)

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

Capitale investito netto

30/09/2002	2.467,9
31/12/2001	2.602,4
var. ml./euro	(134,5)

La componente più rilevante del capitale investito del Gruppo Mediaset è rappresentata dalla voce **diritti televisivi** che mostra un decremento di 98,1 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2001. Tale variazione è dovuta ad una maggior quota di ammortamenti rispetto agli investimenti contabilizzati nel periodo; questi ultimi risultano inferiori rispetto a quelli effettuati nello stesso periodo dell'anno precedente, in linea con l'obiettivo di contenimento degli investimenti previsto per il 2002.

Le **altre immobilizzazioni immateriali e materiali** mostrano invece un incremento pari a 37,4 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2001 principalmente riconducibile all'incremento delle immobilizzazioni in corso e ad anticipi relativi ai diritti e alle fiction autoprodotte.

Le **partecipazioni e immobilizzazioni finanziarie** registrano una diminuzione pari a 206,9 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2001 principalmente dovuta all'azzeramento operato al 30 giugno 2002 del valore di carico della partecipazione detenuta in Kirch Media per complessivi 203,8 milioni di euro; a fronte della quale, al 31 dicembre 2001,

era stato già stanziato un fondo rischi per un importo pari a 171,9 milioni di euro. Nel corso del terzo trimestre la voce si è incrementata per 24,4 milioni di euro per effetto della conversione a capitale dei finanziamenti precedentemente versati alla partecipata Albacom S.p.A.

Il saldo di **capitale circolante netto e altre attività e passività** passa da - 304,0 milioni di euro al 31 dicembre 2001 a - 165,2 milioni di euro al 30 settembre 2002 con una variazione positiva di 138,8 milioni di euro. Tale variazione è principalmente imputabile alla riduzione dei debiti commerciali prevalentemente relativi al pagamento della tranche contrattualmente dovuta nel periodo a fronte del debito pluriennale relativo ai diritti della Champions League. Altre significative variazioni sono da porre in relazione a:

- - 105,9 milioni di euro a fronte dell'incasso del credito contabilizzato al 31 dicembre 2001, relativo alla cessione della quota di partecipazione in Blu S.p.A.;
- + 171,9 milioni di euro relativi all'utilizzo del fondo rischi stanziato al 31 dicembre 2001 a fronte della partecipazione in Kirch Media, utilizzo effettuato in relazione alla svalutazione integrale di tale partecipazione, operata al 30 giugno 2002.

Patrimonio netto di Gruppo e di terzi

30/09/2002	2.438,7
31/12/2001	2.354,6
var. ml./euro	84,1

L'incremento del patrimonio netto rispetto al 31 dicembre 2001 è imputabile al risultato lordo dei nove mesi 2002, al netto del prelievo per la distribuzione dei dividendi (pari a 247,8 milioni di euro).

Posizione finanziaria netta

30/09/2002	(29,2)
31/12/2001	(247,8)
var. ml./euro	218,6

Il miglioramento della posizione finanziaria netta al 30 settembre 2002 rispetto a quella del 31 dicembre 2001 va posto in relazione al positivo flusso di cassa generato dalla gestione caratteristica ed all'incasso del credito vantato nei confronti di British Telecom al 31 dicembre 2001 a cui si sono contrapposte le uscite di cassa correlate al finanziamento di Albacom S.p.A. e quelle stagionali relative al pagamento di imposte ed alla distribuzione dei dividendi.

Di seguito viene riprodotto il dettaglio della posizione finanziaria netta:

(valori in milioni di euro)

31/12/2001		30/09/2002	30/06/2002
101,0	Disponibilità liquide	334,0	273,1
215,5	Titoli e attività finanziarie non immobilizzate	190,7	174,9
316,5	Totale attività finanziarie	524,7	448,0
(553,0)	Debiti verso banche	(549,2)	(698,8)
	Debiti verso altri finanziatori:		
-	Società di factoring		-
(5,5)	Società di leasing	(4,7)	(5,2)
(5,8)	Altri		-
(564,3)	Totale passività finanziarie	(553,9)	(704,0)
(247,8)	Posizione finanziaria netta	(29,2)	(256,0)

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)

	Progressivo al 30 Settembre		Terzo Trimestre	
	2002	2001	2002	2001
Ricavi pubblicitari vs. terzi	1.762,2	1.791,6	375,7	368,0
Ricavi pubblicitari vs. Gruppo Fininvest e Gruppo Mediolanum	24,1	29,5	6,1	8,2
Ricavi pubblicitari vs. Promoservice	3,8	4,3	1,2	0,8
Ricavi pubblicitari vs. altre società del Gruppo Mediaset	0,4	0,2	0,3	-
Ricavi pubblicitari televisivi Publitalia '80 S.p.A.	1.790,5	1.825,6	383,3	377,0

La raccolta pubblicitaria sulle reti Mediaset evidenzia nei nove mesi dell'anno 2002 una flessione contenuta (- 1,9%) da valutarsi anche in rapporto all'andamento ancora positivo (+ 3,1%) conseguito da Publitalia '80 nello stesso periodo dell'anno precedente rispetto al 2000.

Tale andamento risulta tra l'altro in linea con gli obiettivi di periodo evidenziando nel terzo trimestre 2002 un incremento pari al + 1,7% che conferma per Publitalia '80, in controtendenza rispetto al mercato, il trend di crescita della raccolta pubblicitaria già avviato dal mese di giugno 2002.

Broadcasting e contenuti:

Al termine del terzo trimestre 2002 le reti Mediaset grazie ai risultati estremamente positivi ottenuti nel corso del primo semestre nel periodo di garanzia e nel corso del terzo trimestre, con Canale 5 rete leader in Prime Time, assorbono la presenza dei Campionati Mondiali di Calcio trasmessi nel mese di giugno 2002 dalle reti Rai registrando una quota d'ascolto nelle 24 ore sostanzialmente allineata a quella dello stesso periodo del 2001.

Nello stesso periodo si registra invece una flessione della quota d'ascolto delle reti Rai, nonostante le performance del mese di giugno 2002 in concomitanza con i Campionati Mondiali di Calcio e di La 7, a beneficio dell'insieme delle altre emittenti, in virtù dell'acquisizione da parte di queste ultime dei diritti di alcuni programmi di qualità e di alcuni eventi sportivi.

Totale giornata	gen./sett. 2002	gen./sett. 2001	Diff. vs. 2001
Reti Mediaset	43,0%	43,3%	-0,3%
Reti Rai	46,5%	47,0%	-0,5%
Rete La 7	1,7%	2,1%	-0,4%
Altre	8,8%	7,6%	1,2%
Totale	100,0%	100,0%	

In particolare, se le nostre reti sono riuscite a compensare un Day Time inferiore allo scorso anno di 0,7 punti (calo legato ai Mondiali) con un Prime Time in forte aumento (+ 1,0), Rai che ha visto definitivamente svanire il lieve vantaggio acquisito durante il periodo dei Mondiali, deve sommare due risultati negativi: il - 0,3 ed il - 2,0 registrati rispettivamente in Day Time e in Prime Time.

Da segnalare il 23,5% ottenuto da Canale 5 in prima serata che la riconferma prima rete davanti a Rai I stabile al 22,6% e l'ottima performance di Italia 1, cresciuta sensibilmente sia in Day Time (+ 0,8) che in Prime Time (+ 1,1).

A seguire viene presentata più in dettaglio la situazione degli ascolti di ciascuna delle reti Mediaset.



Canale 5 giunge alla fine del terzo trimestre 2002 con una media del totale giornata inferiore a quella dell'omologo 2001 (22,5% vs 23,3%): questo risultato è il frutto di un Prime Time pressoché stabile (- 0,1) e di un Day Time (-1,0) che, dall'inizio dell'anno, ha ceduto ascolti a Italia 1 in vista di un maggior equilibrio con la stessa, senza per questo, rinunciare ai punti saldi del suo palinsesto.

Positivo il confronto tra le due ammiraglie Mediaset - Rai che decreta la leadership di Canale 5 sia in Prime Time (23,5% vs 22,6%), che sul target 15-64 anni sul quale raggiunge, nelle 24 ore, una quota d'ascolto pari al 24,1% con uno scarto di quasi due punti e mezzo rispetto a Rai 1.

Come indica la seguente tabella, l'aumento degli ascolti si distribuisce uniformemente in tutto l'arco della giornata:

Canale 5 - Totale ascolti	gen./sett. 2002	gen./sett. 2001	Diff. vs. 2001
Totale giornata	22,5%	23,3%	-0,8%
Prime Time	23,5%	23,6%	-0,1%
Day Time	22,2%	23,2%	-1,0%

In particolare, in **Day Time**:

- proseguono con grande successo gli intrighi, i tradimenti ed i colpi di scena di *Vivere*, *Beautiful* e *Cento Vetrine*, la triade ormai consolidata che copre la fascia di pranzo. Le tre soap arrivano alla fine del terzo trimestre 2002 rispettivamente con una media del 20,8%, 31,6% e 28,8% e con oltre il 40% sulle donne tra i 20 e i 24 anni;
- a seguire *Uomini e Donne* ritorna, dalla metà di settembre 2002, con un 27% medio e rinnova la sua vittoria contro il competitor di Rai 2 *Al posto tuo* (17,6%) imponendosi come prima scelta per il pubblico femminile (30% vs 19,1%). Durante la pausa estiva positivi anche i riscontri ottenuti dal telefilm *Giudice Amy* (che nella collocazione delle 14:45 si aggiudica il 23,8%) e dai TV movie del ciclo *Tante Storie* (24,2% sugli individui e 30,2% sulle donne);
- l'approdo su Canale 5 di *Saranno Famosi*, la scuola di aspiranti attori, ballerini e cantanti conquista, nelle prime due settimane di programmazione, il 18,8% nel montaggio infrasettimanale e il 25,8% nelle puntate del sabato;
- nel tardo pomeriggio *Verissimo*, il rotocalco con tutti i colori della cronaca, si riconferma il programma preferito dalle 25-34enni sulle quali supera il 40% di share;
- si conferma vincente il contenitore domenicale guidato da Maurizio Costanzo: la prima puntata di *Buona Domenica*, in onda il 22 settembre 2002, prevale su *Domenica In* (25,5% vs 20,8%);

- inarrestabile la crescita del *TG5*: con il 29,2% realizzato dall'inizio dell'anno alla fine di settembre 2002, l'edizione serale stabilisce un nuovo record che le consente di mettere a segno il risultato più alto degli ultimi 4 anni e di confermare il trend in crescita; l'edizione meridiana si attesta invece su un buon 24,9%.

In **Prime Time**:

- formidabile *Striscia la Notizia*, dopo aver chiuso il semestre al 31,4% medio, inaugura, il 23 settembre 2002, la sua quindicesima edizione con una puntata da record producendo un ascolto di 13 milioni e 800 mila individui per una quota del 47,6%, un dato che pone il programma al secondo posto, dopo la finale della prima edizione di *Grande Fratello*, nella classifica dei varietà più visti negli ultimi cinque anni. Positivo anche il bilancio di *Veline* che termina al 25,9% e che, nella finale del 19 settembre 2002, ha totalizzato il 37,8% con oltre 10 milioni di telespettatori;
- i 35 lunedì in compagnia dei *Filmissimi* hanno procurato alla rete un ottimo 24,2% confermando, ancora una volta, la sua vittoria contro *Lunedifilm* di Rai I che non è riuscita a superare il 21,1%. Tra i numerosi titoli vale la pena di ricordare: *Entrapment* (34,3%), *Out of Sight* (29,3%) *Nemiche Amiche* e *Se scappi ti sposo* (entrambi 28,8%), *Vi presento Joe Black* (28,3%). Degno di nota anche l'esito del ciclo *Julia Whoopy le stelle dell'estate*, una rassegna dei film più belli e significativi interpretati da Julia Roberts e Whoopy Goldberg, trasmessi alcuni mercoledì/venerdì tra fine luglio e fine settembre 2002, che ha sfiorato il 22%;
- la fiction, elemento distintivo e caratterizzante di Canale 5, è stata molto apprezzata dal pubblico che ha sicuramente colto sia la qualità dei prodotti, tutti realizzati con cast di altissimo livello, sia la varietà dei temi narrati (dai fatti di cronaca alle biografie religiose, dai polizieschi fino ai romanzi d'autore). Ottimi risultati sono stati conseguiti infatti sia dalla serialità breve - sceneggiati in una/due puntate come *Il Sequestro Soffiantini* (29,3%), *Francesca e Nunziata* (29%), *S. Antonio di Padova* (28,3%) e *Incompreso* (26,1%) sia da quella più lunga come *Carabinieri* (24,1%) o *Per Amore* (25%). Molto buone le partenze autunnali: nei primi due martedì di programmazione *Distretto di Polizia 3* ha ottenuto il 29,8%, la seconda serie de *Il bello delle donne*, ricominciata il 26 settembre 2002, il 26,9%;
- ottimo anche il contributo delle produzioni: il venerdì all'insegna della risata con *Maramao* (29,4%) e *Scherzi a Parte* (32%); il sabato i sentimenti messi in gioco da *C'è posta per te* (29,2%) e la verve de *La Corrida* (27,3%); infine, la sfida domenicale di *Chi vuol essere Milionario* (24,6%). Durante il periodo estivo anche la decima edizione di *La sai l'ultima?*, l'ormai celebre gara tra barzellettieri, si aggiudica un buon 22,5%;
- per finire, ottimi ascolti sono stati raggiunti dagli appuntamenti stagionali che Canale 5 rinnova di anno in anno con i suoi telespettatori. Tra i tanti ricordiamo: a febbraio il *Galà della Pubblicità* (24,6%), a maggio il *Gran Premio Internazionale della TV* (40,4%), nel periodo estivo le sfilate di moda *Modamare* (22,3%) e *Donna sotto le stelle* (23,9%).



Italia 1

Brillante il risultato ottenuto da Italia 1 nei primi nove mesi del 2002. Grazie ad un ottimo mix di prodotti nuovi e di programmi cult, la rete è cresciuta in modo cospicuo in tutte le fasce orarie rispetto allo stesso periodo del 2001.

Nelle 24 ore, i bambini dai 4 ai 14 anni ed i 15-19enni continuano a porla in cima alla classifica delle loro preferenze (rispettivamente 26,8% e 24,1%); nella fascia di gradimento dei 15-34 anni Italia 1 è al terzo posto dopo Canale 5 e Rai I.

Italia I - Totale ascolti	gen./sett. 2002	gen./sett. 2001	Diff. vs. 2001
Totale giornata	11,4%	10,5%	0,9%
Prime Time	12,1%	11,0%	1,1%
Day Time	11,2%	10,4%	0,8%

Nel dettaglio, in **Day Time**:

- nella programmazione del mattino, da inizio gennaio a fine maggio 2002, spicca il telefilm *Mac Gyver* che, tra le 10:30 e le 11:30, realizza un buon 14,8% sfiorando il 50% nella fascia dai 15 ai 19 anni; durante il periodo estivo invece, la rete riorganizza il suo palinsesto e si rivolge ai più piccoli con una straordinario assortimento di telefilm e cartoni animati; nella fascia oraria compresa tra le 8:30 e le 11:00, la quota dei bambini 4 – 14 sintonizzati su Italia I è sempre superiore al 40%;
- tra i numerosi titoli citiamo: *Sinbad* (18,8%), *The Real Ghostbusters* (18,0%), *Vita da streghe* (16,3%), *Mowgli, il libro della giungla* (16%);
- ottimi anche i risultati dei cartoni che Italia I ha proposto il pomeriggio: nella fascia 16:20-16:45 *Lady Oscar* (da metà maggio al 4 luglio 2002) e in seguito *Kiss Me Licia* (dal 5 luglio a fine agosto 2002), hanno realizzato, rispettivamente, il 14,5% e il 18% con ascolti eccezionali sulle donne 15 -34enni (27,7% e 32,9%); in settembre 2002 *Always Pokemon* si aggiudica il 16,3%, *Ma che magie Doremi* il 16,6% e *Hamtaro*, il piccolo criceto appena giunto dal Giappone, il 17,5% (con oltre il 60% sul target 4-14 anni in tutti e tre i casi);
- piacciono a grandi e piccini i telefilm e le sitcom: nel pomeriggio, durante l'estate gli studenti di *Sweet Valley High* e di *Beverly Hills 90210* conquistano rispettivamente il 26,3% e il 30,2% dei giovani tra i 15 e i 34 anni, a settembre *Sabrina vita da strega* ottiene il 46,5% sui bambini; in preserale *La Tata e Dharma e Greg* – programmati dal 17 giugno al 4 settembre 2002 nella fascia 19:00-20:00 – realizzano il 28% e il 24,5% sui bambini e il 30,6% e il 26,2% sui 15-34enni;
- per quanto riguarda le produzioni, dopo lo straordinario successo di *Saranno Famosi* del primo semestre (14,3% nella striscia pomeridiana dal lunedì al venerdì e 25,5% nello speciale del sabato), Italia I propone *Operazione Trionfo*. Nella striscia delle 14:30 il programma ha ottenuto, nel mese di settembre 2002, il 10,3% trovando consenso soprattutto tra i 15-19enni sui quali arriva al 26,9%. Trend positivo per *Sarabanda* che chiude il terzo trimestre 2002 al 13,4% medio con un incremento di 2,1 punti rispetto all'omologo 2001;
- in crescita anche *Studio Aperto*: il telegiornale di Italia I cresce sia nell'edizione delle 12:25, che giunge alla fine dei primi nove mesi del 2002 con una media complessiva del 16% vs il 14,8% dello stesso periodo del 2001, sia in quella delle 18:30 che, nel settembre di quest'anno, guadagna quasi due punti (14,0% vs 12,1%) sulla media del settembre 2001 (già molto elevata a causa dello sconvolgimento internazionale provocato dalla tragedia delle Twin Towers);
- in seconda serata, la spregiudicatezza di *Zelig* e *Le Iene* si confermano ingredienti di successo: nel primo semestre i due programmi procurano alla rete rispettivamente il 18,6% e il 15,7%. *Le Iene*, si presenta poi invariato nella formula e nella conduzione, il 26 settembre 2002, inaugurando la nuova edizione con un ottimo 18,3%. Molto apprezzate le serate a tema dei cicli estivi: *Notte Horror* del mercoledì si aggiudica il 13%, i quattro venerdì di *Vacanze e risate* il 15,4%. Buoni i riscontri delle produzioni sportive: *Contro Campo* e *Pressing Champions League* totalizzano, nel mese di settembre 2002, rispettivamente il 18,4% e il 21,3%.

In Prime Time:

- prezioso il contributo delle pellicole cinematografiche. Tra i numerosi titoli spiccano: *Trappola sulle montagne rocciose* (16,2%), *Indiana Jones e il tempio maledetto* (15,4%), *Scuola di polizia 3* (15,2%) e ancora *The Peacemaker*, *Mowgli il libro della giungla*, *I predatori dell'arca perduta*, *Il mondo perduto di Jurassic Park*, *Selvaggi* e *Tutti gli uomini del deficiente*, tutti superiori al 14%;
- tra le produzioni, dopo l'exploit di *Saranno Famosi*, che in primavera ha realizzato un ottimo 18,4%, hanno incontrato il favore del pubblico il *Festivalbar*, l'ormai consueta passerella estiva della musica leggera italiana e non (14,1% il dato complessivo dal galà del 27 maggio alla finale del 12 settembre 2002) e le partenze di *Operazione Trionfo*, che ha debuttato il 4 settembre 2002 al 13,7%, e del consolidato abbinamento domenicale *Gialappa's+Iene* che, il 22 settembre 2002, ha ottenuto il 12,5% con *Aspettando mai dire domenica* e *Le Iene Show*;
- per quanto riguarda lo sport, oltre al 18,5% totalizzato dalle nove partite di *Champions League*, vanno segnalati il 17,5% dell'amichevole Milan-Inter disputata il primo settembre 2002 allo stadio Meazza di S. Siro e il 14,7% dell'incontro di pugilato che ha visto L. Lewis e M. Tyson contendersi il titolo mondiale dei pesi massimi;
- infine, merita una citazione *CSI: scena del crimine* il nuovo telefilm in onda il venerdì sera che, reduce da un enorme successo negli Stati Uniti sta ottenendo riscontri molto positivi anche in Italia; le prime tre serate di programmazione hanno infatti raggiunto una share del 13,6% pari a quasi 3 milioni e mezzo di individui.



Retequattro

La media complessiva del totale giornata di Retequattro dall'inizio dell'anno alla fine di settembre 2002 è leggermente inferiore a quello dello stesso periodo del 2001: a determinare questa flessione sono stati un Prime Time invariato associato ad un Day Time che si è invece indebolito di mezzo punto.

Si conferma costante e durevole nel tempo il rapporto della rete con il pubblico femminile e adulto: nelle 24 ore la quota d'ascolto delle donne sfiora il 10%, quella dei maggiori di 55 anni supera il 12%.

Retequattro - Totale ascolti	gen./sett. 2002	gen./sett. 2001	Diff. vs. 2001
Totale giornata	9,1%	9,5%	-0,4%
Prime Time	8,2%	8,2%	0,0%
Day Time	9,3%	9,8%	-0,5%

Nel dettaglio, in Day Time:

- trend in crescita per le soap e le telenovelas: *Innamorata*, *Febbre d'amore* e *Sentieri* riportano, nel mese di settembre 2002, una media superiore di quella ottenuta all'inizio dell'anno;
- per le produzioni, *Forum*, sebbene la ripresa autunnale lo colga in diminuzione rispetto al risultato ottenuto nel primo semestre (15,7% vs. 18,1%), continua a rappresentare una colonna portante all'interno del palinsesto mantenendosi nettamente al di sopra della media di rete. Buono l'appuntamento estivo con *Fornelli d'Italia* che ha leggermente incrementato i propri ascolti rispetto allo scorso anno (15,6% vs. 15,4%). Nel weekend migliorano *Il trucco c'è* (14,4% vs. 14% dello stesso periodo 2001), *Melaverde* e *La Domenica del villaggio* entrambe, nella nuova edizione partita a settembre 2002, superiori al dato complessivo del primo semestre (rispettivamente + 2,0 e + 0,6 punti di share). Infine, da segnalare l'ottimo debutto di *Ieri e oggi in TV* (11,5% la media delle prime due

puntate), il programma che ogni sabato alle 18:00 racconta, attraverso spezzoni di show di Canale 5, Italia 1 e Retequattro, 20 anni di TV commerciale italiana;

- molto buoni i risultati dell'informazione: il TG4 delle 18:55 prosegue il suo trend crescente e, dopo l'8,9% di gennaio 2002 ed il 9,1% della chiusura del primo semestre, giunge, alla fine di settembre 2002, con una media complessiva del 9,4%;
- in seconda serata formidabile la quota d'ascolto ottenuta dalle due puntate di *Pressing Champions League* trasmesse mercoledì 18 e 25 settembre 2002: il programma di Massimo De Luca, che ha analizzato, commentato e fornito un'ampia sintesi delle partite relative alla prima fase del torneo, ha sfiorato il 17% medio attirando oltre il 23% del pubblico maschile.

In Prime Time:

- i film (125 le serate ad essi dedicati) crescono di 0,2 punti rispetto allo stesso periodo 2001 (8,3% vs 8,1%). Tra i numerosissimi titoli meritano una citazione: *Robinson Crusoe* (13,7%), *Ancora 48 ore* (13,1%), *Il ragazzo di campagna*, *Fino a prova contraria*, *Omicidio nel vuoto* e *L'ultima carovana*, tutti al di sopra del 12%;
- per quanto riguarda le produzioni, si riscontra un particolare apprezzamento per quelle di carattere musicale: *Viva Napoli*, dopo il 10,9% di febbraio 2002, supera se stesso nelle repliche estive realizzando l'11,6%; *Ballo Amore* e *Fantasia, il viaggio negli anni '60-'70* si aggiudica il 10%;
- infine, anche in prima serata si rivela preziosissimo il contributo del calcio: le tre partite di *Coppa Uefa* guadagnano il 12,3%, *il Campionato Europeo Under 21* sfiora il 15% e la *Champions League*, che nei sei martedì compresi tra marzo e aprile 2002 aveva raggiunto una media del 9,8%, il 14 agosto 2002, in occasione della sfida Milan - Slovan Liberec, procura alla rete un magnifico 16,4%.

Televisione commerciale Estero

Gruppo Telecinco

Sulla base dei dati attualmente disponibili, gli investimenti pubblicitari riservati al mezzo televisivo in Spagna hanno registrato nel corso del terzo trimestre 2002 un incremento pari all'1,8% rispetto allo stesso periodo del 2001, confermando la fase di decisa e progressiva ripresa degli investimenti già manifestatasi nel corso del secondo trimestre 2002 ed in linea con un andamento più sostenuto previsto per la seconda parte dell'anno. In virtù di tale andamento la raccolta pubblicitaria dei primi nove mesi del 2002 evidenzia una flessione contenuta al 2,3% rispetto all'omologo periodo dell'anno precedente, attestandosi a circa 1.404 milioni di euro.

Anche l'andamento della raccolta pubblicitaria lorda di Publiespana per Telecinco che aveva già evidenziato, a partire dal secondo trimestre, un progressivo miglioramento, ha registrato nel terzo trimestre un incremento dell'1,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, conseguendo in particolare nel mese di settembre una crescita pari al 2,1%. Nei nove mesi del 2002 la raccolta pubblicitaria di Publiespana, pari a 379,9 milioni di euro, registra comunque una flessione del 7,1% rispetto allo stesso periodo del 2001 che risente soprattutto degli andamenti negativi registrati nel corso del primo trimestre. Telecinco si conferma, comunque anche al termine dei nove mesi del 2002, leader nel mercato pubblicitario televisivo nazionale spagnolo.

Anche sul fronte degli ascolti, Telecinco sta registrando un progressivo recupero rispetto alla prima parte dell'anno grazie agli ottimi risultati di alcune importanti produzioni, tra cui la terza edizione di *Grande Fratello* trasmessa nel corso della primavera che ha ottenuto punte di share superiori al 45%. L'andamento

complessivo dei nove mesi risulta però, fortemente penalizzato dal calo di ascolti subito nella prima parte dell'anno a causa della strategia editoriale estremamente aggressiva dell'emittente pubblica.

Nel corso dei nove mesi del 2002 Telecinco ha ottenuto infatti una quota d'ascolto sull'intera giornata pari al 19,7% con una diminuzione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente pari a 1,7 punti share; sia il principale concorrente privato, Antena 3 (che nel mese di giugno ha trasmesso gli incontri della nazionale di calcio spagnola ai Campionati Mondiali), sia TVE-I hanno invece registrato un lieve incremento degli ascolti attestandosi rispettivamente al 20,6% (20,5% al 30 settembre 2001) ed al 24,8% (24,5% al 30 settembre 2001). Telecinco mantiene, comunque, la leadership degli ascolti sul target commerciale con una quota d'ascolto pari al 22,9%.

I risultati economici conseguiti dal Gruppo Telecinco nel corso dei primi nove mesi del 2002 risentono ancora dell'andamento sfavorevole della raccolta pubblicitaria concentrato soprattutto nella prima parte dell'anno. In particolare i ricavi netti consolidati, che nel periodo si sono attestati a 367,9 milioni di euro, registrano una riduzione pari a 25,7 milioni di euro, corrispondente ad una variazione percentuale del - 6,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; il risultato operativo di periodo risulta pari a 57,5 milioni di euro, rispetto ai 118,2 milioni di euro del 2001, registrando una redditività operativa pari al 15,6%. A tale risultato contribuiscono anche i maggiori costi del palinsesto che riflettono lo sforzo produttivo volto a contrastare la strategia editoriale dei principali competitors. Il risultato netto del periodo risulta pari a 31,5 milioni di euro, evidenziando una diminuzione di 41,5 milioni di euro rispetto al 30 settembre 2001. Nonostante il terzo trimestre risenta storicamente della bassa stagionalità che caratterizza il business televisivo nel periodo estivo, il Gruppo Telecinco ha fatto registrare nel periodo una crescita dei ricavi netti pari all'1% ed un risultato operativo sostanzialmente in linea rispetto al terzo trimestre 2001.

Le indicazioni attualmente disponibili confermano una decisa ripresa del fatturato pubblicitario di Telecinco che nel corso del mese di ottobre ha registrato un incremento pari all'11% rispetto allo stesso mese del 2001, risultato che riduce la flessione della raccolta pubblicitario dall'inizio dell'anno al - 4,9% rispetto ai primi dieci mesi del 2001. Il più favorevole andamento del fatturato pubblicitario si accompagna ad un progressivo e sostenuto miglioramento dei risultati d'ascolto ottenuti in virtù dell'avvio a partire dalla metà del mese di settembre del nuovo palinsesto autunnale, realizzando ottimi risultati nella fascia di Prime Time e ottenendo nel mese di ottobre una quota d'ascolto sull'intera giornata pari al 21,8%.

La valutazione con il metodo del patrimonio netto della partecipazione del 40% complessivamente detenuta in Telecinco e Publiespana dal Gruppo Mediaset, includendo la quota di ammortamento dell'avviamento (pari nel periodo a 15,1 milioni di euro), ha comportato per il Gruppo Mediaset al 30 settembre 2002 un onere netto di periodo pari a 2,5 milioni di euro.

Attività multimedia e telecomunicazioni

Attività multimedia

Le attività multimedia del Gruppo Mediaset sono 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) e le attività editoriali gestite in joint venture con Mondadori da Press Tv società costituita lo scorso 8 luglio 2002. 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 30 settembre 2002 il numero complessivo di abbonati ai canali satellitari di Mediadigit è pari a 1.661.700, di cui 825.000 abbonati relativi ai tre canali distribuiti su piattaforma Stream e 836.700 abbonati relativi al pacchetto Basic di Telepiù. I **ricavi** complessivi generati dalla distribuzione alle due piattaforme digitali di tali canali sono stati pari nei primi nove mesi dell'anno a **15,5 milioni di euro**, in aumento rispetto ai 14,7 milioni di euro dei primi nove mesi del 2001.

Sul fronte delle attività legate ad **Internet**, si segnala che nei nove mesi del 2002 l'insieme dei siti di proprietà del Gruppo ha registrato complessivamente una media di circa 100 milioni di page views al mese, con una media giornaliera di 3,3 milioni di pagine viste, di cui circa il 30% generate da Jumpy.

I siti relativi al Portale verticale MOL ed ai siti delle reti hanno contribuito con 41 milioni di pagine viste. L'area dedicata alle News (*Tgcom*, *TG5.it* e *TgFin*) ha totalizzato mediamente nei nove mesi dell'anno circa 27,5 milioni di page views. È da sottolineare la performance di *Tgcom* che nel mese di settembre 2002 ha raggiunto circa 1 milione di pagine viste al giorno; il giornale online del Gruppo che da ottobre beneficia anche di un nuovo restyling grafico, contribuisce per circa il 70% al totale delle pagine viste di tale area.

Si segnala inoltre che da settembre 2002 nell'ambito dell'attività di content provider delle testate online del Gruppo rivolta agli utenti di telefonia mobile, è stato avviato il nuovo servizio sms di *TgCom* che consente di ricevere sul cellulare gli aggiornamenti delle principali notizie.

I **ricavi** totali dell'area Internet del Gruppo, nel corso dei primi nove mesi del 2002, sono stati pari a **5,3 milioni di euro**, in crescita rispetto ai 3,5 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

Con riferimento all'attività di **Teletext** (Mediavideo e servizio interattivo), i **ricavi** dei primi nove mesi dell'anno sono stati pari a **4,8 milioni di euro**, in aumento rispetto ai 3,6 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente. È stato completato nel corso del 2002 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.

La società **Press TV S.p.A.**, joint venture paritetica tra R.T.I. S.p.A. e Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., costituita nello scorso mese di luglio, con un capitale sociale di 1,5 milioni di euro, svilupperà progetti editoriali multimediali tra cui la pubblicazione di periodici strettamente collegati a programmi televisivi di successo. Il primo progetto editoriale riguarda la realizzazione del settimanale sportivo *Controcampo* la cui distribuzione è stata avviata in concomitanza con l'avvio del Campionato di Calcio 2002/2003. *Controcampo* si presenta come testata innovativa in termini di concept del prodotto, con caratteristiche editoriali, tecniche, produttive e distributive simili a quelle di un quotidiano, in uscita il lunedì su tutto il territorio nazionale. I risultati di vendita hanno superato le aspettative iniziali con una media di diffusione pari a 385.000 copie sulle prime due uscite di settembre. Anche i numeri successivi hanno confermato ottimi livelli di vendita.

Telecomunicazioni

Il Gruppo Mediaset è attualmente presente nel settore delle telecomunicazioni attraverso le partecipazioni detenute da Mediaset S.p.A. in Albacom S.p.A. (19,5%) ed in Olivetti S.p.A. (0,45%). Come segnalato negli eventi successivi al 30 settembre 2002 la partecipazione in Olivetti S.p.A. sarà ceduta a Hopa S.p.A. nell'ambito dell'accordo raggiunto tra Mediaset e Fingruppo Holding che prevede l'ingresso di Me-

diaset nel capitale di Hopa S.p.A., uno dei principali azionisti del Gruppo Olivetti/Telecom, operazione che rafforza e consolida pertanto il presidio strategico di Mediaset nel settore.

Nel settore della telefonia fissa **Albacom S.p.A.** conferma e consolida nel primo semestre dell'esercizio fiscale che si chiuderà il 31 marzo 2003 le positive performance già registrate nello scorso esercizio, registrando un aumento dei ricavi superiore di oltre il 34% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente ed un ulteriore miglioramento del margine operativo lordo che si mantiene positivo, in linea con i piani aziendali.

Tali risultati positivi premiano l'azione del management e dell'organizzazione aziendale sia in termini di attenta politica di gestione dei costi operativi sia di sviluppo della politica di orientamento al cliente, anche attraverso il continuo ampliamento del portafoglio di prodotti e servizi. In quest'ottica va segnalato l'accordo con Canon sia per la commercializzazione dei prodotti Albacom attraverso la rete dei *Canon Solution Center* sia per lo sviluppo di soluzioni congiunte dedicate alle Piccole e Medie Imprese.

Per effetto del risultato relativo al periodo aprile - settembre 2002, di quello relativo agli ultimi tre mesi dell'esercizio fiscale chiuso al 31 marzo 2002 (primo trimestre 2002) e dell'ammortamento dell'avviamento (1,6 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 30 settembre 2002 un onere complessivo di 18,1 milioni di euro, con una diminuzione pari 10,2 milioni di euro rispetto quello registrato nello stesso periodo dell'anno precedente (28,3 milioni di euro).

Si segnala infine che, in data 3 luglio 2002 l'Assemblea Straordinaria degli Azionisti di Albacom S.p.A. ha deliberato un aumento di capitale sociale pari a 125 milioni di euro interamente sottoscritto e versato dai soci in proporzione alle rispettive quote di partecipazione, in attuazione degli impegni di copertura del fabbisogno finanziario della società già assunti dai soci nel corso dell'esercizio. L'esecuzione di tale aumento di capitale è avvenuta mediante imputazione a capitale degli importi precedentemente versati a titolo di finanziamento infruttifero. La quota di competenza del Gruppo Mediaset è risultata pari a 24,4 milioni di euro, di cui 18,9 milioni di euro versati nei primi sei mesi del 2002 a copertura del fabbisogno finanziario di tale periodo, mentre i restanti 5,5 milioni di euro erano già stati versati nel novembre 2001.

EVENTI SUCCESSIVI AL 30 SETTEMBRE 2002

- Nell'ambito del **progetto di evoluzione dell'assetto societario** di Gruppo varato lo scorso 2 luglio dal C.d.A. di Mediaset S.p.A. si segnala che in data **3 ottobre 2002** le Assemblee Straordinarie di R.T.I. S.p.A. e Mediatriade S.p.A. hanno approvato il progetto di fusione per incorporazione di Mediatriade S.p.A. nella controllante R.T.I. S.p.A. ed in data **29 ottobre 2002** i Consigli di Amministrazione di R.T.I. S.p.A. e di Mediadigit S.p.A. hanno deliberato l'operazione di cessione da parte di Mediadigit S.p.A. delle attività relative ai canali tematici ed ai new media a R.T.I. S.p.A. Quest'ultima operazione sarà sottoposta all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti di Mediadigit S.p.A. convocata per il prossimo 21 novembre. Il perfezionamento delle suddette operazioni e di quella relativa al conferimento da parte di R.T.I. S.p.A. alla controllata Elettronica Industriale S.p.A. del ramo di azienda "gestione e sviluppo delle Torri Tecnologiche", sono previste entro la fine dell'esercizio in corso.
- In data **15 ottobre 2002 Mediaset S.p.A. e ICE Finance B.V.** (società di diritto olandese facente capo a JP Morgan) società che direttamente o attraverso proprie controllate detengono rispettivamente il 40% e il 10% del capitale di Gestelevision Telecinco S.A. e Publiespana S.A., hanno sottoscritto l'accordo definitivo che recepisce i termini essenziali dell'intesa preliminare raggiunta lo scorso 6 agosto. Tale accordo prevede con il consenso del Gruppo Correo (azionista al 25% di Telecinco S.A. e Publiespana S.A.) l'avvio del progetto di quotazione in Borsa del Gruppo Telecinco da realizzarsi entro il 31 dicembre 2004, termine eventualmente prorogabile sino al 31 dicembre 2007. In forza di tale accordo ICE Finance ha concesso a Mediaset un diritto di prelazione sulla propria quota e Mediaset S.p.A. ha riconosciuto ad ICE Finance B.V. l'opzione di vendere la propria partecipazione a Mediaset ad un prezzo che sarà il maggiore tra il valore di mercato stabilito da una valutazione indipendente e 200 milioni di euro. Tale opzione sarà esercitabile da ICE Finance solo nel caso in cui la normativa spagnola consenta il superamento dell'attuale limite partecipativo del 49%.
- In data **29 ottobre 2002 Mediaset S.p.A.** ha concesso alla partecipata **Albacom S.p.A.** un finanziamento oneroso che prevede il versamento di un importo pari a 12,5 milioni euro (di cui 4,2 milioni di euro già versati ad ottobre) destinati alla copertura pro-quota del fabbisogno finanziario della società previsto per la restante parte dell'esercizio che si chiuderà al 31 marzo 2003.
- In **data 29 ottobre 2002 Mediaset S.p.A.** ha raggiunto un accordo con Fingruppo Holding S.p.A., azionista di riferimento di **Hopa S.p.A.** finalizzato all'acquisizione da parte di Mediaset di una partecipazione pari a circa il 2,8% del capitale sociale di tale società risultante al termine dell'esecuzione dell'aumento di capitale deliberato dal Consiglio di Amministrazione di Hopa S.p.A. in data 31 ottobre 2002. Mediaset acquisterà la suddetta partecipazione da Fingruppo per un controvalore di 96,4 milioni di euro, corrispondente ad un investimento medio per azione pari a 2,58 euro, equivalente al prezzo di sottoscrizione delle azioni emesse in occasione del suddetto aumento. In base agli accordi raggiunti, a Mediaset spetterà la nomina di un membro del Consiglio di Amministrazione della società che entrerà anche nel Comitato Esecutivo e la nomina di un sindaco effettivo. Attraverso tale operazione Mediaset consolida il presidio strategico nel settore delle telecomunicazioni, ritenuto cruciale in vista dell'avvento del sistema di trasmissione digitale terrestre soprattutto in termini di interattività e accesso al cliente. Hopa S.p.A., oggi una delle principali holding di partecipazioni a livello nazionale, è infatti direttamente e indirettamente uno dei principali azionisti del Gruppo Olivetti-Telecom. L'intesa raggiunta prevede inoltre la cessione da parte di Mediaset S.p.A. ad Hopa S.p.A. della partecipazione dello 0,45% detenuta in Olivetti S.p.A. per un controvalore di 96,4 milioni di euro. Tali operazioni non produrranno alcun effetto economico e finanziario per il Gruppo Mediaset.

- In data **29 ottobre 2002** Mediaset S.p.A., Lehman Brothers, Kingdom Holding e Commerzbank hanno presentato con le modalità e nei termini richiesti da UBS Warburg, advisor incaricato di coordinare e gestire la procedura d'asta fallimentare di **Kirch Media &Co KgaA** un'offerta d'acquisto condizionata avente per oggetto la partecipazione del 52,5% di ProSiebenSAT1MediaAG, società a cui fanno capo le attività televisive del Gruppo Kirch e la library dei diritti televisivi. In seguito alla valutazione delle offerte ricevute, in data 30 ottobre 2002, Kirch Media ha comunicato di aver selezionato il Consorzio formato dall'editore tedesco Bauer Verlag e dall'istituto bancario Hypo Vereinbank come interlocutore con il quale avviare in esclusiva, fino al prossimo 15 dicembre 2002, le trattative finali per la cessione di tali attività sulla base del prezzo offerto da tale consorzio, che secondo quanto comunicato si attesterebbe a circa 2 miliardi di euro.
- In data 4 novembre 2002 **Mediaset S.p.A.** ha sottoscritto con un pool di primari istituti di credito nazionali un **contratto di finanziamento** a cinque anni per un importo complessivo di 300 milioni di euro che consentirà a Mediaset, in virtù delle condizioni di tasso e scadenza negoziate, di ottimizzare l'attuale struttura finanziaria garantendo contemporaneamente l'estensione della capacità di indebitamento complessivo del Gruppo.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

- La raccolta pubblicitaria relativa alle reti Mediaset nel mese di ottobre 2002, pari a 256 milioni di euro, registra una crescita del 4,7% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente (+ 5,2% nei confronti dei clienti terzi), consolidando il trend di crescita avviato dal mese di giugno. In virtù di tale risultato e delle attuali evidenze relative alla raccolta del mese di novembre si conferma l'aspettativa di raggiungimento per l'esercizio in corso di un fatturato pubblicitario televisivo in linea con quello registrato nel 2001 e nel 2000, in controtendenza con l'andamento in flessione previsto per il mercato nazionale di riferimento, in un contesto ancora caratterizzato da incerte prospettive di ripresa dell'economia a livello internazionale.
- Nei dieci mesi del 2002, le reti Mediaset hanno complessivamente registrato nelle 24 ore una share media pari al 42,9%, sostanzialmente in linea con quella dello stesso periodo dell'anno precedente ed in Prime Time una share complessiva del 43,9% con una crescita di 0,7 punti. In particolare, la fase iniziale della stagione televisiva 2002 - 2003, avviata lo scorso 22 settembre, sta confermando a livello nazionale il primato di Canale 5 e la terza posizione di Italia 1 nella principale fascia d'ascolto.
- Sulla base dell'andamento della raccolta pubblicitaria previsto negli ultimi mesi del 2002 e dell'ulteriore forte contenimento dei costi operativi atteso nell'ultima parte dell'anno è ragionevole attendersi, nell'ultimo trimestre dell'esercizio in corso, il conseguimento di un margine operativo lordo e di un risultato operativo superiori a quelli registrati nello stesso periodo del 2001. Per effetto di tali andamenti l'esercizio in corso dovrebbe evidenziare, pur in presenza di un livello di raccolta pubblicitaria complessivamente invariato rispetto al 2001, un margine operativo lordo superiore a quello conseguito nello scorso esercizio. In valore assoluto, il risultato operativo, a causa della crescita del complesso degli ammortamenti e svalutazioni, dovrebbe attestarsi ad un livello inferiore rispetto a quello registrato nel 2001 mantenendo comunque un livello di redditività operativa solo leggermente inferiore rispetto a quella del 2001. Il risultato netto d'esercizio pur recependo la svalutazione di 31,9 milioni di euro relativa alla partecipazione in Kirch Media, beneficerà invece, in rapporto al 2001, del sensibile miglioramento del risultato complessivamente generato dalle partecipate sul quale nel 2001 aveva pesato l'accantonamento straordinario di 171,9 milioni di euro stanziato a fronte della stessa partecipazione.

per il Consiglio di Amministrazione
il Presidente