



Bilancio
2005





Bilancio
2005

Organi sociali	5	• Gestione dei Rischi finanziari	93
		• Informazioni per settori e aree di attività	94
2005: da broadcaster a media company	6	• Attività	99
		• Passività	110
		• Conto economico	118
Organigramma societario	13	• Aggregazioni d'impresa	123
		• Pagamenti basati su azioni	124
Dati di sintesi	14	• Rapporti con Parti correlate	127
		• Impegni d'investimento	128
Il titolo Mediaset sul mercato	16	• Passività potenziali	128
		• Eventi successivi al 31 dicembre 2005	129
Storia e attività del Gruppo	18	• Transizione ai Principi Contabili Internazionali (IAS/IFRS):	
		Prospetti di riconciliazione	130
Italia	20	• Allegati	146
• pubblicità			
• tv generalista			
• <i>acquisizione diritti tv</i>			
• <i>tecnologia per la produzione</i>			
• <i>diffusione del segnale</i>			
• digitale terrestre			
• <i>nuovi canali gratuiti</i>			
• <i>l'offerta pay per view</i>			
• multimedia: da Internet ai servizi per la telefonia fissa e mobile			
Spagna	36		
• pubblicità			
• tv generalista			
• digitale terrestre			
Pubblicità internazionale	40		
Responsabilità sociale d'impresa	42		
Avviso di convocazione	49		
• Relazione degli Amministratori sulla gestione	57		
• Andamento generale dell'economia	62		
• Risultati economico-finanziari del Gruppo Mediaset	63		
• Principali operazioni societarie e partecipazioni	75		
• Sviluppi del quadro legislativo del settore televisivo	77		
• Evoluzione prevedibile della gestione	78		
Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2005			
Prospetti consolidati			
• Stato patrimoniale consolidato	80		
• Conto economico consolidato	82		
• Rendiconto finanziario consolidato	83		
• Prospetto delle variazioni del Patrimonio netto consolidato	84		
Note esplicative			
• Informazioni generali	85		
• Adozione dei Principi contabili Internazionali	85		
• Principi contabili e criteri di valutazione	85		
		• Gestione dei Rischi finanziari	93
		• Informazioni per settori e aree di attività	94
		• Attività	99
		• Passività	110
		• Conto economico	118
		• Aggregazioni d'impresa	123
		• Pagamenti basati su azioni	124
		• Rapporti con Parti correlate	127
		• Impegni d'investimento	128
		• Passività potenziali	128
		• Eventi successivi al 31 dicembre 2005	129
		• Transizione ai Principi Contabili Internazionali (IAS/IFRS):	
		Prospetti di riconciliazione	130
		• Allegati	146
		Relazione della Società di Revisione	149
		Mediaset S.p.A.	
		Relazione degli Amministratori sulla gestione	153
		• Andamento della gestione	157
		Risultati economici	157
		Struttura patrimoniale e finanziaria	159
		• Principali operazioni societarie	160
		• Risorse umane	161
		• Altre informazioni ai sensi dell'art. 2428 cod. civ.	163
		• Informazioni ai sensi dell'art. 2428, comma 2, numero 6-bis cod. civ.	170
		• Ulteriori informazioni	171
		• Relazioni del Consiglio di Amministrazione all'Assemblea	171
		• Allegato "A"	175
		Stato patrimoniale e Conto economico	183
		Nota integrativa	191
		• Struttura e contenuto	193
		• Criteri di valutazione e principi contabili	193
		• Altre informazioni	195
		• Commenti alle principali voci dell'attivo	200
		• Commenti alle principali voci del passivo	210
		• Commenti ai conti d'ordine	217
		• Commenti alle principali voci del conto economico	219
		• Allegati	224
		Prospetto delle partecipazioni rilevanti ex art. 125 del Regolamento Consob n. 11971/1999 e successive modificazioni	235
		Relazioni del Collegio Sindacale e della Società di Revisione	237
		Stralcio delle deliberazioni adottate dall'assemblea degli azionisti	247



Utile netto 2005 Gruppo Mediaset
(milioni di Euro)

603,4

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

Comitato Esecutivo

Fedele Confalonieri
Pier Silvio Berlusconi
Giuliano Adreani
Gina Nieri

Comitato per il Controllo Interno

Franco Amigoni
Alfredo Messina
Roberto Ruozi

Collegio Sindacale

Presidente
Achille Frattini

Sindaci Effettivi
Francesco Antonio Giampaolo
Riccardo Perotta

Sindaci Supplenti
Giancarlo Povoleri
Francesco Vittadini

Società di Revisione

Deloitte & Touche S.p.A.

2005: da broadcaster a media company



Fedele Confalonieri,
presidente

Nel 2004 avevamo chiuso l'esercizio con i migliori numeri della nostra storia. Nel 2005 il record è stato superato, come era nelle attese del mercato e nelle nostre previsioni. Vediamo in sintesi i risultati.

I ricavi netti consolidati ammontano a 3.678 milioni di euro, in crescita del 7,5% rispetto al 2004.

In Italia la raccolta pubblicitaria di Publitalia è cresciuta del 3% rispetto a quella del 2004 raggiungendo la cifra record di 2.956 milioni di euro. La prestazione di Publitalia acquista particolare significato se rapportata ai dati generali del mercato: secondo stime Nielsen, escludendo l'apporto di Publitalia, è cresciuto solo dell'1,9%.

In Spagna le cose sono andate ancora meglio: la raccolta pubblicitaria complessiva di Telecinco ha raggiunto la cifra record di 901 milioni di euro, facendo registrare una crescita del 15,8%.

Anche Telecinco ha superato, e di molto, il mercato pubblicitario spagnolo cresciuto, secondo stime Infoadex, dell'8%.

Quanto ai costi, sia in Italia sia in Spagna abbiamo tenuto fede agli impegni presi con gli azionisti, confermando gli obiettivi di efficienza avviati nel 2002.

L'Ebit del Gruppo si è attestato a 1.244 milioni di euro, in crescita del 14,1% rispetto all'anno precedente.

La redditività operativa si colloca al 33,8%, la più alta mai realizzata da Mediaset e la più elevata nel settore tv in Europa.

L'utile netto, infine, raggiunge i 603 milioni di euro in crescita del 9,8% rispetto al 2004, con un dividendo di 0,43 euro per azione, il più alto nella nostra storia, in crescita di oltre il 10% rispetto allo scorso anno. Fin qui i numeri, che non esitiamo a definire brillanti.

Ma è soprattutto importante il "come" siamo arrivati ad ottenere gli eccellenti risultati del 2005.

Pur essendo leader di mercato, nel 2005 non siamo restati in una condizione di attesa, di rendita di posizione o addirittura di diffidenza verso il nuovo.

Dipendenti del
Gruppo Mediaset

5.844

Abbiamo invece registrato i segnali di cambiamento dei nostri settori di business e abbiamo deciso di investire nel futuro. Mediaset è oggi un gruppo in piena fase di trasformazione: da società televisiva a media company. Mediaset è riconosciuta come first mover di profilo internazionale nel nuovo contesto di piattaforme convergenti e sviluppo tecnologico. Siamo ritenuti un punto di riferimento per sviluppo e innovazione. E più ci spingiamo nella ricerca e nella sperimentazione, più siamo in grado di guardare avanti, di scorgere nuovi business. Tutto, ovviamente, parte dalla solida base della televisione generalista. Siamo e restiamo una grande impresa di televisione e di comunicazione pubblicitaria. Dalla tv generalista ricaviamo risultati davvero brillanti, e la nostra scommessa gestionale è quella di tutelare questi risultati riuscendo anche a finanziare le nuove attività. Il nostro 2005 dimostra che abbiamo una felice inclinazione al nuovo. E le spiegazioni di questa attitudine sono due, due validi fattori di assicurazione per i nostri investitori. Primo motivo. Mediaset ha prodotto al suo interno una fortunata sintesi generazionale del management. L'azienda si è rinnovata grazie a una squadra di nuovi dirigenti e questi possono contare sull'esperienza dei colleghi di lungo corso. Secondo motivo. Abbiamo sempre creduto - e continueremo a farlo - nella televisione: il nostro Dna non cambia. Ed è per questo che i capisaldi del business televisivo, ovvero contenuti, raccolta pubblicitaria, frequenze trasmissive, tecnologia, sono sempre in cima alle nostre priorità. Per quanto riguarda i contenuti non solo abbiamo difeso quelli da noi già detenuti, ma ne abbiamo acquistati di nuovi intercettando nuove esigenze del pubblico, vedi il calcio in pay per view. La pubblicità, forza trainante di Mediaset, ancora una volta ha lavorato in controtendenza sul mercato, trovando clienti nuovi e nuove modalità di comunicazione, spinte sino alle applicazioni interattive. Le frequenze trasmissive le abbiamo considerate con lungimiranza un patrimonio da incrementare, il terreno su cui costruire il nostro sviluppo futuro. Oggi Mediaset, approfittando delle possibilità di trading consentite dalla legge, ha acquisito il suo secondo multiplex in digitale terrestre, digitalizzando le frequenze del Gruppo Home Shopping Europe, ed ha acquisito le frequenze di Europa Tv da dedicare al Dvb-h, cioè la tv in mobilità. E dopo l'exploit della carta prepagata, la mobile tv è un nuovo primato europeo di Mediaset. Acquistando frequenze per il Dvb-h, Mediaset ha concretamente consentito l'ingresso di altri operatori - vedi Telecom Italia - in un nuovo business che segna il matrimonio tra telefonia mobile e televisione digitale. I nostri specialisti, insieme a quelli di Telecom Italia, stanno costruendo quello che nei fatti sarà il primo modello al mondo di tv in mobilità secondo lo standard Dvb-h. E tutto questo è stato possibile grazie alla nuova tecnologia del digitale terrestre, di cui il Dvb-h è un'articolazione. Siamo stati i primi a parlarne, subendo anche ondate di diffidenza. Ma se non avessimo creduto subito e investito in questa tecnologia, regalando al nostro Paese un asset di modernità che ora viene riconosciuto a livello internazionale, oggi la convergenza tra compagnie telefoniche e televisione sarebbe ancora un esercizio teorico. Non solo. Se non ci fossimo dedicati con energia al digitale, avremmo subito l'impatto delle altre piattaforme - prime tra tutte la tv satellitare e l'adsl - senza poter contrattaccare efficacemente.



Share reti Mediaset
2005 (Prime Time)

42,8%

Grazie al Digitale, abbiamo condotto a termine una trasformazione della nostra stessa missione d'impresa, diventando a tutti gli effetti, con tanto di licenza ministeriale, operatori di rete. Mediaset, in pratica, farà da carrier per altri operatori. E sempre grazie al Digitale, le nostre abilitazioni a trasmettere, in riferimento alle reti analogiche, sono prorogate sino allo switch off, fissato al dicembre 2008. Nel business quindi abbiamo dimostrato grande dinamismo e volontà di affrontare nuove strade. Oggi siamo a tutti gli effetti una public company, con un socio di riferimento al 35,5% e il restante 64,5% in mano al mercato. Un mercato che è fatto da più di 300 mila investitori, di cui il 58% stranieri. Il valore di questo dato non sfugge: Mediaset attrae capitali dall'estero ed è una valida scelta di investimento per istituzioni finanziarie e privati cittadini. Dalla quotazione a oggi abbiamo distribuito circa 2,7 miliardi di euro di dividendi, e proprio quest'anno batteremo il record, assicurando agli azionisti il più alto dividendo della nostra storia. Per tutti questi motivi il mercato ci ritiene un'impresa sana e competitiva. Una realtà aziendale - una delle poche in Italia - dove l'innovazione e la ricerca sono una prassi, e non un vuoto slogan, e dove la redditività e la capacità di competere anche a livello internazionale sono straordinariamente alte. A proposito di dimensione internazionale, abbiamo visto prima i dati di Telecinco. Il nostro successo in Spagna - ovvero in uno dei mercati più promettenti d'Europa - acquista un significato più generale, che interessa il sistema italiano in quanto tale, non solo la nostra azienda. Altre esperienze ci dimostrano quanto sia difficile per le imprese italiane uscire dai confini nazionali. Telecinco è quella che noi definiamo la nostra quarta rete televisiva, ed è un'impresa che guarda con serenità al futuro anche in un quadro politico nuovo e molto diverso da quello passato e in una scena concorrenziale che vede due nuovi operatori televisivi affacciarsi sul mercato. Il 2005 è stato quindi un anno cruciale per le nostre attività. Non siamo arretrati davanti al nuovo. E anzi, ci siamo messi alla testa del processo di innovazione di tecnologie e mercati della comunicazione. I nuovi concorrenti li abbiamo portati sul nostro terreno, e con alcuni di loro abbiamo avviato una politica di alleanze. All'estero abbiamo mantenuto il primato di Telecinco in condizioni profondamente mutate e più difficili. I nostri fatturati sono cresciuti sempre più del mercato, i nostri costi sono storicamente sottoposti a un rigoroso controllo. Quello che premia - nel nostro modo di lavorare - è la serietà con cui ci proponiamo al mercato e la determinazione con cui vogliamo raggiungere i nostri risultati. E' successo nel 2005, succederà anche nel 2006. Anno per il quale prevediamo nuove conquiste e nuove soddisfazioni.



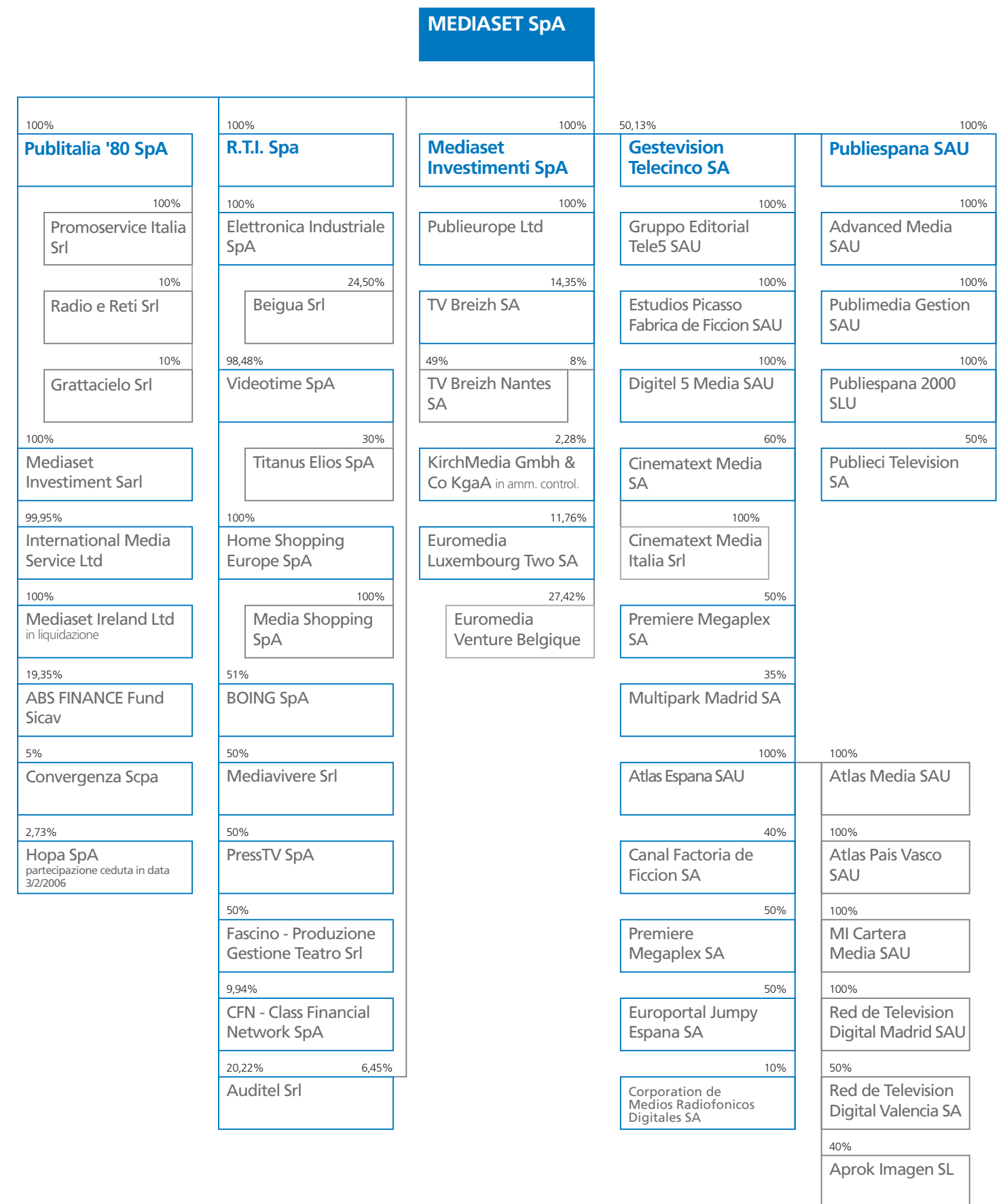
Ricavi televisivi 2005 Publitalia
(milioni di Euro)

2.956

Dividendo per azione Mediaset 2005, il più alto mai distribuito (Euro)

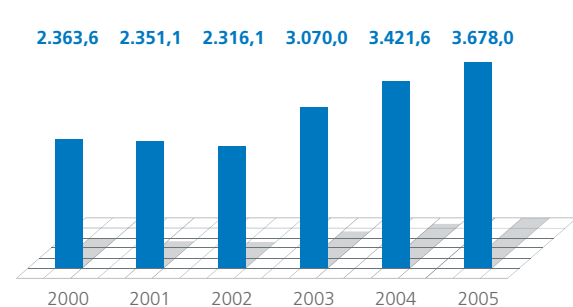
0,43

Organigramma Societario

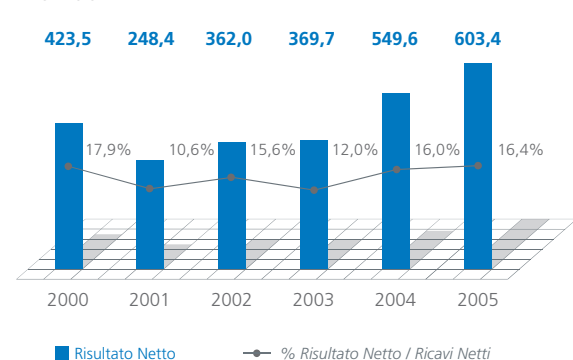


Dati di sintesi

Ricavi netti consolidati



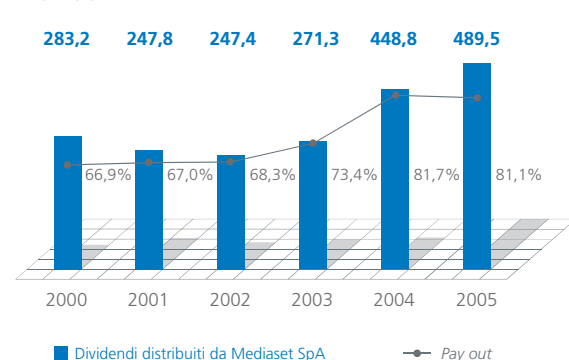
Risultato Netto



Risultato Operativo



Dividendi e Pay out



Ricavi netti consolidati Gruppo Mediaset 2005 (milioni di Euro)

3.678

Principali dati economici (**)

	2000	2001	2002	2003 (*)	2004	2005
Ricavi consolidati netti	2.363,6	2.351,1	2.316,1	3.070,0	3.421,6	3.678,0
Italia	2.363,6	2.351,1	2.316,1	2.424,9	2.629,6	2.748,1
Spagna	-	-	-	646,0	793,4	931,1
Risultato Operativo	691,5	587,2	558,5	820,8	1.090,5	1.201,0
Italia	691,5	587,2	558,5	650,1	795,7	787,8
Spagna	-	-	-	170,7	294,9	413,3
Risultato Operativo di Gruppo (EBIT)	691,5	587,2	558,5	777,6	1.090,5	1.244,1
Risultato ante imposte	648,0	418,1	497,1	675,1	1.046,1	1.202,2
Risultato Netto Gruppo Mediaset	423,5	248,4	326,0	369,7	549,6	603,4

Principali dati patrimoniali e finanziari (**)

	2000	2001	2002	2003 (*)	2004	2005
Capitale investito Netto	2.263,9	2.602,4	2.639,5	3.031,8	3.034,4	3.237,0
Patrimonio Netto di Gruppo e di Terzi	2.389,2	2.354,6	2.468,7	2.832,5	3.096,4	2.879,0
Patrimonio Netto di Gruppo	2.387,5	2.353,0	2.467,2	2.591,6	2.865,3	2.593,9
Patrimonio Netto di Terzi	1,7	1,6	1,5	240,9	231,1	285,1
Posizione Finanziaria Netta	125,3	(247,8)	(170,8)	(199,3)	62,0	(358,0)
Free Cash Flow	1.146,6	1.162,3	1.213,4	1.537,6	1.601,0	1.606,8
Investimenti	806,1	1.279,1	849,3	835,1	1.115,9	1.145,7
Dividendi distribuiti dalla Capogruppo	216,2	283,2	247,8	247,4	271,3	448,8
Dividendi distribuiti da controllate	-	-	-	16,9	120,0	86,0

Personale

	2000	2001	2002	2003 (*)	2004	2005
Dipendenti Gruppo Mediaset (puntuale)	4.384	4.396	4.393	5.600	5.662	5.844
Italia	4.384	4.396	4.393	4.395	4.459	4.671
Spagna	-	-	-	1.205	1.203	1.173
Dipendenti Gruppo Mediaset (media)	4.382	4.384	4.399	5.587	5.638	5.798
Italia	4.382	4.384	4.399	4.396	4.415	4.613
Spagna	-	-	-	1.191	1.223	1.185

Principali indicatori di Bilancio (**)

	2000	2001	2002	2003 (*)	2004	2005
Risultato Operativo gestione ordinaria / Ricavi netti	29,3%	25,0%	24,1%	26,7%	31,8%	32,7%
Italia	29,3%	25,0%	24,1%	26,8%	30,1%	28,7%
Spagna	-	-	-	26,5%	37,2%	44,4%
Risultato Operativo di Gruppo (EBIT) / Ricavi netti	29,3%	25,0%	24,1%	25,3%	31,8%	33,8%
Risultato ante imposte / Ricavi netti	27,4%	17,8%	21,5%	22,0%	30,5%	32,7%
Risultato Netto Gruppo Mediaset / Ricavi netti	17,9%	10,6%	15,6%	12,0%	16,0%	16,4%
ROI	32,4%	24,1%	21,3%	27,4%	36,0%	39,7%
ROE	18,6%	10,5%	15,0%	14,6%	20,1%	22,1%
Numero azioni (***)	1.181.227.564	1.181.227.564	1.181.227.564	1.181.227.564	1.181.227.564	1.138.297.564
Utile Netto consolidato per azione (euro)	0,36	0,21	0,31	0,31	0,47	0,53
Dividendo per azione (euro)	0,24	0,21	0,21	0,23	0,38	0,43

(*) dal 2003 i dati includono gli effetti del consolidamento integrale del Gruppo Tele5

(**) dal 2004 dati rideterminanti secondo gli IAS/IFRS

(***) 2005, escluse azioni Buyback

Il titolo Mediaset sul mercato

I fattori che hanno influenzato le Borse europee

Dal punto di vista macroeconomico, in Europa, si è assistito ad un generalizzato rallentamento dell'economia. In Italia il rallentamento ha portato a 2 trimestri consecutivi di crescita negativa del PIL (recessione tecnica), con evidenti ripercussioni negative sui consumi e sugli investimenti pubblicitari nella seconda parte dell'anno, in particolar modo nel settore dei beni di largo consumo. L'aumento del prezzo del petrolio ha da una parte determinato una ulteriore accelerazione di questo processo, dall'altra ha causato uno spostamento dei portafogli azionari dai settori ciclici (in particolare il nostro dei media e delle telecomunicazioni) a quelli energetici.

L'innovazione tecnologica sta rimescolando, in tutto il mondo, le dinamiche competitive nel settore dei Media e TLC. La convergenza tra piattaforme distributive di contenuti multimediali ha, da un lato, aumentato la competizione e creato opportunità di sviluppo per alcune aziende, ma d'altro canto ha aumentato le minacce e i fattori di rischio. Nel 2005 l'incertezza sulle possibili evoluzioni future ha caratterizzato negativamente le performance azionarie di questi due settori. Se guardiamo nello specifico di Mediaset, due fattori aggiuntivi hanno particolarmente influenzato l'andamento del titolo, soprattutto nella seconda parte dell'anno:

- nell'aprile del 2005 il nostro principale azionista Fininvest ha ridotto la propria quota attraverso un collocamento sul mercato di un pacchetto di circa il 17%, con un conseguente **aumento del capitale flottante a circa il 65%**;
- un **rallentamento** nel 2005 degli investimenti pubblicitari, in particolar modo nel settore **food**, ha comportato una crescita dei ricavi pubblicitari lievemente inferiore alle aspettative del mercato.

L'andamento a Piazza Affari

Nel 2005 tutto il comparto dei Media in Europa ha subito un **derating** che lo ha portato a sottoperformare i principali indici azionari europei. In questo contesto, Mediaset ha fatto registrare un andamento sostanzialmente in linea con la media degli altri broadcaster europei (ad esclusione di quelli spagnoli, caratterizzati da un contesto macroeconomico tra i più positivi in Europa). In termini assoluti, durante il 2005, il corso del titolo Mediaset si è mantenuto **al di sopra** dei livelli di inizio anno (9,33 euro) chiudendo verso la fine dell'anno in leggera flessione. Nel 2005 il prezzo medio di Mediaset è stato di 9,94 euro, con un minimo di 8,82 euro il giorno 27 ottobre e un massimo di 11,10 euro il giorno 31 marzo. Da sottolineare, comunque, che dalla quotazione (luglio 1996) ad oggi il titolo Mediaset ha sovraperformato i principali indici di settore e **più che raddoppiato** il proprio valore (+166%).

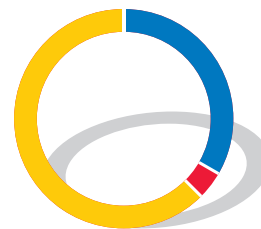
Gli scambi giornalieri

Il titolo Mediaset ha registrato nel 2005 volumi medi giornalieri pari a 8,64 milioni di azioni, per un controvalore medio di oltre 85,91 milioni. In totale, il numero di titoli Mediaset scambiati nel corso dell'anno sul mercato telematico della Borsa Italiana è stato di oltre 2,21 miliardi. Il record di scambi giornalieri sul titolo è avvenuto in data 13 aprile 2005 con circa 45,38 milioni di azioni, mentre la punta minima di scambi è avvenuta il giorno 8 agosto 2005 con circa 1,62 milioni di azioni trattate.

Composizione del Capitale Sociale al 31/12/2005

Alla data del 31/12/2005, il principale azionista di Mediaset è il Mercato con circa il 60,9% del capitale sociale. **Fininvest** rimane l'azionista di controllo con una quota del 35,5%. Il rimanente 3,6% è costituito da Azioni Proprie acquistate tramite il programma di Buyback. Da un punto di vista geografico, il flottante di Mediaset è ben distribuito nei diversi mercati: a fronte di circa 42% di titoli detenuti da investitori italiani, circa il 58% è nelle mani di **investitori internazionali**. Tra questi, le nazioni dove si concentra la maggiore attenzione sul titolo Mediaset sono USA e UK, rispettivamente con circa il 20,8% e il 7,9% del flottante totale, seguite da Francia e Germania, rispettivamente con circa il 2,8% e l'1,7% del flottante totale. Il rimanente 1,9% del flottante è distribuito principalmente in Giappone, Asia e nel resto d'Europa.

Azionisti Mediaset



60,9%
35,5%
3,6%

- Mercato
- Fininvest
- Azioni Proprie

Flottante (60,9%) Ripartizione geografica



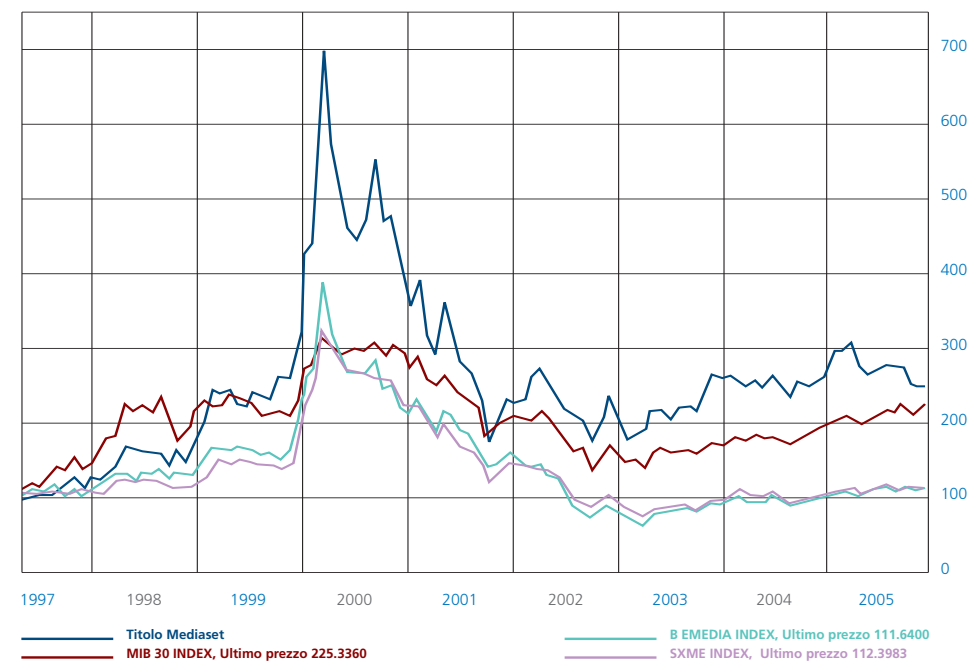
20,8%
15,1%
10,7%
7,9%
2,8%
1,9%
1,7%

- Usa
- Investitori individuali italiani
- Italia
- UK
- Francia
- Altri
- Germania

Prezzi, volumi, capitalizzazione

	2002	2003	2004	2005
Prezzo massimo (euro)	19 marzo '02 10,4	24 gennaio '03 9,9	25 giugno '04 10,0	31 marzo '05 11,1
Prezzo minimo (euro)	9 ottobre '02 5,5	10 febbraio '03 6,2	27 agosto '04 8,2	27 ottobre '05 8,8
Prezzo apertura 1/1 (euro)	8,1	7,2	9,6	9,3
Prezzo apertura 31/12 (euro)	7,3	9,4	9,3	9
Volumi medi (ml)	5,2	5,7	5,4	8,6
Volumi max (ml)	17 febbraio '02 17,7	20 giugno '03 36,2	18 giugno '04 26,2	13 aprile '05 45,3
Volumi min (ml)	27 maggio '02 1,1	27 agosto '03 1,5	17 febbraio '04 0,9	8 agosto '05 1,6
Numero azioni ordinarie (ml)	1.181,2	1.181,2	1.181,2	1.138,3
Capitalizzazione 31/12 (ml/euro)	8.623,0	11.103,5	10.985,4	10.512,9

Mediaset rispetto ai principali indici (dalla quotazione nel 1996 al 2005)



Pay out rate
Mediaset 2005

Storia e attività del Gruppo

La storia del Gruppo Mediaset inizia meno di trent'anni fa, nel 1978, quando viene fondata una tv locale di nome Telemilano. Due anni dopo, nel 1980, si trasforma in Canale 5 e inizia le trasmissioni su tutto il territorio nazionale. A Canale 5 si affiancano poi Italia 1 (acquisita dall'editore Rusconi nel 1982) e Retequattro (acquisita dall'Arnoldo Mondadori Editore nel 1984). E' dal 1984 che il polo televisivo del Gruppo Fininvest (denominato Rti) assume la conformazione che ha oggi:

tre reti nazionali analogiche, affiancate da una concessionaria pubblicitaria esclusiva denominata Publitalia '80 e da due ulteriori società: Videotime, che esercita tutta l'attività tecnologica e di produzione tv, ed Elettronica Industriale che garantisce la diffusione del segnale televisivo attraverso la gestione della rete di trasmissione.

Da quel momento il peso del polo televisivo commerciale è via via cresciuto in termini di ascolti, ricavi e risultato operativo.

Dal **1996**, Rti, Videotime ed Elettronica Industriale costituiscono un unico gruppo denominato Mediaset che è **stato quotato in Borsa**, aprendo l'azionariato a importanti investitori istituzionali e a piccoli azionisti (circa **300.000**).

Nel 1997 Mediaset si espande all'estero con una partecipazione in Telecinco, emittente privata spagnola.

Nel 1999, il Gruppo Mediaset allarga la sua attività al mondo **web** con **Mol-Mediasetonline** (oggi Mediaset.it), portale televisivo dedicato a Canale 5, Italia 1 e Retequattro,

arricchendo poi la sua presenza con Tgcom, quotidiano d'informazione on line, fruibile da diversi mezzi di comunicazione (internet, televisione, radio, teletext Mediavideo e telefonia mobile).

Nel corso del 2004 viene quotata alla Borsa di Madrid anche **Telecinco**, di cui il Gruppo Mediaset, dal 2003, è azionista di riferimento. Ma il 2004 è anche l'anno del debutto in Italia della televisione **digitale terrestre**, un innovativo sistema di diffusione del segnale ricevibile con la normale antenna televisiva e un piccolo apparecchio per la decodifica del segnale.

Nel 2005 il Gruppo lancia **Mediaset Premium**: servizio per la televisione digitale terrestre che permette di avere il calcio di Serie A in diretta tv, senza abbonamento. Mediaset Premium ha lanciato successivamente offerte in pay-per-view per cinema, teatro ed eventi live. Sempre nel 2005 Mediaset si è aggiudicata, per la prima volta nella storia televisiva italiana, i diritti in chiaro degli highlights del Campionato di Serie A e ha raggiunto con Tim (Gruppo Telecom Italia) un accordo che pone le basi per il lancio commerciale in Italia della **tv mobile** in digitale terrestre con tecnologia Dvb-h (Digital Video Broadcast-Handheld) che garantisce, in mobilità, qualità trasmissive in tutto simili a quelle offerte dal digitale terrestre sul televisore.

Vediamo adesso in modo più approfondito come è organizzato il Gruppo Mediaset nelle sue principali articolazioni: **le attività italiane e quelle spagnole.**

Redditività operativa
Gruppo Mediaset 2005
(la più alta tra i broadcaster europei quotati)

33,8%



Roma, panorama aereo.
In evidenza il centro di produzione Mediaset
al Palatino. Sullo sfondo, il Colosseo

Nel luglio 2006 la capogruppo Mediaset S.p.A. celebra i **dieci anni** dalla quotazione alla Borsa valori di Milano.

Oggi rappresenta il principale gruppo televisivo commerciale italiano ed una delle maggiori imprese di comunicazione a livello mondiale.

I **ricavi netti consolidati** dell'attività in Italia hanno raggiunto **2.748,1 milioni di euro** (+4,5% rispetto al 2004).

Il **risultato operativo** è stato di **828,7 milioni di euro** (+4,1%).

La redditività operativa ha toccato la soglia del 30,2%.

L'**utile pre-imposte** è stato di **778,6 milioni di euro** (+4,6%).

Il Gruppo Mediaset, in Italia, è impegnato nelle seguenti attività:

- televisione generalista analogica (Canale 5, Italia 1, Retequattro)
- canali tematici gratuiti in digitale terrestre (Boing, Mediashopping)
- offerta pay-per-view in digitale terrestre (calcio, cinema, teatro, eventi)
- multimedialità (internet e tv mobile)

Esaminiamo ora, più in dettaglio, partendo dalla pubblicità, le singole aree di business.

La raccolta pubblicitaria per le tre reti Mediaset è affidata a Publitalia '80, concessionaria esclusiva del Gruppo e azienda leader in Italia e in Europa. Nel 2005, Publitalia ha raccolto **2.955,9 milioni di euro** (+3% rispetto all'anno precedente). I clienti attivi nel corso dell'anno sono stati 1107. Il parco clienti di Publitalia, riferiti ai mezzi Tv, ha mantenuto le stesse caratteristiche, in termini di indicatori, rispetto al 2004. E' infatti composto da **1.107 clienti**, dei quali 270 nuovi o riattivati.

Questi ultimi hanno prodotto un investimento complessivo di 126 milioni di euro, che corrispondono al 4% del fatturato totale.

Con i primi 100 clienti viene invece raggiunto il 70% del fatturato che evidenzia un rapporto di "fidelizzazione" dei principali investitori. Secondo le stime Nielsen, nel 2005 il mercato pubblicitario ha registrato una raccolta complessiva di **8.531 milioni di euro** con un incremento, rispetto allo

scorso anno, del 2,8%, pari a 225 milioni di euro. Dopo un 2004 molto positivo, nel 2005 si è rilevato un sensibile calo nel tasso di crescita degli investimenti pubblicitari correlato in particolare all'andamento dei consumi dei prodotti grocery.

Esaminando la situazione degli altri mezzi, emerge che la **stampa**, nonostante l'andamento ancora negativo delle copie diffuse, ha avuto una crescita del 3,5%.

Tra le ragioni l'uscita di nuovi periodici, in particolare "magazine tv", e l'avvento del full color su molti quotidiani.

La **Radio**, dopo i brillanti risultati del 2004, chiude il 2005 con una crescita prossima allo zero, generata dal mix fra il calo significativo di Radio Rai (-4,8%) e la crescita (+1,7%) delle emittenti commerciali.

Le **affissioni** (+3,4%) sono cresciute con un tasso di variazione superiore rispetto al mercato, mentre il **cinema** registra addirittura un pesante calo (-8,3%).

Pur non rientrando nel comparto dei mezzi classici, dal 2005 Nielsen rileva **internet** che, dopo un periodo critico, ha superato i 130 milioni di euro di investimenti.

Settori merceologici

Il **Largo Consumo**, con una raccolta pubblicitaria di oltre 2,5 milioni di euro, è risultato l'aggregato più importante del mercato, nonostante una riduzione degli investimenti del 2,5% le cui ragioni sono:

- una flessione del 3,4% nel **Food**, imputabile alla contrazione del settore Bevande (-8,1%) che sconta ancora il confronto con le brillanti crescite avvenute dal 2000 al 2003 (anno di raccolta pubblicitaria eccezionale con 554 milioni di euro);
- un sostanziale pareggio del **No Food** (Toilettes, Gestione casa, Cura persona in totale 1,0%) grazie agli impulsi positivi della Cura per la persona (+1,7%).

Le reti Mediaset, con una quota che sfiora il 52% del largo consumo, si sono riconfermate il mezzo preferito dagli investitori del segmento. Il settore **Automobilistico** è cresciuto del 2,2% raggiungendo complessivamente 923 milioni di euro. Il 32,2% di questa cifra è stata investita sulle reti Mediaset.

Per le **Telecomunicazioni** prosegue la fase di forte espansione con una crescita del 12%. Publitalia chiude l'anno in posizione di leader (+17,3%) assorbendo il 52% del budget pubblicitario complessivo del settore.

Finanza/Assicurazioni. Sulla scia degli ottimi risultati del 2004, il settore ha proseguito in un costante e sensibile sviluppo.

Publitalia ha incrementato la raccolta del 35,7%. **Distribuzione**: di pari passo al largo consumo, registra una flessione (-1,9%). Allo scarso "appeal" dei mezzi stampa (-12,8%), si è contrapposta la Tv (+13,5%), considerata sempre di più mezzo fondamentale. In questo segmento Publitalia è cresciuta del 18,8%.

L'aggregato degli altri settori è cresciuto del 4,6%. Si segnalano le performances dei segmenti Farmaceutici/Sanitari (+15,8%), Abitazione (+19,2%), Oggetti personali (+35,1%), Servizi professionali (+18,5%), Turismo e viaggi (+27,6%).

L'incremento per Publitalia è stato del 5,3%.



La raccolta pubblicitaria in Italia

2005 - fonte: Nielsen Media Research - valori netti

Mezzi	2004		2005		Variazione %
	ml./euro	quota%	ml./euro	quota%	
Stampa	2.888	35,6%	2.992	35,8%	3,5%
Televisione	4.552	56,0%	4.675	56,0%	2,7%
Radio	400	4,9%	401	4,8%	-0,3%
Affissioni	192	2,4%	198	2,4%	3,4%
Cinema	90	1,1%	83	1,0%	-8,3%
Totale mercato	8.122	100,0%	8.351	100,0%	2,8%

Tv generalista

Reti televisive

Le reti generaliste del Gruppo - Canale 5, Italia 1 e Retequattro - sono controllate da Rti, che provvede all'ideazione e alla realizzazione dei palinsesti, alla produzione dei programmi originali e all'acquisizione della library dei diritti. Nel 2005 sono state trasmesse da ciascuna rete **8.760** ore di palinsesto, per un totale di **26.280** ore, l'**48,1%** delle quali costituite da programmi originali autoprodotti. Le reti Mediaset hanno chiuso il 2005 al **42,8% in Prime Time**, registrando una crescita di 0,5 punti rispetto al 2004. Nelle 24 Ore e in Day Time hanno raggiunto rispettivamente il **41,9%** e il **41,6%**, allineandosi ai migliori risultati degli anni precedenti. Molto positivi i risultati per il **target commerciale** (15-64 anni), quello più interessante per gli investitori pubblicitari,

che ha visto le tre reti centrare la leadership rispetto alla televisione di Stato Rai in tutte le fasce orarie. In particolare, in prima serata Mediaset ha raggiunto il **44,7%**, migliorando di 1,1 punti il dato 2004, mentre nella stessa fascia la Rai ha perso 2,8 punti.

Canale 5 ha ottenuto una media del **22,5%** in Prime Time, in crescita di 0,3 punti rispetto al 2005. Nel target commerciale (15-64 anni) la rete ammiraglia è risultata ancora una volta **prima** in tutte le fasce orarie: 23,5% nelle 24 Ore, 23,4% in Day Time, 24,1% in Prime Time (+0,7% rispetto all'anno precedente).

Italia 1 si conferma, per il quarto anno consecutivo, **terza rete italiana** in Prime Time con l'**11,5%** (+0,3 punti rispetto al 2004). Inattaccabile la leadership sul target bambini fino a 14 anni: 27% di share nelle 24 Ore.

Retequattro ha ribadito la posizione di terza rete tra il pubblico più adulto (over 65), confermando il suo presidio strategico su questo target in tutte le fasce: 12,3% nelle 24 Ore, 12,1% in Day Time e **13,1%** in Prime Time.

Le stagioni di garanzia

Nel periodo di garanzia **primaverile** (dal 30 gennaio al 4 giugno) Mediaset ha superato la Rai in tutte le fasce orarie: **43,5%** contro il 42,6% nelle 24 Ore; **43,0%** contro il 42,8% in Day Time; **44,8%** contro il 43% in Prime Time.

Canale 5 si è confermata la prima rete italiana in tutte le fasce orarie: 23,7% in Prime Time, 23,1% in Day Time, 23,2% nelle 24 Ore.

Italia 1 è terza, sia in Prime Time (11,9%), che nelle 24 Ore (11,4%).

Retequattro ha ottenuto in prima serata il suo miglior dato negli ultimi dieci anni in stagioni di garanzia: **9,2%**. Nel periodo di garanzia **autunnale** (7/25 settembre / 3 dicembre) Mediaset si è attestata al 41,4% in Prime Time, in crescita rispetto allo stesso periodo del 2004 di 0,7 punti. Sempre salda la **leadership di Canale 5** in tutte le fasce orarie: 22,5% nelle 24 Ore (21,6% Rai), 22,2% in Day Time (21,3% Rai) e 23,8% in Prime Time (22,9% Rai).

Produzione di programmi

Nel 2005 Rti ha prodotto il 48,1% dei programmi emessi dalle reti Mediaset. Le produzioni news rappresentano il 18,7% del totale; quelle definite *soft news* il 3,9%, a cui si aggiunge un 2,8% di eventi culturali. In particolare si tratta dei numerosi speciali proposti in seguito alla morte di Papa Giovanni Paolo II e all'elezione del successore Benedetto XVI.

Nell'ambito dell'informazione, tra le novità si segnalano Matrix, condotto da Enrico Mentana, *Il profeta disarmato*, *Speciali Martelli*, *Il piatto forte*, *Celebrità*, su Canale 5; *Giallo 1* e *L'incudine* su Italia 1; *Liberi tutti* su Retequattro.

Novità anche in campo sportivo dove, dall'autunno, ai tradizionali appuntamenti di *Controcampo* e *Guida al campionato*, si sono aggiunti *Domenica Stadio* su Italia 1 e *Serie A-il grande calcio* su Canale 5.

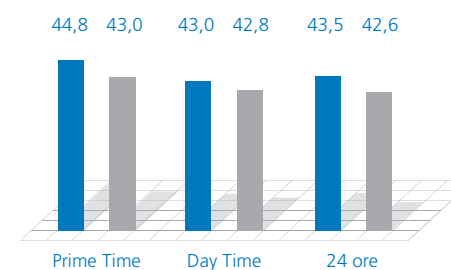
L'intrattenimento ha avuto i suoi punti di forza in: *Scherzi a parte*, *Mio fratello pakistano*, *Tutte le mattine*, *Vero amore*, *Sei un mito*, *Chi ha incastrato lo zio Gerry?* per Canale 5; *Teleditta*, *Campioni*, *Lo spaccanoci*, *Topo Gigio*, *La talpa*, *Il bivio*, *Voglia* e *Cronache marziane* per Italia 1. Molto forte nel 2005 l'impegno di Rti nella produzione di fiction a lunga serialità e di soap. Se ne parla nel capitolo successivo.



Da sinistra, Luca Tiraboschi direttore di Italia 1, Giancarlo Scheri direttore di Retequattro, Giovanni Modena direttore di Canale 5

Audience individui

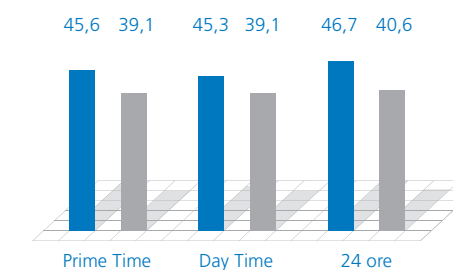
Primavera 2005: % Share



■ Mediaset
■ Rai

Audience 15 - 64 anni

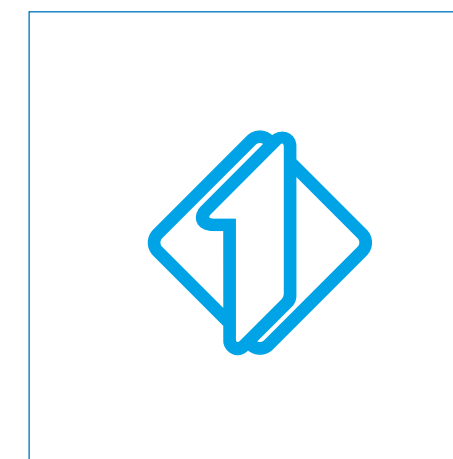
Primavera 2005: % Share



■ Mediaset
■ Rai

Ascolti rete per rete

Share individui Anno 2005	Prime Time	Day Time	24 ore
Canale 5	22,5%	21,6%	21,8%
Italia 1	11,5%	11,5%	11,5%
Retequattro	8,8%	8,5%	8,6%
Mediaset	42,8%	41,6%	41,9%





Paolo Bonolis nello studio de "Il senso della vita", novità 2005 nella seconda serata di Canale 5

Acquisizione diritti Tv

Mediaset e la sua controllata Rti possiedono la più importante library di diritti televisivi italiana ed una delle più importanti in Europa. Il patrimonio di diritti viene costantemente alimentato da accordi con terzi ed autoproduzioni.

Major americane

Il Gruppo Mediaset ha stipulato accordi pluriennali con i principali produttori e distributori americani (**Universal, Twentieth Century Fox, Dreamworks, Sony Columbia e Warner Bros. International**) che prevedono acquisti di diritti per una durata media di 5 anni, con la possibilità di 4/5 passaggi televisivi. Nel 2005 il Gruppo Mediaset ha definito con Sony Columbia un accordo biennale per la fornitura di diritti, licenza di 5 anni e 5 passaggi televisivi, relativi a film distribuiti nelle sale cinematografiche americane negli anni 2003 e 2004.

Produttori televisivi internazionali

Il Gruppo intrattiene importanti e consolidati rapporti di acquisto di diritti con produttori americani ed europei, in virtù dei quali si approvvigiona di prodotto televisivo (tv movie, soap opera, miniserie e telefilm) di grande popolarità. La caratteristica seriale delle opere, prodotte a stagioni, consente di fidelizzare il telespettatore alla Rete che le trasmette.

Produttori/distributori cinematografici

Dagli operatori nazionali vengono acquisiti pacchetti composti sia da diritti televisivi di film di loro produzione (che unitamente agli acquisti di prodotto europeo assumono un importante valore anche per il rispetto delle quote di trasmissione e di investimento previste dalla normativa sull'emittenza televisiva), che da diritti di film internazionali. Anche nel 2005 viene confermato il rapporto di fornitura diritti con **Medusa Film**, società leader del mercato nella distribuzione cinematografica. Nel mese di marzo 2005 è stato inoltre formalizzato l'accordo con **Filmauro**, uno dei principali produttori e distributori italiani per la fornitura di diritti relativi a film di primo passaggio, campioni d'incasso nelle recenti stagioni cinematografiche.

Autoproduzione di fiction

Il Gruppo Mediaset possiede il know how e l'organizzazione per selezionare progetti e sviluppare la produzione di tv movie, miniserie e serie di grande gradimento popolare. Questi prodotti vengono realizzati in autonomia o in cooperazione con partner nazionali ed internazionali di primaria importanza e, in alcuni casi, vengono commercializzati all'estero, contribuendo così alla copertura dei costi di produzione. Il 2005 è stato caratterizzato da un forte orientamento produttivo, in linea con quello delineatosi nell'ultimo quadriennio, e rivolto al rafforzamento del core business del Gruppo, che ha portato la fiction a rappresentare un pilastro centrale e caratterizzante dei palinsesti delle reti Mediaset. Sono stati confermati i seguiti di produzioni di lunga serialità (telefilm e soap opera) e definiti i progetti che porteranno alla realizzazione di miniserie di alto profilo editoriale, legate ai temi di attualità, ai classici della letteratura, ai grandi personaggi italiani. Assume particolare rilievo l'accordo di esclusiva produttiva, valido nel biennio 2005-2006, con **Tao Due Film**, uno degli operatori leader del settore, con il quale il Gruppo Mediaset intrattiene da anni rapporti di fornitura. Nel recente passato, la collaborazione con Tao Due Film ha portato alla realizzazione di miniserie (*Ultimo*, *Ultimo 2: La sfida*, *La Uno Bianca*, *Il Testimone* e *Karol, un uomo diventato Papa*) e serie (*Distretto di Polizia* e *R.I.S.*) di grande successo. Anche nel 2005 è stato affidato a **Mediavivere** l'incarico per la realizzazione delle soap opera *Vivere* e *Centovetrine*. Mediavivere, controllata e gestita pariteticamente da Rti e Endemol Italia, sviluppa e produce in esclusiva per il Gruppo Mediaset il prodotto soap opera nazionale utilizzando le sinergie che derivano dalla conoscenza approfondita del mercato dei telespettatori garantito dal Gruppo Mediaset e l'efficacia produttiva raggiunta da Endemol Italia nell'ambito della produzione di contenuti a carattere industriale. Oltre alla realizzazione delle due soap, nel 2005 Mediavivere ha prodotto, con un cast di assoluto valore, la fiction di media serialità *Questa è la mia terra*.

Library

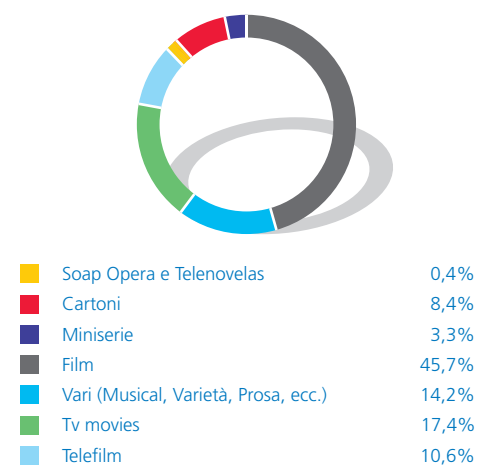
Tra i numerosi accordi stipulati e progetti realizzati, segnaliamo:

- l'acquisizione, in virtù degli accordi pluriennali esistenti con le major americane della disponibilità dei film: *Spider man*, *Men in black II*, *XXX*, *L'Era glaciale*, *Era mio padre*, *Amore a 5 stelle*, *Prova a prendermi*, *Minority Report*, *Spirit-Cavallo selvaggio*, *The ring*, *Red dragon*, *8 Mile*, *About a boy*, *Gangs of New York* e *King Arthur*;
- l'acquisizione della disponibilità delle serie di prima visione tv: *Joan of Arcadia*, *1-800-Missing*, *Sue Thomas: F.B. Eye*; *C.S.I. New York*, *A casa di Fran*, *North Shore*, *Boston*

legal, *Dr. House-Medical division*, *Grey's anatomy*;

- l'acquisizione dei diritti relativi alle nuove puntate delle serie di maggiore successo televisivo quali: *Beautiful*, *Febbre d'amore*, *Smallville*, *O.C.*, *C.S.I. Miami*, *C.S.I. Scena del crimine*, *Law & Order: Unità speciale*, *Siska*, *Mamma per amica*, *24*, *Squadra Med-II coraggio delle donne*, *Settimo cielo*, *Nip'n Tuck*, *Shield*, *I Soprano*, *Everwood* e *Six feet under*;
- l'acquisizione, per la stagione televisiva in corso dei film *Il Paradiso all'improvviso*, *Confidence*, *L'Ultima alba*, *Hollywood homicide*, *My name is Tanino*, *Anythings else*, *Dreamers*, *Basic* e *Dogville* in relazione agli accordi relativi ai film usciti nelle sale cinematografiche nel corso del 2003 con la consociata Medusa Film;
- l'acquisizione, in relazione all'accordo sottoscritto con Filmauro, della disponibilità di film di primo passaggio campioni d'incasso nelle recenti stagioni cinematografiche: *Natale sul Nilo*, *Natale in India*, *A spasso nel tempo*, *A spasso nel tempo-l'avventura continua*, *Paparazzi*, *Bodyguards*, *Vacanze di Natale 2000*, *Merry Christmas*, *S.P.Q.R.-2000* e *1/2 anni fa*;
- nel 2005 l'orientamento produttivo rivolto alla lunga serialità ha portato alla realizzazione del seguito di produzioni fiction quale *Carabinieri* e all'avvio della fase di realizzazione dei sequel di *R.I.S.* che, nella precedente edizione, hanno riscosso un notevole successo di pubblico. Tre i nuovi progetti: *I Serrano*, *Nati ieri* e *Codice rosso*.
- la realizzazione di alcune produzioni di grande prestigio, per soggetto, cast ed autori, quali: **Karol, un Papa rimasto Uomo**, *Freccia nera*, il sequel de *Un Ciclone in famiglia*, *La Guerra sulle montagne*, *Il Mio amico Babbo Natale*, *L'Uomo della carità*.

Composizione Library Diritti 2005



Tecnologia per la produzione

La tecnologia per la produzione di programmi televisivi (autoproduzione) è concentrata nella controllata **Videotime** che garantisce lo sviluppo e il mantenimento tecnologico degli impianti produttivi (studi, sale di post-produzione e grafiche, regie mobili). Nel 2005 è stata ultimata la **digitalizzazione** di 2 studi del centro di produzione intrattenimento di Milano e quella della nuova area editing. Sempre nel 2005 sono stati allestiti due nuovi studi, uno a Roma per il programma **Matrix**, ed uno a Milano per le **produzioni news**.

Diffusione del segnale

La rete di trasporto e diffusione del segnale del Gruppo Mediaset, di proprietà della controllata **Elettronica Industriale**, copre con 1.700 torri tecnologiche il 99% della popolazione nazionale. La rete del Gruppo Mediaset è un'infrastruttura utilizzata non solo per trasportare il segnale dei programmi televisivi emessi, ma anche per trasferire segnali di "semilavorati" da un qualsiasi nodo della rete ai centri di produzione televisiva dove viene realizzato il programma (sistema di contribuzione). Il 2005 è stato caratterizzato, dopo le fasi di sperimentazione del biennio 2003-2004, dalla definitiva messa in esercizio della **tecnica digitale** con la partenza della programmazione Mediaset Premium. Rti ha proseguito l'attività di acquisizione di impianti e frequenze da operatori locali portando, attraverso la digitalizzazione effettuata da Elettronica Industriale, la copertura della popolazione del primo **multiplex Mediaset all' 80%** (65% nel 2004).

Nel secondo semestre dell'anno Rti ha acquisito le frequenze di **Home Shopping Europe Broadcasting**, utilizzate da Elettronica Industriale per costruire il **secondo multiplex Mediaset** con una copertura della popolazione pari al **68%**. A fine 2005 Rti ha sottoscritto accordi per il lancio della mobile tv in tecnica Dvb-h. In questa prospettiva Elettronica Industriale si sta preparando a digitalizzare una nuova rete per il trasporto del segnale digitale in mobilità che avrà il suo lancio nel corso del 2006. Per far fronte all'accelerazione dello sviluppo digitale, Elettronica Industriale si sta preparando ad assumere per il 2006 la piena titolarità di operatore di rete, disponendo di tutte le risorse (terreni, locali tecnici, tralicci) per garantire la fornitura e l'esercizio di reti di comunicazione elettronica su frequenze terrestri in tecnica digitale.



"Karol, un Papa rimasto uomo", una delle grandi fiction Mediaset

Digitale terrestre: il futuro della tv italiana

Grazie al digitale terrestre, Rti sta innovando l'intrattenimento televisivo tradizionale. Ha arricchito l'offerta delle 3 reti ammiraglie con servizi di elevata utilità e attrattività; sta producendo due nuovi canali, Boing e Medias Shopping TV; sta trasportando 4 canali di editori terzi; ha proposto al mercato un servizio di contenuti "premium" in **pay per view**; sta sviluppando un'offerta per la mobile TV. Nel 2005 le attività sono state concentrate nello sviluppo di tutti i sistemi tecnologici per la diffusione del segnale digitale e per il lancio di Mediaset Premium. Contemporaneamente è stata arricchita l'offerta interattiva delle reti generaliste su digitale, attraverso applicazioni interattive e servizi molto graditi dai telespettatori. Mediaset ha raggiunto gli obiettivi prefissati: la diffusione della TV Digitale Terrestre; lo sviluppo delle infrastrutture e il trasporto dell'offerta DTT; la partecipazione attiva al consorzio DGTv; il supporto allo switch-off; il rafforzamento dell'offerta di tv interattiva; il lancio del nuovo canale Boing; il lancio e lo sviluppo dell'offerta Mediaset Premium; l'inizio delle attività legate alla mobile TV con il Dvb-h.

La diffusione del DTT

Il pubblico ha apprezzato le iniziative sul digitale terrestre. Le rilevazioni per il 2005 condotte da Eurisko-GFK hanno evidenziato che, nel periodo gennaio-novembre, sono stati acquistati **2,6 milioni di ricevitori DTT**, portando il numero totale di famiglie utilizzatrici della piattaforma a **3,8 milioni**. Diversi fattori hanno contribuito a questo successo: oltre all'arricchimento dell'offerta free e pay e all'aumento della copertura dei multiplex, la costante riduzione dei prezzi al consumo dei ricevitori DTT interattivi. Questo ha permesso di oviare all'esaurimento del contributo governativo di 70 Euro, di cui hanno beneficiato per i primi 9 mesi del 2005 le famiglie in regola con il pagamento del canone di abbonamento radiotelevisivo. Nel 2005 il prezzo di acquisto dei box interattivi più economici è infatti sceso da circa 150 euro a meno di 100 euro. Ci sono oggi sul mercato oltre 50 modelli. Il **97%** dei ricevitori venduti supporta lo standard di interattività DVB MHP 1.0.2 ed è abilitato alla ricezione dei servizi a pagamento con smart card di Mediaset Premium e di La 7 Cartapiù. Sempre secondo Eurisko-GFK, quasi il **45%** del totale dei box interattivi presenti sul mercato italiano è stato acquistato senza contributo.

La partecipazione a DGTv e il supporto allo switch-off

Un ruolo determinante nella promozione e diffusione della tecnologia digitale terrestre in Italia è stato svolto dall'associazione DGTv, che raggruppa i broadcaster nazionali, compresa Mediaset, le federazioni delle televisioni locali, oltre alla **Fondazione Ugo Bordoni**. Il DGTv ha in particolare assunto un ruolo di leadership nel processo di switch-off dalla televisione analogica alla televisione digitale, aiutando il coordinamento degli attori locali e nazionali coinvolti in questo importante e delicato processo. DGTv ha organizzato un **roadshow** nelle capitali dei Paesi all'avanguardia nella televisione digitale: Regno Unito, Francia, Germania e Spagna.

Lo sviluppo delle infrastrutture e il trasporto dell'offerta DTT

Grazie agli sforzi congiunti di più operatori del settore che hanno creduto nello sviluppo di una piattaforma per la tv digitale terrestre aperta a tutti, l'Italia è attualmente la **prima nazione in Europa** per infrastrutture DTT. A fine 2005 sono infatti **6 i multiplex** digitali terrestri operativi sul territorio nazionale e una pluralità di multiplex a copertura locale o regionale. Ai 5 multiplex nazionali già operativi nel 2004 (Rai A, Rai B, primo multiplex Mediaset, D-Free e Telecom Italia Media) si è aggiunto un secondo multiplex di Mediaset. Il Gruppo Mediaset ha profuso, attraverso Elettronica Industriale, notevoli sforzi nella crescita della copertura raggiunta dal primo multiplex Mediaset che oggi si attesta all'**80% della popolazione** (15% in più rispetto la fine del 2004). Il secondo multiplex Mediaset copre già oltre il 68% della popolazione. Per quanto attiene l'offerta di canali, ad oggi sul digitale terrestre sono presenti **28 canali** televisivi in chiaro con copertura nazionale, di cui 8 sono la riproposizione dell'attuale offerta analogica e 20 sono nuovi canali per la piattaforma terrestre. Mediaset ha svolto un ruolo importante nell'offerta DTT, trasportando 9 canali: le reti ammiraglie in simulcast con la tv analogica arricchendo Canale 5, Italia 1 e Retequattro con i plus dell'interattività e della TV digitale; 2 nuovi canali per il DTT (Boing e Medias Shopping TV) e 4 canali di editori terzi non collegati alla società: **Class News, Sole 24 Ore Tv, BBC World e Coming Soon**.

L'arricchimento della tv interattiva

Sono state sviluppate più di **80 applicazioni** interattive disponibili durante la messa in onda del programma di riferimento o dal portale di rete nel corso di tutta la giornata. I prodotti realizzati hanno ricevuto riconoscimenti in ambito nazionale e internazionale. Mediaset è attualmente considerato il primo broadcaster commerciale in Europa per qualità e quantità dell'offerta di televisione interattiva. Sono state arricchite le applicazioni introdotte nel 2004 che avevano riscosso maggior successo tra il pubblico, come ad esempio:

- **Il Milionario**, che permette ai telespettatori di sfidare il concorrente in trasmissione e di giocare anche dopo il programma televisivo;
- **Controcampo** interattivo, la cui applicazione dà la possibilità di rivedere i goal della giornata di campionato di Serie A appena conclusa;
- **UEFA Champion's League**, che offre gli aggiornamenti in tempo reale del turno giocato, nonché permette di visualizzare contemporaneamente su due riquadri dello schermo sia gli highlights, sia le azioni in diretta della partita.

A settembre ha debuttato **Maurizio Costanzo** per il Digitale Terrestre, una finestra di approfondimento che propone contenuti di library e inediti di Maurizio Costanzo attraverso un flusso video aggiuntivo, accessibile da Canale 5. Sempre in autunno è stato lanciato il **TG5 Active**, un nuovo strumento di approfondimento che permette al telespettatore di rivedere il sommario e i tre servizi più importanti dell'ultima edizione del TG5 andata in onda. Mediaset ha rilanciato l'insieme della propria offerta interattiva attraverso l'introduzione dell'attributo **Plus** a fianco dei propri canali. I portali Canale 5 Plus e Italia 1 Plus sono oggi i contenitori delle nuove possibilità offerte ai telespettatori dai servizi interattivi sul digitale terrestre. La scelta del termine Plus è indicativa del nuovo modello di televisione proposto da Mediaset, che arricchisce ed innova, senza sostituire la televisione tradizionale, mantenendo la centralità del rapporto di fiducia tra lo spettatore e le reti televisive.

Nuovi canali gratuiti

Oltre alla versione interattiva di Canale 5, Italia 1 e Retequattro, Rti cura la realizzazione di due canali tematici sul digitale terrestre:

- **Boing**, lanciato il 20 novembre 2004, è il primo canale gratuito per bambini pensato espressamente per il digitale terrestre. Nasce da una joint venture tra Rti, che detiene il **51%** della nuova società Boing S.p.A. e Turner Broadcasting System Europe, del gruppo **Time Warner**, titolare dei diritti di alcuni tra i più noti cartoni animati a livello mondiale (Orso Yoghi, Gli antenati, Scooby doo, etc).
- **Medias Shopping Tv**, lanciato il 3 ottobre del 2005, è il primo canale di teleshopping sul digitale terrestre. Opera su varie piattaforme: dalle "finestre" sulle tv generaliste ad internet, dalla carta stampata alla grande distribuzione.



Boing

Boing costituisce una proposta totalmente nuova nel panorama televisivo italiano: il primo canale per bambini in onda 24 ore su 24 in modalità free. Si rivolge ad un target che va dall'**età prescolare** (2 anni circa) fino agli inizi dell'**adolescenza** (14 anni), ma la sua programmazione è interessante per l'intera famiglia. Il palinsesto infatti prevede al mattino cartoni animati (dai *Flintstones* a *Tatino e Tatone*), e telefilm (da *Tarzan* a *The baskervilles*); al pomeriggio sitcom (da *Willy il principe di Bel Air* a *Vita da strega*) e nuovi cartoni (da *Barman* ad *Hazzard*); in serata film d'animazione come *Mike, Lu & Og*. Nel corso del suo primo anno di vita il canale ha consolidato la conoscenza del proprio brand presso il pubblico. Oltre all'attività di comunicazione e promozione del canale sulle reti Mediaset, sulla stampa specializzata e per ragazzi, nel corso dell'anno sono state avviate iniziative ed eventi speciali che hanno permesso la costruzione di valore intorno al brand: il progetto di educazione al linguaggio audiovisivo attraverso i cartoni ha raccolto l'adesione di **migliaia di scuole** elementari in tutta Italia; la realizzazione della festa di compleanno del canale realizzata con **Unicef**, in piazza Duomo a Milano, in occasione della giornata mondiale dell'infanzia; la presenza a manifestazioni come Sat Expo e Smau. Boing, pur essendo per sua vocazione pensato per i ragazzi, è riuscito a inserirsi stabilmente fra i canali più visti del digitale terrestre, come confermato dai principali istituti di ricerca quali Eurisko Digitrack e Makno 2005. Nel 2006 si prevede la pubblicazione di dati di audience certificati da **Auditel**. Grazie alla contestuale espansione della penetrazione del digitale terrestre nelle famiglie italiane, la raccolta pubblicitaria, ha generato nel 2005 un fatturato di **3,7 milioni** di euro. Le operazioni speciali (telepromozioni e sponsorizzazioni) sono state commercializzate dopo l'iniziale fase di rodaggio del canale e si stanno progressivamente avviando a costituire una componente significativa della raccolta.

Medias Shopping TV

Il mercato europeo di **teleshopping** vale 7,3 miliardi di euro (fonte Bain&Co). Un miliardo più che nel 2005; due miliardi più che nel 2004. In questo contesto opera Medias Shopping, il canale in onda sul digitale terrestre Mediaset dal 3 ottobre del 2005. Ma Medias Shopping non è solo tv digitale: è presente con finestre sulle televisioni generaliste Mediaset, su internet, sulla carta stampata (cataloghi e accordo con Pagine Gialle) e nella grande distribuzione (intesa con **Finiper**). Le proposte commerciali stanno per arrivare in migliaia di tabaccherie e a casa di milioni di italiani attraverso il direct marketing telefonico. I primi risultati sono ragguardevoli: **2500 telefonate** al giorno al call center di Medias Shopping. Il 50% delle chiamate si conclude con un acquisto. L'ordine medio si muove tra i **70/80 euro**. La tendenza della domanda lorda giornaliera è in progressivo aumento. L'ingresso di Mediaset nel mondo del teleshopping risale all'agosto del 2003, quanto si aprono le prime "finestre" di Medias Shopping su Canale 5, Italia 1 e Retequattro. Il teleshopping funziona al punto di stimolare l'azienda a creare un vero e proprio canale di vendita. Nel luglio del 2005 Rti acquista la rete del Gruppo **HSE** (Home Shopping Europe) e la trasforma in un canale digitale che prende il nome di Medias Shopping TV, con trasmissioni 24 ore su 24. Il 68% del palinsesto è costituito da produzioni ad hoc, show per categoria merceologica e offerte del giorno; il resto della programmazione è costituita da televendite per terzi. Le donne rappresentano il **60%** dei telespettatori che fanno un acquisto.

L'offerta pay-per-view

Il servizio Mediaset Premium si è rivelato un caso di successo senza precedenti nel panorama internazionale delle offerte di contenuti televisivi a pagamento, raggiungendo gli obiettivi prefissati dall'azienda, con un totale di oltre **1,1 milioni** di tessere non ricaricabili vendute nel primo semestre, e **1,4 milioni** di tessere ricaricabili vendute nel secondo semestre del 2005.

Il servizio Mediaset Premium è attivo esclusivamente su piattaforma digitale terrestre e rappresenta per i telespettatori l'unica vera possibilità di fruire di contenuti di elevata qualità a basso costo, in modo semplice, flessibile e trasparente.

Il modello di funzionamento, ispirato alle offerte **pre-pagate** degli operatori di telefonia mobile, si basa su una tessera con microprocessore (la "smart card") che memorizza il credito a disposizione del telespettatore che può essere utilizzato per selezionare 'ad impulso' i contenuti che di volta in volta si desidera vedere. Si tratta quindi di un'offerta Pay-per-View, che non necessita di alcun abbonamento e consente allo spettatore il pieno rispetto della privacy. Questo nuovo approccio ha consentito a Mediaset Premium di fondere in un'unica offerta i punti di forza del modello Pay-per-View e della formula pre-pagata.

Il grande calcio

Durante il primo semestre Mediaset Premium ha proposto la diretta delle partite disputate in casa dalle principali squadre di Serie A: **Juventus, Milan, Inter, Roma, Atalanta, Messina, Livorno, Sampdoria e Siena**, di cui Rti ha acquistato i diritti in Pay-per-View via digitale

terrestre. Inoltre, grazie all'accordo con **LA7 Televisioni** di cessione degli highlight delle partite disputate in casa da Bologna, Brescia, Cagliari, Chievo, Fiorentina, Lecce, Parma, Palermo e Reggina, Mediaset Premium ha proposto **Diretta Premium**, offrendo la possibilità di seguire in contemporanea le partite di tutte le 18 squadre di serie A disponibili sulla piattaforma digitale terrestre.

Nella prima fase è stato adottato un modello di tessera usa e getta del valore di 18 euro, che consentiva l'acquisto degli eventi calcistici in diretta ad un prezzo di 3 euro. Le tessere erano disponibili nei principali negozi di tv ed elettronica. All'esaurimento del credito, gli utenti dovevano provvedere alla sostituzione delle tessere.

Durante il secondo semestre la posizione di leadership nell'offerta di contenuti calcio sulla piattaforma digitale terrestre è stata ulteriormente rafforzata. Al gruppo di squadre non retrocesse di cui Rti aveva già acquisito i diritti, Juventus, Milan, Inter, Roma, Sampdoria, Livorno, Messina e Siena, sono state aggiunte altre due società, **Lazio e Treviso**. Al tempo stesso è proseguita la trasmissione Diretta Premium con la possibilità per il telespettatore di seguire in contemporanea anche le squadre di cui LA7 Televisioni detiene i diritti: Cagliari, Palermo, Fiorentina, Lecce, Parma, Chievo, Reggina, Empoli, Ascoli.

Il cinema di prima visione

Pur mantenendo un focus sull'offerta Calcio, nel secondo semestre Mediaset Premium ha lanciato una ricca offerta cinema trasmettendo **film in prima visione tv** a pochi mesi dall'uscita nelle sale, tra cui *Harry Potter e la camera dei segreti*, *Hulk*, *In good company* e *Bourne supremacy*, oltre a film cult e di library, in modo da raggiungere anche altri target di utenza non soltanto interessati all'offerta calcio.

L'offerta commerciale

Il modello di offerta è stato reso ulteriormente conveniente introducendo pricing differenziati per eventi. I contenuti calcio sono proposti quindi in Pay-per-View al prezzo di **5 euro** per il singolo evento, ma anche disponibili in forma di **Offerta Speciale a 99 euro** per tutto il campionato trasmesso da Mediaset Premium, oppure a 79 euro per tutte le partite trasmesse di una singola squadra e tutte le Diretta Premium.

Gli eventi Cinema sono invece proposti con prezzi da **2 a 4 euro** a seconda del titolo. In questa seconda fase sono state quindi introdotte sul mercato **tessere pre-pagate ricaricabili** secondo le modalità utilizzate dagli operatori telefonici, fisiche (con "scratch card") e virtuali (con terminali del Lotto, Superenalotto, sito web, IVR), con 6 diversi tagli di ricarica disponibili, da **10 a 100 euro**, per garantire agli utenti la massima flessibilità.

Sono stati stipulati accordi commerciali e di distribuzione con primari operatori e punti vendita nei canali dell'elettronica di consumo, dei bar e bar tabacchi, edicole e ricevitorie, per rendere disponibili agli utenti

le tessere e le ricariche in modo capillare e facilmente accessibile. Sono coinvolti oltre **2.000 punti vendita** per le tessere e **60.000** per le ricariche.

La gestione del rapporto con gli utenti è stata presidiata da una nuova struttura di **Servizio Clienti**, organizzata su due livelli. Il primo è costituito da un **call center** dedicato, dotato di risponditore automatico sempre attivo grazie al quale è anche possibile accedere al supporto di operatori specializzati. Dal 27 dicembre 2004, primo giorno di piena operatività, al 31 dicembre 2005 ha ricevuto oltre **3,2 milioni di chiamate**. Un secondo livello è costituito dal **customer care**, responsabile per la gestione degli eventuali disservizi riscontrati anche con le altre strutture tecniche e operative interne all'azienda.

A partire dal mese di agosto è stata lanciato un servizio indirizzato ai locali pubblici, **Mediaset Premium Club**, al fine di presidiare un target di clientela che aveva dimostrato un forte interesse nei confronti della pay tv.

2006, i reality

Per il 2006 si prevedono ulteriori ampliamenti e sviluppi dell'offerta. A partire dal mese di gennaio è stata proposta la nuova edizione del **Grande Fratello** in diretta 7 giorni su 7 in esclusiva tv con una modalità molto attraente che rende disponibile agli utenti tre regie video selezionabili a piacimento per poter seguire al meglio tutto quello che succede nella casa, 24 ore su 24. Analoga l'offerta al pubblico per il reality **La Fattoria**. Sempre a partire da gennaio è stato proposto un ciclo di **spettacoli teatrali** che spaziano dal musical alla prosa. Sono in fase conclusiva significativi accordi con le principali major per garantire agli utenti una scelta sempre più ampia di titoli cinematografici in prima visione tv assoluta. Dal mese di settembre 2006, Mediaset Premium arricchirà ulteriormente la sua offerta calcio trasmettendo tutti gli incontri di **Champions League** in esclusiva sulla piattaforma digitale terrestre.



Lo studio di Diretta Premium, in collegamento con tutti i campi di calcio di Serie A



 **MEDIASET**

Stadio Meazza, Milano:
una delle telecamere di
Mediaset Premium



Un esempio di tv mobile, in grado di ricevere in diretta i canali Mediaset

Mobile tv

La tecnologia individuata per la mobile tv è chiamata **Dvb-h** (Digital Video Broadcast-Handheld). Si tratta di una trasmissione di immagini in digitale, visibili attraverso una rete di siti trasmissivi nelle aree urbane (i siti della rete televisiva, integrati con quelli della rete telefonica mobile).

La tecnologia Dvb-h è quella prescelta da americani ed europei. È una delle declinazioni più avanzate rese possibili dalla televisione digitale terrestre. Avremo quindi su **telefonino o su schermi tascabili** una televisione con qualità paragonabile agli attuali dvd, con la possibilità di fruizione in movimento con copertura del 75% della popolazione italiana.

I tempi? Molto rapidi, il 2006 è l'anno decisivo. Mediaset è l'azienda italiana che si è mossa per prima sia come fornitore di contenuti agli operatori di telefonia mobile, che come operatore di rete.

Nel 2006 Mediaset ha acquisito **EuropaTV** per sviluppare un ulteriore multiplex dedicato alla mobile tv. Rispetto alle tecnologie di nuova generazione di comunicazione mobile (l'UMTS), la tecnologia Dvb-h è ottimale per trasmettere contenuti video di flusso in modalità *broadcast*, con qualità elevata indipendentemente dal numero di utenti contemporanei.

Per stimolare la diffusione di terminali per la ricezione mobile e valorizzare al meglio la propria rete e l'offerta di contenuti Dvb-h, Mediaset ha siglato diversi accordi con gli operatori delle telecomunicazioni mobili presenti in Italia.

In particolare a ottobre 2005, Mediaset ha concluso due accordi con **TIM** e **3 Italia** che prevedono il trasporto dei contenuti dell'offerta degli operatori mobili sulla rete Dvb-h, la fornitura dei palinsesti per il mobile dei canali generalisti Canale 5, Italia 1 e Retequattro, la fornitura di contenuti calcio pay per view relativi all'offerta Mediaset Premium.

Multimedia: da Internet ai servizi per la telefonia fissa e mobile

Rti opera nell'ambito delle attività multimediali attraverso la direzione New Media, che ha la mission di realizzare servizi e contenuti veicolabili su piattaforme differenti (digitale terrestre, internet, teletext e telecomunicazioni), con l'obiettivo di sviluppare nuove sinergie e promuovere iniziative di content extension rispetto al tradizionale core business focalizzato sulla tv generalista gratuita.

Area internet

L'area internet ha subito una profonda riorganizzazione nel corso del 2005. L'intera offerta è stata raggruppata sotto il brand Mediaset, attraverso la nascita del nuovo sito **www.mediaset.it**, porta d'ingresso alle tre aree tematiche presidiate: informazione, televisione, community. Anche dal punto di vista tecnologico si è proceduto verso un'integrazione del mondo internet con la creazione di un unico indirizzo web (con suffisso "mediaset.it") per tutti i siti del Gruppo.

Area Informazione

A dominare lo scenario dell'informazione multimediale di Mediaset è il **Tgcom**. Nel 2005 le attività editoriali sotto questo marchio si sono moltiplicate:

- è stata sviluppata una collaborazione editoriale con **R101**, concretizzata con 14 radiogiornali al giorno;
- l'offerta Tgcom è stata declinata anche su telefonia mobile, via sms, per tutti e 4 gli operatori italiani (**Tim**, **Vodafone**, **Wind**, **"3"**), una presenza nel portale Wap di Tim e video notiziari per l'Umts di Tim;
- è proseguita l'iniziativa (nata nel 2004) di Tgcom in formato televisivo da 1 minuto in onda tutti i giorni, più volte al giorno, sulle **tre reti generaliste** del Gruppo e su Mediashopping TV per quanto riguarda la piattaforma digitale terrestre. Il sito **www.tgcom.mediaset.it** ha ulteriormente incrementato il numero di visitatori unici mensili con una media di **2,1 milioni** (1,3 milioni nel 2004) e di pagine viste mensili con una media di **94 milioni** (63 milioni nel 2004).

Area community

L'offerta aggregata di Mediaset, raggruppata sotto il sito **www.mediaset.it**, è stata

vista in media ogni mese da **4,2 milioni di utenti unici** (3,3 milioni nel 2004), generando una media mensile di **160 milioni di pagine** (142 milioni nel 2004).

Mediavideo e Mediavideo Digitale

Mediavideo, attivo dal 1997, è un giornale televisivo multimediale di 800 pagine, innovativo per contenuti, grafica e modalità operative, i cui punti di forza sono la facilità d'uso, la differenziazione dell'offerta per canale, la tempestività e la ricchezza dei contenuti. Viene consultato mensilmente da **20 milioni** di persone. Offre servizi interattivi che consentono di "chattare" via sms in televisione, oltre alla possibilità di partecipare via teletext a giochi o a iniziative creative come i "murali" e le dediche. Mediavideo è presente anche sul digitale terrestre con un servizio che mira a: conservare la ricchezza informativa del Mediavideo analogico; proporre agli investitori pubblicitari nuovi spazi di promozione; mantenere il bacino d'utenza fidelizzato; allargare l'audience potenziale e rendere più gradevole la grafica e semplice la navigazione. Tutto ciò ottimizzando la banda disponibile per non prolungare i tempi di attesa dell'utente nella fruizione dei contenuti (si scarica in 15 secondi e occupa solo 300 kb/s di banda). Si tratta di un'unica applicazione MHP che comprende varie sezioni: Notizie, Sport, Borsa, Meteo. La redazione del TgCom fornisce i contenuti giornalistici per entrambi i Mediavideo.

Vendite di servizi

Nel 2005 è proseguita la vendita di servizi legati alla telefonia (fissa e mobile). L'obiettivo in ambito mobile è di portare su cellulare contenuti e servizi innovativi tramite due direzioni sinergiche con gli altri canali del Gruppo:

- brand extension, finalizzata a far leva sui marchi/formati già ben noti al pubblico televisivo (ad esempio il gioco multimediale della trasmissione *Grand Prix*);
- interattività, finalizzata a creare uno stretto contatto (voting, polling e inbox, ovvero la proposizione di sms durante le trasmissioni) tra l'utente ed i programmi televisivi di maggior successo (*Amici*, *Controcampo*, *La Fattoria*).

Mediaset è l'azionista di controllo di Telecinco, gruppo televisivo spagnolo cui fa capo l'omonima rete televisiva che ha iniziato le sue trasmissioni nel 1990. Telecinco ha rappresentato il fattore determinante di crescita del mercato televisivo iberico diventandone, dal 1996, il punto di riferimento in termini di programmazione, innovazione e profitto. Oggi Telecinco è indiscutibilmente il gruppo televisivo **più redditizio d'Europa**. La società è stata ammessa alla negoziazione nei mercati regolamentati spagnoli a partire dal 24 giugno 2004, meritandosi, a partire dal 2005, l'inserimento nel selettivo **Ibex 30**, l'indice delle maggiori trentacinque società spagnole. Dal primo giorno di quotazione il titolo ha più che raddoppiato il proprio valore (21,23 euro al 30 dicembre 2005) con una capitalizzazione di Borsa pari a 5.258 milioni di euro. Dall'inizio dell'anno la rivalutazione del titolo è stata pari al 40,4%. Nel 2005 il Gruppo Telecinco ha ulteriormente migliorato i già positivi risultati ottenuti nel 2004. I ricavi netti consolidati hanno raggiunto i **931,1 milioni di euro** (+17,4% rispetto al 2004). Il risultato operativo è stato di 413,3 milioni di euro (+40,1%). La redditività operativa è stata pari al 44,4% (37,2% del 2004). L'utile pre-imposte è stato di 421,5 milioni di euro (+39,7%). L'utile netto è pari a **290,3 milioni di euro** (contro i 214,2 del 2004). Il Gruppo Telecinco opera in Spagna come gruppo televisivo integrato nelle seguenti aree di attività:

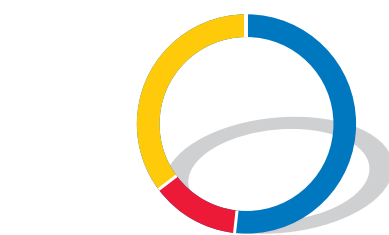
- raccolta pubblicitaria televisiva

(Publiespana)

- raccolta pubblicitaria su mezzi non televisivi sia di Gruppo che di terzi (Publimedia);
 - televisione generalista analogica (Telecinco)
 - agenzia di stampa (Atlas)
 - canali tematici in chiaro trasmessi in digitale terrestre (Telecinco Sport, Telecinco Estrellas)
 - tele-shopping attraverso la joint-venture Publieci Television
 - internet attraverso la joint-venture Europortal Jumpy
 - canale tematico a pagamento attraverso il digitale terrestre
- Esaminiamo ora più in dettaglio, partendo dalla pubblicità, le singole aree di business.

Azionariato Telecinco

31/12/2005



■ Mercato
■ Mediaset
■ Vocento

36,9%
50,1%
13,0%

Pubblicità

Il mercato pubblicitario televisivo spagnolo è il quinto in Europa. Il secondo, dopo l'Italia, per incidenza del mezzo televisivo rispetto al totale degli investimenti sui mezzi classici (secondo i dati Infoadex la percentuale è pari al 43,9%). Rispetto a quella italiana, la situazione competitiva è più frammentata. Oltre a Telecinco, operano: il gruppo pubblico Televisione Espanola, a cui fanno capo due reti (TVE 1 e TVE 2); un'emittente commerciale privata, Antena 3; una federazione di emittenti locali (autonomicas) riunite sotto la sigla La Forta e la piattaforma digitale Digital + che vanta circa 2 milioni di abbonati. A questi si è aggiunto, dalla fine del 2005, il nuovo canale in chiaro Cuatro, nato grazie al cambiamento legislativo che ha consentito la conversione in chiaro della licenza di televisione satellitare a pagamento di Canal +. Nel 2006 è previsto l'avvio delle trasmissioni del canale La Sexta, nuovo operatore al quale è stata concessa licenza analogica. Nel 2005 il mezzo televisivo ha raccolto 2918,8 milioni di euro (+10,1% rispetto al 2004), mentre il settore pubblicitario nel suo complesso ha registrato una crescita dell'8%. La raccolta pubblicitaria televisiva del Gruppo Telecinco ha raggiunto livelli record: **901,1 milioni di euro** (+15,8% rispetto al 2004) e una quota di mercato pari al 31,4%, confermandosi operatore leader nel mercato pubblicitario televisivo spagnolo. Il risultato premia la capacità con cui l'emittente raggiunge le fasce d'ascolto più pregiate e interessanti per gli investitori pubblicitari.

Utile netto 2005 Telecinco
(milioni di Euro)

290,3



La tv generalista

Telecinco ha chiuso il 2005 al primo posto, consolidando con il **22,3%** di share, la posizione indiscussa di prima rete televisiva privata. Questo risultato migliora ulteriormente il 22,1% conseguito nel 2004, che aveva consentito a Telecinco di operare lo storico "sorpasso" nei confronti dell'emittente pubblica TVE1.

Anche in Prime Time Telecinco ha migliorato i risultati del 2004 raggiungendo una quota d'ascolto pari al **23,5%**.

Telecinco detiene inoltre la leadership degli ascolti sul target commerciale, costituito dagli individui compresi nella fascia d'età 16-59 anni, appartenenti a classi sociali medio-alte, residenti in centri urbani con oltre 10.000 abitanti. La share conquistata nel 2005 è stata pari al 24,7% nella media giornaliera e **26,2%** in Prime Time.

I risultati d'ascolto evidenziano indiscutibilmente che Telecinco è l'emittente spagnola preferita dal pubblico anche nel 2005. Viene così premiata la strategia di programmazione fondata su un attento dosaggio di collaudate e innovative produzioni originali ed il costante ricorso all'immediatezza della diretta.

Nel 2005 Telecinco ha accentuato ulteriormente l'orientamento verso l'autoproduzione originale, salita all'**81%** del totale emesso. I due principali generi che caratterizzano e profilano l'offerta di Telecinco sono l'informazione e i programmi d'intrattenimento.

Acquisizione di diritti

Nel 2005 Telecinco ha inoltre sviluppato una politica di investimenti in diritti audiovisivi, applicando un'attenta selezione di tipologie con l'obiettivo di alimentare costantemente e mantenere la disponibilità di prodotto televisivo. In particolare gli investimenti si sono concentrati sul prodotto fiction seriale nazionale, che rappresenta uno dei cardini dell'attuale programmazione assicurando elevati ritorni in termini di apprezzamento da parte del pubblico televisivo.

Sulla base delle attuali disposizioni normative che obbligano gli operatori televisivi spagnoli ad investire il 5% dei ricavi operativi di Gestevisión Telecinco SA in produzioni cinematografiche spagnole ed europee, si sono realizzati importanti investimenti in opere di qualità attraverso la controllata **Estudios Picasso Fabrica de Ficción SAU**.

Il nuovo mondo digitale

Il contesto normativo spagnolo relativamente al settore televisivo ha registrato importanti evoluzioni nel corso del 2005.

In particolare a Gestevisión Telecinco come agli altri operatori televisivi privati sono state conferite le concessioni per la diffusione in chiaro di due nuovi canali digitali che si aggiungono al simulcast del canale analogico già in emissione dal 2002, completando i tre quarti di un multiplex digitale.

Al momento dello switch-off delle trasmissioni analogiche, previsto per legge nel 2010, il multiplex sarà operativamente gestito dall'operatore televisivo.

Telecinco ha pertanto avviato, a partire dal 30 novembre 2005, il canale **Telecinco Sport** dedicato agli eventi sportivi e **Telecinco Estrellas**, quest'ultimo dedicato alla programmazione di contenuti di fiction nazionale ed internazionale.



Lo spagnolo Fernando Alonso, campione del mondo uscente di Formula 1. Telecinco trasmette in esclusiva per la Spagna tutti i Gran Premi.

Produzioni 2005

Tipologie	2004		2005		Variazione	
Film	1.035	11,8%	881	9,3%	(224)	-21,6%
Tv Movies, Miniserie e Telefilm	611	7,0%	628	7,2%	17	2,8%
Cartoni	342	3,9%	224	2,6%	(118)	-34,5%
Totale diritti	1.988	22,6%	1.663	19,0%	(325)	-16,3%
Quiz-game-show	567	6,5%	741	8,5%	174	30,7%
Sport	86	1,0%	210	2,4%	124	144,2%
Documentari e altri	3.877	44,1%	3.678	42,0%	(199)	-5,1%
News	1.910	21,7%	1.844	21,1%	(66)	-3,5%
Fiction interna	312	3,6%	526	6,0%	214	68,6%
Altro	44	0,5%	98	1,1%	54	122,7%
Totale produzioni	6.796	77,4%	7.097	81,0%	247	3,6%
Totale	8.784	100,0%	8.760	100,0%	(24)	-0,3%

Ore di prodotto finito 2005

	2004		2005		Variazione	
		% di incidenza		% di incidenza		%
Intrattenimento e talk show	2.526	55,7%	2.610	54,6%	3,3%	3,3%
Telegiornali	1.648	36,3%	1.600	33,5%	-2,9%	-2,9%
Sport	74	1,6%	182	3,8%	145,9%	145,9%
Giochi e quiz	157	3,5%	199	4,2%	26,8%	26,8%
Soap e serial	38	0,8%	85	1,8%	123,7%	123,7%
Fiction lunga serialità	96	2,1%	102	2,1%	6,3%	6,3%
Totale	4.539	100,0%	4.778	100,0%	5,3%	5,3%

Raccolta pubblicitaria
Publiespana 2005
(milioni di Euro)

901,

Nel contesto di un mercato pubblicitario a vocazione sempre più internazionale, caratterizzato negli ultimi anni dallo sviluppo di forti concentrazioni e da continui spostamenti dei centri decisionali, il Gruppo Mediaset ha affidato a **Publieurope Ltd.**, realtà attiva dal 1996, il compito di organizzare e gestire un adeguato presidio del territorio europeo con l'obiettivo di realizzare fatturati aggiuntivi derivanti:

- dalla ricerca di new business in altri Paesi;
- da costanti contatti con gli headquarter delle multinazionali.

I beneficiari di questa attività sono in primo luogo le reti del Gruppo - Canale 5, Italia 1, Retequattro e Telecinco - ma anche altre reti che hanno affidato alla società la vendita dei loro spazi pubblicitari al di fuori del territorio nazionale.

Publieurope ha infatti sviluppato nel tempo un portafoglio articolato di mezzi che permette di offrire agli investitori internazionali, oltre alle reti del Gruppo, le tedesche **Pro7**, **Sat 1**, **Kabel 1**, **N-24** e **DSF**, che insieme rappresentano oltre il 30% dell'audience televisiva della Germania e l'inglese **Channel 4**, che permette agli inserzionisti pubblicitari di contattare circa il 15% dell'audience commerciale in UK.

Il portafoglio prodotti è completato dalle testate di Mondadori Pubblicità e da **SBS Broadcasting**, il gruppo scandinavo che possiede quote di maggioranza in 10 reti commerciali di 7 Paesi: Belgio, Olanda, Svezia, Norvegia, Danimarca, Ungheria

e Romania.

L'attività commerciale, svolta attraverso le sedi di **Londra, Monaco, Parigi e Losanna**, con la fattiva collaborazione di Publitalia '80 e Publiespana, ha confermato risultati molto soddisfacenti che consolidano il trend degli ultimi anni. Data la natura dell'attività svolta da Publieurope, il contributo ai risultati di Gruppo non risulta materialmente significativo se considerato autonomamente, in quanto, a fronte del rilevante giro d'affari presidiato da Publieurope, per circa il 68% relativo alle reti ed ai mezzi del Gruppo, gli spazi venduti ai clienti internazionali vengono in prevalenza fatturati direttamente dalle rispettive concessionarie nazionali.

In particolare, nel 2005, a fronte di un volume d'affari totale della società pari a oltre **140 milioni** di euro (di cui il 68% a favore delle reti del Gruppo e il 13% a favore di Mondadori) con un incremento del 9% rispetto al precedente esercizio, è stato conseguito un margine di contribuzione pari a oltre 8,3 milioni di euro ed un risultato ante imposte di oltre 3,5 milioni di euro.



Reti televisive internazionali
rappresentate da Publieurope

16

Responsabilità sociale d'impresa

L'affermazione che la risorsa umana è centrale in azienda risulta pienamente coerente con le logiche del business nel quale Mediaset opera. Infatti è la risorsa umana che porta con sé quel patrimonio intellettuale sul quale si fonda il valore intrinseco dell'azienda in termini di potenzialità di crescita e di sviluppo del business. Questa visione di **centralità** trova poi la sua realizzazione concreta nelle attività di gestione e sviluppo e nelle iniziative di supporto alle risorse umane attivate negli ultimi anni.

Il Gruppo Mediaset ha, storicamente, sempre privilegiato lo sviluppo professionale interno rispetto al ricorso al mercato esterno per ricoprire le **posizioni chiave** della propria organizzazione. Questa scelta è coerente sia con la peculiarità dei ruoli professionali, sia con una cultura d'impresa fortemente distintiva. In questo contesto diventa, quindi, fondamentale assicurare:

- l'efficacia della selezione, per garantire l'inserimento di giovani in possesso di alto potenziale individuale;
- il presidio dei percorsi di crescita, anche attraverso processi di mobilità interna, per orientare lo sviluppo delle persone verso ruoli confacenti alle loro caratteristiche;
- la fidelizzazione delle risorse che assicurano livelli di performance eccellenti e manifestano un buon potenziale di crescita;
- l'investimento nella formazione professionale e manageriale interna per sviluppare le competenze distintive dell'impresa.

Composizione del personale

Il personale dipendente delle società appartenenti al Gruppo Mediaset al 31 dicembre 2005 è pari a **5.844** unità (5.662 unità nel 2004). Il personale dipendente delle società in Italia è cresciuto del **4,8%** rispetto al 2004. Si è infatti passati da 4.431 (4.292 a tempo indeterminato) a 4.644 unità (4.453 a tempo indeterminato). La crescita è dovuta principalmente all'acquisizione nel terzo trimestre 2005 delle società appartenenti al Gruppo HSE. Il turnover in uscita (che nel 2004 era stato del 2,2%), si è mantenuto su bassi livelli (1,7% nel 2005) confermando la forte **fidelizzazione** all'azienda. Le risorse del Gruppo Mediaset, presenti su tutto il territorio nazionale, sono prevalentemente

concentrate nell'**area milanese**, ove opera circa il 67% dell'organico distribuito nelle sedi di Cologno Monzese, Segrate, Lissone, mentre la seconda sede per dimensione è rappresentata dall'area di Roma (21,4%).

Al 31 dicembre 2005 operavano inoltre 24 unità principalmente concentrate nella sede di Londra, dipendenti della società Publieurope Limited e 3 unità dipendenti della società lussemburghese Mediaset Investment Sarl. In **Spagna** il personale dipendente delle società appartenenti al Gruppo Telecinco al 31 dicembre 2005 è pari a **1.173** unità (1.152 a tempo indeterminato) rispetto a 1.203 del 2004 (1.158 a tempo indeterminato).

Il personale addetto alla produzione televisiva di Telecinco è concentrato a Madrid.

Il personale di Publiespana e dell'agenzia di notizie Atlas opera anche nelle sedi di Barcellona, Alicante, Siviglia e Bilbao. L'età e l'anzianità media del Gruppo Telecinco evidenziano un profilo giovane e dinamico. La fidelizzazione dei dipendenti è molto alta.

Le risorse umane costituiscono uno dei fattori critici di successo del Gruppo Telecinco. In questa direzione, anche nel 2005, è proseguita la politica di valorizzazione di persone cresciute internamente per l'attività di ideazione e di produzione dei contenuti televisivi. Sono stati implementati i piani di formazione, volti allo sviluppo di capacità creative e gestionali, miglioramento delle conoscenze informatiche, corsi di inglese, utilizzo delle nuove tecnologie, prevenzione dei rischi sul posto di lavoro e appoggio delle iniziative individuali.

Sono i numeri a confermare, anche per il 2005, la politica delle pari opportunità nel gruppo Telecinco, coerentemente con quanto avviene in Italia nel Gruppo Mediaset. Rilevante la presenza di donne a tutti i livelli di responsabilità dell'azienda.

Le qualifiche e i percorsi di carriera

L'attenzione posta alla **crescita** del personale all'interno dell'azienda è testimoniata, oltre che dall'elevata anzianità media (più spinta nelle aree tecniche) e dal basso turn-over in uscita, anche dalla mobilità del personale verso le qualifiche più elevate. L'azienda favorisce la crescita interna offrendo ai dipendenti opportunità di formazione per sviluppare le competenze, sia specialistiche e di mestiere, sia comportamentali e manageriali; inoltre riconosce il maggior valore professionale del collaboratore, con l'affidamento di nuove e/o maggiori responsabilità ed il coerente riconoscimento dell'appropriato livello contrattuale.

Selezione e assunzioni

La politica del Gruppo Mediaset della crescita professionale dall'interno dell'azienda è possibile anche grazie ad una attenta azione di **selezione all'ingresso**; azione che ha il compito di garantire l'inserimento in azienda di personale qualificato, con competenze, attitudini e motivazioni che risultino funzionali nel contesto produttivo. Un forte impulso all'attività di reclutamento, sia di giovani che di persone con una professionalità specifica, è venuto dallo sviluppo del progetto del Digitale Terrestre, della Pay per view, e dall'investimento in ricerca e sviluppo delle nuove tecnologie. Il processo di selezione è facilitato dal grande appeal che l'azienda ha per molti giovani e meno giovani. Infatti il numero di curricula spontanei pervenuti nel 2005, sia in forma cartacea che elettronica, è pari a circa **10.000**, con un incremento del 40% rispetto al 2004. Nel corso del 2005 sono state intervistate 772 persone per la ricerca di posizioni specifiche e per l'offerta di stage formativi. La collaborazione dell'azienda con varie università ha consentito ad un crescente numero di giovani di svolgere un periodo di stage: **179** sono gli stage attivati nel 2005, con un aumento del 19% rispetto al 2004, e con una durata media di 74 giorni.

Politica delle pari opportunità

La politica delle pari opportunità trova conferma nella rilevante presenza **femminile** nell'organico complessivo (**43%**) e dalla presenza di donne a tutti i livelli di responsabilità dell'impresa.

I servizi ai dipendenti

Nella logica della "centralità della persona" è stata ulteriormente sviluppata l'offerta di servizi dedicata ai dipendenti del Gruppo. Il **Mediacenter** rappresenta uno spazio esclusivo nato nel 2004 a Cologno Monzese con alcuni servizi quali: l'asilo nido (con due sedi - Cologno Monzese e MilanoDue - che nel 2005 hanno ospitato rispettivamente 33 e 28 bambini dai 6 mesi ai 3 anni di età); la banca; lo sportello delle Poste; la libreria; l'agenzia viaggi; la para-farmacia; il mini-market; l'area shopping.

Nel 2005 sono stati inaugurati: il ristorante, il bar, la paninoteca, il centro fitness, i servizi artigianali e il **centro medico** in collaborazione con l'Ospedale San Raffaele, dove, a rotazione, si possono effettuare visite specialistiche usufruendo dei servizi assicurativi di Unisalute (polizza medica integrativa dei dipendenti). Sempre nel 2005 sono state siglate convenzioni con 4 istituti bancari, 62 operatori commerciali e 263 punti vendita e un servizio di consulenza assicurativa con la Ras. E' stato avviato un piano integrato di comunicazione su tutte le iniziative del Mediacenter ed è stata attivata una campagna di customer satisfaction per migliorare l'offerta dei servizi nello spirito di attenzione alle esigenze dei dipendenti.

Sicurezza sui luoghi di lavoro, prevenzione ed assistenza

Per perseguire l'obiettivo della salute e della sicurezza sul posto di lavoro sono state realizzate queste iniziative in attuazione del Piano Sanitario: sorveglianza sanitaria, realizzata con **387** visite mediche e **302** visite oculistiche; formazione di 50 incaricati alla gestione delle emergenze; formazione di pronto soccorso (realizzato per i dipendenti dell'area commerciale, tenuto dal personale dell'Ospedale San Raffaele, con attestato finale di adeguatezza per i partecipanti); formazione alla sicurezza per elettricisti (due iniziative, a Milano e Roma, con momenti di aula e workshop esterni); rivisitazione dei documenti di valutazione dei **rischi ambientali** e dei rischi antincendio; analisi ambientali per il controllo della qualità

degli ambienti con misurazioni rispetto ad inquinanti chimici e biologici, microclima, campi elettromagnetici, gas radon, radiazioni ionizzanti, rumore, illuminazione; messa in sicurezza delle postazioni in montagna di Elettronica Industriale (l'attività si è concentrata sulla standardizzazione di una nuova micro-postazione che dovrà sostituire le numerose postazioni esistenti sul territorio nazionale). E' stato avviato un progetto trasversale a tutta l'azienda che prevede la realizzazione di una postazione campione, in funzione da fine 2005. Inoltre è stato revisionato un progetto dedicato alle parti di accesso per i tecnici alle torri alte **150 metri**.

Il personale dipendente Italia

	2004		2005	
	numero	%	numero	%
Dirigenti	308	7,0%	318	6,9%
Giornalisti	335	7,6%	364	8,0%
Quadri	679	15,3%	719	15,7%
Impiegati	3.109	70,1%	3.243	69,4%
Totale	4.431	100,0%	4.644	100,0%

Composizione per qualifica - Italia

	2004		2005	
	uomini	donne	uomini	donne
Dirigenti	237	69	245	66
Giornalisti	166	129	173	136
Quadri	378	301	391	319
Impiegati	1.656	1.356	1.666	1.364
Totale	2.437	1.855	2.475	1.885

Composizione per qualifica - Spagna

	2004		2005	
	uomini	donne	uomini	donne
Dirigenti	56	7	58	10
Giornalisti	44	61	45	63
Quadri	60	48	56	50
Impiegati	479	401	477	393
Totale	639	517	636	516

Iniziative formative

Attività rivolte al personale dipendente

Sono proseguite nel 2005 le iniziative per la formazione manageriale:

- **PROGETTO GIOVANI LAUREATI.** Ridefinito il percorso formativo, il progetto ha preso l'avvio nel novembre 2005 con un workshop di introduzione ed un seminario di presentazione dell'azienda.

Si è concluso il programma per i Giovani Laureati con due seminari sullo sviluppo delle competenze relazionali.

- **FORMAZIONE QUADRI.** Iniziato a marzo 2005, il progetto ha visto la partecipazione di 100 quadri su un percorso di 3 seminari, secondo la formula: "Relazione e comunicazione", "Problem setting, problem solving e decision making" e un terzo seminario su competenze specifiche di ruolo come "la leadership", "il project management" e la "self leadership". Inoltre un gruppo selezionato di quadri ha partecipato ad un seminario sulla "negoiazione".

- **FORMAZIONE DIRIGENTI.** Sono proseguite le iniziative formative per dirigenti con la partecipazione a master e iniziative esterne interaziendali e con l'offerta di percorsi formativi, realizzati internamente, finalizzati allo sviluppo delle caratteristiche distintive manageriali di Mediaset.

- **SCENARI PARALLELI.** Programma di formazione dedicato ai dirigenti di Mediaset, Rti, Videotime ed Elettronica Industriale che offre l'opportunità di partecipare ad alcuni incontri su temi vicini al business aziendale o innovativi, con l'obiettivo di stimolare la curiosità intellettuale, ampiezza di visione e capacità di innovare.

- **SVILUPPO DELLE COMPETENZE PERSONALI e tecnico-professionali:** attraverso seminari aziendali ed interaziendali si è data risposta ad esigenze di sviluppo individuali o di gruppo su abilità relazionali, comunicative e negoziali, gestione dello stress, intelligenza emotiva e temi più specifici rivolti all'aggiornamento su leggi, procedure, impianti e sistemi.

Per i dipendenti dell'area commerciale sono state attivate iniziative specifiche quali:

- **SVILUPPO DELLE ABILITÀ NEGOZIALI** e delle capacità relazionali per il personale che svolge attività commerciali e di coordinamento di progetti complessi.
- **PRESENTAZIONI DI SCENARI** e di ricerche di marketing su impresa, consumi e televisione per tutti i quadri.

- **SEMINARI INTERFUNZIONALI:** per tutti i quadri nei quali sono stati proposti sia temi di carattere economico, che scenari relativi all'evoluzione del prodotto televisivo.

Nel 2005 è stata inoltre attivata una

piattaforma di e-learning, con accesso tramite un'apposita sezione dell'intranet aziendale, all'interno della quale sono stati inseriti: i corsi Microsoft Office (word, power point, excel, outlook) consultabili dai dipendenti senza limitazioni; i corsi sulle leggi (sulla privacy e sulla responsabilità amministrativa); un corso sulle procedure per il rimborso spese viaggi con l'utilizzo di SAP ed il corso di lingua inglese.

Dal 2005 è inoltre entrato in funzione il **Centro di Formazione** di Cologno Monzese, composto da sei aule attrezzate, di cui una dedicata all'informatica, utilizzate per i percorsi istituzionali, per la formazione professionale e per le lezioni di lingua.

Attività aperte a tutti

Sono proseguite nel 2005 le iniziative di formazione rivolte a persone non dipendenti dall'azienda, su competenze collegate con il mondo della televisione commerciale. In particolare:

CAMPUS MULTIMEDIA IN-FORMAZIONE
Il Consorzio Campus nasce dalla collaborazione tra il Gruppo Mediaset e la Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM, allo scopo di creare un polo d'eccellenza per la formazione e la ricerca nel campo dell'economia digitale, dei media e della comunicazione, nonché nei diversi settori interessati ai processi di innovazione tecnologica.

Le iniziative del 2005 sono state:
MASTER IN GIORNALISMO, biennale, riservato a laureati di ogni disciplina di laurea che sostituisce il praticantato giornalistico e consente, al termine del biennio, di sostenere l'esame come giornalista professionista. Dal settembre 2005 il master viene realizzato, per il 1° anno (di teoria), presso lo IULM e per il 2° anno (di pratica) presso il Laboratorio multimediale degli studi di MilanoDue che utilizza la tecnologia di Studio Aperto. Gli allievi sono 15 per ogni anno.
MASTER IN MANAGEMENT MULTIMEDIALE, durata di 12 mesi a tempo pieno, ha l'obiettivo di offrire, in un unico percorso formativo, conoscenze approfondite ed articolate di general management, integrate con conoscenze tecnologiche, giuridiche e di comunicazione. Il percorso formativo è composto di tre fasi: una d'aula, pari a 670 ore di docenza su temi quali: business strategy, organizzazione, amministrazione e controllo, corporate finance, tecnologie della comunicazione, marketing, comunicazione d'impresa, diritto delle imprese della comunicazione; una seconda fase operativa di 190 ore ed una terza fase di stage, della durata di 4 mesi presso le aziende partner dell'iniziativa con l'obiettivo di realizzare un Project Work.

Ore di formazione - Italia

	2005
Manageriale	19.097
Professionale	14.898
Corsi on-line	2.370
Linguistica	10.136
Totale	46.501

MASTER IN INVESTOR RELATIONS E FINANCIAL ANALYSIS, 9 mesi a tempo pieno, con l'obiettivo di formare figure professionali che, grazie all'acquisizione di competenze integrate di analisi strategica, analisi finanziaria e comunicazione, possano inserirsi negli uffici di investor relations in società quotate o quotande, in società d'analisi, banche d'affari e istituti di credito. Il percorso formativo prevede 4 fasi: Pilastri per sviluppare competenze di base in merito al sistema aziendale e alle relazioni tra impresa e mercato finanziario; Corsi avanzati focalizzati sull'analisi delle strategie aziendali, la misurazione del loro valore e la loro comunicazione al mercato finanziario; Corsi multidisciplinari per sviluppare una migliore capacità di analisi e gestione della relazione con il mercato finanziario; Progetti sul campo realizzati presso le aziende partner o d'intesa con esse.

MASTER PUBLITALIA '80

Attivo sin dal 1988, il Master Publitalia è ormai una tradizione nel mondo dei master a disposizione dei giovani laureati che ambiscono ad una carriera nel marketing, nella comunicazione e nell'attività commerciale, riscuotendo un elevato successo nell'inserimento nelle aziende dei giovani allievi. Ha lo scopo di preparare ogni anno un gruppo di laureati (33 nel 2005) con un brillante curriculum scolastico, un'ottima conoscenza della lingua inglese e grandi potenzialità manageriali, offrendo un percorso formativo della durata di 13 mesi a tempo pieno, dei quali 10 in aula e 3 dedicati a progetti formativi presso le società sponsor dell'iniziativa (che nel 2005 sono state 70).

LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E NUOVI CONTENUTI RTI

L'iniziativa, affidata alla direzione di Maurizio Costanzo, con sede a Roma presso gli studi dell'Elios, ha lo scopo di ricercare e sperimentare forme di ibridazione tra contenuti e linguaggi diversi. Il laboratorio si divide in diversi rami:

- **SCUOLA DI TELEVISIONE** che si pone l'obiettivo di offrire percorsi formativi della durata di 6 mesi, a figure specifiche della televisione: autori di intrattenimento, sceneggiatori di fiction, registi e produttori creativi.

- **LABORATORIO DI RICERCA SUL LINGUAGGIO TELEVISIVO**, nato dalla volontà di studiare l'evoluzione e i cambiamenti che l'avvento delle nuove tecnologie (in particolare DTT, Internet, Dvb-h/video cellulari) impone al linguaggio televisivo.

Un recente spot autopromozionale Mediaset



Tutto. Senza chiederti nulla.

La grande sensibilità all'impegno sociale è stata confermata, nel 2005, grazie all'attività di **Mediafriends Onlus** (Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale), costituita tre anni or sono in collaborazione con Mondadori e Medusa. L'associazione ha il compito di ideare, realizzare e promuovere eventi finalizzati alla raccolta di risorse da destinare alla beneficenza ed al finanziamento di progetti mirati. Nel corso della sua attività, Mediafriends ha raccolto oltre **19 milioni di euro**, che sono andati a favore di 7 grandi progetti benefici e 56 progetti di piccole e medie dimensioni, in Italia e nel mondo. Subito dopo lo tsunami, il direttore del Tg4 Emilio Fede ha promosso l'iniziativa **Aiutiamoli**, conclusasi il 31 dicembre 2005, a favore delle popolazioni del Sud Est Asiatico. Italia 1 ha promosso, nel mese di marzo, il concerto **Music for Asia**, per raccogliere fondi a sostegno del programma

dell'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati dello Sri Lanka. Canale 5 ha dedicato due speciali de **La fabbrica del sorriso** per illustrare i progetti già avviati. Tutte le reti Mediaset hanno sostenuto le iniziative di Mediafriends, in particolare i programmi: *Domenica del villaggio, Iene, Festivalbar, Chi ha incastrato lo zio Gerry?* e *Vivere meglio*. E' proseguito, nel 2005, l'impegno di Mediaset sul fronte della promozione culturale, sia attraverso la sponsorizzazione di manifestazioni, sia con iniziative in prima persona come il progetto di restauri cinematografici **Cinema Forever - Dedicato a Carlo Bernasconi**. Inaugurato nel 1995 con lo scopo di salvare capolavori del cinema italiano altrimenti destinati ad andare perduti a causa del degrado delle pellicole, Cinema Forever ha in dieci anni dato nuova vita a 21 pellicole firmate da registi come De Sica, Fellini,

Pasolini, Rossellini, Duvivier, Gallone, Germi, Pietrangeli, che hanno fatto grande la nostra storia del cinema. Tra il 1999 e il 2002, quindici dei film restaurati sono stati donati dal Gruppo Mediaset al Museum of Modern Art di New York per arricchire con pellicole prestigiose del cinema italiano il patrimonio dell'archivio storico del museo, uno dei più illustri del mondo. Una segnalazione merita la collana editoriale **Link**, curata dalla direzione Marketing di Rti e diretta da Marco Paolini. Nel 2005 "Link" ha portato in libreria *Videologo, vent'anni di marchi della tv commerciale*, di Mirko Pajè e Carlo Branzaglia, una storia della tv attraverso la videografica. Sul fronte delle sponsorizzazioni, Mediaset ha promosso, tra gli altri, **Aperitivo in concerto, Mostra del libro antico, Festa del Libro, Festa del Cinema, Premio Cenacolo**.

Da oltre vent'anni Mediaset sostiene e organizza al teatro Manzoni di Milano la rassegna musicale *Aperitivo in concerto*. La manifestazione si è imposta all'attenzione internazionale per il suo impegno a favore della più innovativa e coinvolgente creatività contemporanea: dal jazz alla musica di ricerca, dalle tradizioni etniche alla cosiddetta "musica di confine". Spagna: la crescente importanza che **Telecinco** ha assunto nel panorama televisivo spagnolo conferisce una responsabilità sociale sempre più elevata al gruppo iberico. Fin dal dicembre 1999 Telecinco ha creato un progetto originale per sensibilizzare i telespettatori su 12 temi di interesse sociale. Giunta nel 2005 alla sua sesta edizione, l'iniziativa denominata **12 meses, 12 causas** consente a Telecinco di essere considerata l'emittente spagnola più attenta ai valori sociali secondo la graduatoria della

Fundacion Empresa y Sociedad, che analizza la responsabilità sociale d'impresa. Per **12 meses, 12 causas**, la rete mette a disposizione la programmazione, l'emissione di spot dedicati sul tema del mese e l'offerta, nei diversi programmi, di opinioni e approfondimenti. Nel 2005 Telecinco ha ulteriormente sviluppato l'iniziativa riservando un'apposita sezione del proprio sito internet, avviando iniziative congiunte con testate editoriali e organizzando per il secondo anno consecutivo l'evento "Premios Telecinco 12 meses 12 causas" che ha assegnato riconoscimenti a persone e imprese che si sono distinte in opere e iniziative umanitarie e di solidarietà.

L'adesione di Mediaset al Codice di autoregolamentazione per la tutela dei minori in Tv, promosso nel novembre 2002 dal Ministero delle Comunicazioni, si è inserita in una sensibilità già viva sul problema del rapporto tra televisione e minori, che si è concretizzata, a partire dal 1993, con l'elaborazione da parte dell'Azienda del primo 'Codice di autoregolamentazione convenzionale' e la sottoscrizione del "Codice di comportamento nei rapporti tra Tv e minori", promosso dalla Presidenza del Consiglio nel 1997. In ottemperanza alle direttive del nuovo documento, Mediaset conferma l'impegno a:

- dedicare particolare attenzione alla **fascia protetta** (16.00-22.30), con una programmazione specificamente rivolta al pubblico dei minori su almeno una delle tre reti e con l'esclusione dalle trasmissioni per bambini di pubblicità, spot e trailer giudicati non adatti;
- rafforzare il controllo sulla programmazione del Prime Time, coordinando i palinsesti di prima serata in modo da assicurare - su almeno una delle tre reti - la messa in onda di trasmissioni idonee alla **visione familiare congiunta**;
- consolidare gli interventi informativi volti a dare notizie preventive sui contenuti delle trasmissioni (per es. attraverso "cartelli" a inizio programma o edizioni speciali dei tg) e a evidenziare in modo immediato - nel corso della stessa messa in onda - il pubblico di riferimento di un prodotto (con scritte in sovrapposizione dopo ogni interruzione pubblicitaria).

A sua volta Telecinco ha aderito al **Convenio de Segnaletica** che impone alle tv di identificare i programmi in funzione delle fasce d'età a cui sono destinati. I programmi rivolti ad un pubblico adulto sono identificati da un segnale visivo rosso, accompagnato da un segnale acustico; quelli vietati ai minori di 14 anni hanno una simbologia di colore giallo. Nessun simbolo, invece, per le trasmissioni destinate a tutte le fasce d'età.



Teatro Manzoni di Milano:
sede di "Aperitivo in concerto"

Per comunicare con Mediaset

*Direzione comunicazione
e rapporti media*
20093 Cologno Monzese (Mi)
Viale Europa, 48
Tel. +39 02 2514.9156
Fax +38 02 2514.9271
E-mail: ufficiostampa@mediaset.it
www.mediaset.it

Investor relations
20093 Cologno Monzese (Mi)
Viale Europa, 46
Tel. +39 02 2514.7008
Fax +38 02 2514.8535
E-mail: ir@mediaset.it
www.mediaset.it/investor/

Direzione Creativa e Coordinamento Immagine Mediaset

Direttore creativo: Mirko Pajè
Progetto grafico: Raoul Cilento
Impaginazione: Pasquale Rizzello
Stampa: Leva Arti Grafiche - maggio 2006
Foto di copertina: giokappadue.it

Assemblea Ordinaria e Straordinaria 2006

Avviso di convocazione



AVVISO DI CONVOCAZIONE

I Signori Azionisti di Mediaset S.p.A. (ticker MS) titolari di azioni ordinarie (ISIN IT0001063210 – Sedol 5077946) o eventualmente titolari di ADR (CUSIP 584469407) sono convocati in Assemblée Ordinaria e Straordinaria, in Cologno Monzese (MI), Via Cinelandia n. 5, per il giorno mercoledì 19 aprile 2006, alle ore 10.00, in prima convocazione e, occorrendo, per il giorno giovedì 20 aprile 2006, stessa ora e luogo, in eventuale seconda convocazione per deliberare sul seguente

ordine del giorno

Parte Ordinaria:

A. Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2005

1. Approvazione del Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2005; Relazione del Consiglio di Amministrazione sulla gestione, Relazione della Società di Revisione e Relazione del Collegio Sindacale all'Assemblea; deliberazioni inerenti

2. Approvazione della distribuzione degli utili di esercizio; deliberazioni inerenti

B. Presentazione del Bilancio consolidato al 31 dicembre 2005; Relazione del Consiglio di Amministrazione e Relazione della Società di Revisione

C. Nomina del nuovo Consiglio di Amministrazione

3. Determinazione del numero dei componenti il Consiglio di Amministrazione

4. Determinazione della durata dell'incarico

5. Fissazione del compenso al Consiglio di Amministrazione

6. Nomina dei Consiglieri

7. Nomina del Presidente del Consiglio di Amministrazione

D. Proposta di istituzione di un Piano di "Stock Option"

8. Proposta di istituzione di un piano di "Stock Option" a favore dei dipendenti della Società e delle controllate; deliberazioni inerenti

E. Autorizzazione al Consiglio di Amministrazione per acquisto e alienazione di azioni proprie

9. Autorizzazione al Consiglio di Amministrazione all'acquisto e alienazione di azioni proprie, anche al servizio dei piani di "Stock Option"; deliberazioni inerenti

Parte Straordinaria:

F. Proposta di modifica dello statuto sociale

10. Proposta di modifica dei seguenti articoli dello statuto sociale: 11) Assemblea. 17), 19) e 23) Consiglio di Amministrazione e 27) Collegio Sindacale e introduzione del nuovo art. 28) Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, anche in adeguamento alle disposizioni della Legge 262 del 28 dicembre 2005. Rinumerazione degli articoli dello statuto sociale ed adozione di un intero nuovo testo.

Avranno diritto di intervenire all'assemblea gli azionisti che abbiano richiesto all'intermediario depositario delle azioni, almeno due giorni prima dell'adunanza, il rilascio dall'apposita comunicazione, ai sensi di legge e di statuto.

Ai Signori Azionisti sarà richiesta una votazione separata solo sulle proposte evidenziate da un **numero** nel presente ordine del giorno. Tutte le proposte sono sottoposte all'approvazione degli Azionisti ordinari della società e dei possessori di ADR rappresentativi di azioni ordinarie della Società.

Salvo per le proposte incluse nella lettera C), per le quali il Consiglio di Amministrazione non formula alcuna proposta, il Consiglio raccomanda agli azionisti di esprimere un parere favorevole rispetto a tutte le proposte incluse nel presente ordine del giorno.

Saranno messi a disposizione dei Signori Azionisti, presso il sito della società (www.mediaset.it) nonché presso il sito di Borsa Italiana S.p.A. (www.borsaitaliana.it) tutti i documenti illustrativi delle proposte incluse nel presente ordine del giorno. I Signori Azionisti hanno facoltà di ottenerne copia.

In particolare saranno messi a disposizione dei Signori Azionisti:

- il progetto di bilancio di esercizio e consolidato al 31 dicembre 2005 e le relative relazioni del Consiglio di Amministrazione, a partire dal 24 marzo 2006;
- la relazione del Collegio Sindacale all'Assemblea a partire dal 29 marzo 2006;
- le relazioni della società di revisione relative al bilancio di esercizio e a quello consolidato, a partire dal 29 marzo 2006;
- la relazione del Consiglio di Amministrazione all'assemblea illustrativa degli argomenti all'ordine del giorno, a partire dal 24 marzo 2006;
- la relazione annuale del Consiglio di Amministrazione sulla Corporate Governance 2006, a partire dal 24 marzo 2006;
- lo Statuto sociale della società (già disponibile sui siti)

Ai sensi dell'art. 17 dello Statuto sociale, la nomina dei componenti del Consiglio di Amministrazione sarà effettuata mediante voto di lista. Ogni socio potrà presentare o concorrere alla presentazione di una sola lista ed ogni candidato potrà presentarsi in una sola lista a pena di ineleggibilità. Avranno diritto di presentare le liste i soci che, da soli o insieme ad altri soci, rappresentino almeno il 5% del capitale sociale. Le liste, corredate dei curricula professionali dei soggetti designati e sottoscritte dai soci che le hanno presentate, devono essere depositate presso la sede sociale almeno 5 (cinque) giorni prima di quello fissato per l'Assemblea in prima convocazione, vale a dire entro il 13 aprile 2006. La società, e per essa la Direzione Affari Societari, è sin d'ora a disposizione per ricevere le liste. Entro lo stesso termine di 5 (cinque) giorni, devono essere depositate le dichiarazioni con le quali i singoli candidati accettano la propria candidatura e dichiarano, sotto la propria responsabilità, l'inesistenza di cause di ineleggibilità e di incompatibilità previste dalla legge, nonché l'esistenza dei requisiti eventualmente prescritti dalla legge e dai regolamenti per i membri del Consiglio di Amministrazione.

Gli azionisti depositanti delle liste devono consegnare, preventivamente all'Assemblea ed al più tardi entro l'orario di inizio dei lavori assembleari, la documentazione attestante la propria qualità di azionisti.

Le liste dei candidati al Consiglio di Amministrazione depositate dai Signori Azionisti saranno pubblicate, dopo lo scadere del termine per il deposito delle liste, sul sito della Società (www.mediaset.it).

Si ricorda ai Signori Azionisti che ai sensi dell'articolo 2372 del Codice Civile essi hanno la facoltà di farsi rappresentare in assemblea ai fini dell'esercizio del loro diritto di voto; le singole persone fisiche nominate in rappresentanza degli azionisti individualmente non potranno rappresentare un numero di soci superiore a 200.

Per agevolare la verifica dei poteri rappresentativi loro spettanti, coloro che intendano partecipare all'Assemblea in rappresentanza di Azionisti o di altri aventi diritto possono anticipare la documentazione comprovante i loro poteri alla Direzione Affari Societari della Società; detta documentazione dovrà comunque essere presentata al momento dell'accreditamento per la partecipazione all'Assemblea.

La Direzione Affari Societari di Mediaset è a disposizione per eventuali ulteriori informazioni ai seguenti numeri: tel. +39 02 25149588; fax n. +39 02 25149590 ed all'indirizzo e-mail direzione.affarisocietari@mediaset.it.

Si invitano i Signori Azionisti a presentarsi in anticipo rispetto all'orario di convocazione della riunione, in modo da agevolare le operazioni di registrazione. Le attività di accreditamento dei partecipanti alla riunione avranno inizio un'ora prima di quella fissata per l'apertura dei lavori.

Il Presidente
Fedele Confalonieri

Bilancio Consolidato e Bilancio d'esercizio 2005



Gruppo Mediaset
Bilancio Consolidato 2005

Relazione degli Amministratori sulla gestione



Relazione degli Amministratori sulla gestione

A partire dal 1° gennaio 2005 il Gruppo Mediaset adotta i principi contabili internazionali IAS/IFRS, obbligatori dal 2005 nella redazione dei bilanci consolidati dei Gruppi quotati europei.

L'applicazione di tali principi ha reso necessario rielaborare i dati economico-patrimoniali comparativi per il corrispondente periodo del 2004. Gli effetti generati dall'adozione dei nuovi standard sui risultati economico – patrimoniali del 2004 sono illustrati in dettaglio nell'apposita nota al Bilancio.

Di seguito si sintetizzano i principali risultati ottenuti dal Gruppo Mediaset al 31 dicembre 2005 confrontati con quelli riadeguati secondo i nuovi principi per l'esercizio 2004.

- i **ricavi netti consolidati** ammontano a **3.678,0 milioni di euro**, con un incremento del 7,5% rispetto ai 3.421,6 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente;
- il **risultato operativo (EBIT)**, inclusivo del provento non ricorrente, pari a 43,1 milioni di euro, realizzato attraverso la cessione della quota dell'1,9% di Gestelevision Telecinco, ammonta a **1.244,1 milioni di euro**, in aumento del 14,1% rispetto ai 1.090,5 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente, al netto di ammortamenti e svalutazioni pari a 808,7 milioni di euro (rispetto agli 878,2 milioni di euro dell'anno precedente). La **redditività operativa** sale dal 31,9% del 2004 al **33,8%** (**32,7%** escludendo il provento derivante dalla cessione della quota di Telecinco);
- l'**utile prima delle imposte e della quota di competenza degli azionisti terzi** è pari a **1.202,2 milioni di euro** e registra un incremento del 14,9% rispetto ai 1.046,1 milioni di euro del 2004;
- l'**utile netto** di competenza del Gruppo è pari a **603,4 milioni di euro**, in crescita rispetto ai 549,6 milioni di euro del 2004 e rappresenta il miglior risultato conseguito dal Gruppo nella sua storia;
- al 31 dicembre 2005 i **dipendenti** delle società del Gruppo Mediaset incluse nell'area di consolidamento sono **5.844** (5.662 al 31 dicembre 2004);
- la **posizione finanziaria netta consolidata** passa da +62,0 milioni di euro del 2004 a **-358,0 milioni di euro** al 31 dicembre 2005; su tale variazione ha influito l'esborso per 400 milioni di euro sostenuto a fronte del piano di riacquisto azioni proprie. Nel 2005 la **generazione di cassa** caratteristica del Gruppo escludendo proventi ed esborsi sostenuti a fronte di investimenti partecipativi, del riacquisto di azioni proprie e delle uscite connesse alla distribuzione dei dividendi, è risultata pari a **508,7 milioni di euro**, rispetto ai 708,2 milioni di euro dell'anno precedente.
- La capogruppo **Mediaset S.p.A.** che ha redatto il bilancio secondo i principi contabili nazionali ancora vigenti per la redazione del bilancio d'esercizio, chiude l'esercizio con un utile netto di **1.411,8 milioni di euro** rispetto ai 401,9 milioni di euro del 2004, dopo aver effettuato ammortamenti e svalutazioni per 38,3 milioni di euro e stanziato imposte per 23,8 milioni. Tale risultato include una plusvalenza di 851,1 milioni di euro derivante dalla cessione della quota di partecipazione detenuta in Gestelevision Telecinco SA alla controllata Mediaset Investimenti S.p.A..

I risultati economico consolidati conseguiti dal Gruppo nel 2005, riflettono il positivo andamento della gestione nelle due principali aree geografiche di attività.

In **Italia**, i **ricavi netti consolidati** hanno infatti raggiunto i **2.748,1 milioni di euro**, in crescita del 4,5% rispetto al 2004; il **risultato operativo** è stato pari a **828,7 milioni di euro**, con una crescita del **4,1%** rispetto al 2004; al lordo della plusvalenza generata dalla cessione della quota dell'1,9% di Telecinco, il risultato operativo si attesta a **787,8** mio di euro con una redditività operativa pari al **28,7%** rispetto al **30,3%** del 2004.

Mediaset ha operato nel 2005 in continuità con la strategia di grande attenzione all'evoluzione della tecnologia e del mercato. In un contesto di forte spinta all'innovazione, il 2005 ha comunque ancora una volta confermato la centralità della televisione generalista nel panorama del consumo televisivo nazionale, nonostante il consolidamento sul mercato di diversi soggetti in grado di proporre modelli alternativi di consumo televisivo.

Mediaset ha infatti ottenuto anche nel 2005 importanti risultati sia sul fronte della raccolta pubblicitaria che sul piano editoriale.

In un contesto congiunturale complessivamente ancora difficile e incerto che ha sicuramente contribuito a rallentare il ritmo di crescita degli investimenti pubblicitari, la **raccolta pubblicitaria sulle reti Mediaset** ha raggiunto nel

2005 i **2.955,9 milioni di euro** con un incremento del +3,0% rispetto al 2004, un risultato sensibilmente superiore all'incremento del mercato televisivo, che sulla base dei dati Nielsen, escludendo l'apporto di Publitalia è cresciuto dell'1,9%. L'andamento degli investimenti pubblicitari ha ulteriormente evidenziato importanti fenomeni che contribuiscono a modificare la struttura e la composizione degli investimenti pubblicitari nazionali e di quelli televisivi in particolare, evidenziando un progressivo avvicinamento ai mercati anglosassoni, con una riduzione del peso percentuale del settore tradizionalmente preponderante ossia il largo consumo a favore di settori come le banche, le assicurazioni, la grande distribuzione e le telecomunicazioni.

Al risultato della concessionaria pubblicitaria si accompagna un bilancio pienamente positivo colto dalle **reti Mediaset** in termini di **risultati d'ascolto**.

Le reti Mediaset hanno infatti ottenuto in prima serata una share del 42,8%, in crescita (+0,5%) rispetto al 2004, al contrario delle reti Rai che registrano una flessione di oltre 2 punti. Nel 2005 le tre reti hanno inoltre consolidato la leadership sul proprio pubblico di riferimento costituito dai telespettatori tra i 15 e i 64 anni, rappresentativi del 70% della popolazione italiana e al centro dell'interesse dei clienti pubblicitari, un pubblico molto dinamico e quindi più difficile da soddisfare in termini di proposta editoriale. Su tale target in prima serata Mediaset ha infatti conseguito una share pari al 44,7% (+1,1%), mentre Rai è scesa di quasi 3 punti al 41,8%.

Disaggregando il dato delle tre reti, **Canale 5** in prima serata ha raggiunto nel 2005 una media del 22,5%, in crescita dello 0,3% rispetto all'anno 2004 (Rai 1 è calata dell'1,8%). Tra il pubblico 15-64 anni, Canale 5 è prima rete in prima serata con il 24,1% (+0,7% rispetto al 2004) mentre Rai 1 è al 21,4% (-2,4%). L'andamento per generi evidenzia in *Access prime time* (la fascia 20.30-21.00), la crescita di 1,5 punti di Canale 5 che ha raggiunto il 24,2% mentre Rai 1 è calata di 4 punti (24,8%), la buona affermazione per le prime serate della fiction di Canale 5 con una media che nel 2005 ha raggiunto il 22,8% contro il 22,5% del 2004.

Italia 1 si conferma terza rete italiana in prima serata per il quarto anno consecutivo con l'11,5% e una crescita di +0,3% rispetto al 2004. Tra il pubblico 15-64 anni, Italia 1 sale al 13,2% (+0,6% sul 2004).

Retequattro infine conferma il suo presidio strategico sul pubblico più adulto conquistando il ruolo di terza rete in prima serata con il 13,1%.

A fronte di tali risultati d'ascolto, il livello complessivo dei **costi televisivi**, inclusivi del costo del lavoro e di ammortamenti e svalutazioni, ha registrato nel 2005 una crescita del 3% in linea con quella dei ricavi pubblicitari. Tale andamento oltre a confermare una tendenza strutturalmente riscontrabile negli ultimi anni, rappresenta un risultato di assoluto rilievo poiché ottenuto in un anno in cui Mediaset ha sostenuto un notevole impegno produttivo volto a rinnovare e rafforzare la propria offerta di intrattenimento, informazione e attualità sportiva, come dimostra l'acquisizione dei diritti domenicali degli highlights del Campionato di Calcio di Serie A. Contestualmente nel 2005 si consolida ulteriormente la riduzione degli ammortamenti generati dalla library di diritti televisivi, in cui si accentua ulteriormente la componente di prodotto fiction nazionale.

Nel 2005 Mediaset ha consolidato la propria presenza nei settori complementari al proprio core business operando sui vari fronti delle attività relative alla **televisione digitale terrestre** con una strategia di diversificazione e di business extension che fa leva sulla disponibilità dei propri asset editoriali e tecnologici con l'obiettivo di generare nuove fonti di ricavo che si affiancano a quella caratteristica generata dalla raccolta pubblicitaria.

Sotto questo profilo, il 2005 è stato soprattutto l'anno dell'avvio dell'offerta di contenuti in modalità **Pay Per View**, basato su carta prepagata, con il brand **Mediaset Premium**. Dopo la prima fase dell'offerta commerciale avviata il 22 gennaio 2005 relativa alle partite del girone di ritorno del Campionato di Serie A, dal 28 agosto, con la partenza del nuovo campionato di serie A, è partita la nuova stagione di Mediaset Premium, con un servizio ancora più ricco che prevede tessere ricaricabili, in vendita nei negozi di tv e di elettronica al costo di 10 o 30 euro. La tessera Mediaset Premium, oltre all'acquisto del singolo evento consente anche l'acquisto di pacchetti (relativi ad esempio a tutte le partite della squadra preferita) ed oltre al Grande Calcio di Serie A propone anche il Grande Cinema in Anteprema TV con i migliori film a pochi mesi dall'uscita nelle sale cinematografiche, disponibili anche in lingua originale, con l'opzione sottotitoli in italiano e una qualità audio/video pari a quella del DVD, eventi teatrali e musicali e dall'autunno del 2006 tutte le partite della Uefa Champions League. Nel corso dell'esercizio sono state distribuite dai canali di vendita circa 1,7 milioni di carte prepagate e circa 2 milioni di ricariche che hanno generato un fatturato netto di circa 80 milioni di euro.

Mediaset si è inoltre già assicurata sulla base degli accordi stipulati tra la fine del 2005 e l'inizio del 2006 i diritti di Juventus, Inter e Livorno fino alla stagione 2008/2009 oltre all'opzione per la stagione successiva. Tali diritti saranno

non solo utilizzabili sulla piattaforma digitale terrestre ma comprendono anche i diritti per altre piattaforme distributive come il satellite e il DVB-H, settori verso i quali Mediaset opera in funzione di content-provider come dimostrano gli accordi stipulati con Tim e H3G per la cessione non esclusiva di contenuti televisivi e premium destinati alla trasmissione in tecnica digitale terrestre sui telefonini (DVB-H) e quelli con SKY Italia per la rivendita dei diritti satellitari.

Infine l'accordo sottoscritto a fine 2005 da Mediaset con Europa TV relativo all'acquisto, attualmente subordinato al rilascio delle autorizzazioni da parte delle autorità competenti, da parte di Mediaset delle infrastrutture e delle frequenze digitali che verranno integralmente dedicate alla nuova piattaforma digitale aperta a tutti gli operatori del sistema, consentirà a Mediaset di svolgere un ruolo di primo piano nel progetto di lancio in Italia nella seconda metà del 2006 della prima offerta commerciale di tv mobile in Europa.

Relativamente al potenziamento e all'espansione dell'*infrastruttura di rete*, la copertura della popolazione del primo multiplex digitale per effetto di ulteriori acquisizioni è salita nel 2005 all'80% rispetto al 65% del 31 dicembre 2004. L'acquisizione delle frequenze di Home Shopping Europe perfezionata nel corso del terzo trimestre ha consentito inoltre la creazione da parte di Mediaset di una seconda rete per la trasmissione televisiva in digitale terrestre che ad oggi copre il 68% della popolazione e che ospita per il 40% dello spazio trasmissivo, canali di editori terzi, oltre a veicolare a partire dallo scorso mese di ottobre, *Mediashopping*, il nuovo canale televisivo digitale di home shopping nato dall'esperienza delle vetrine create da Mediaset e trasmesse all'interno dei palinsesti di Canale 5, Italia 1 e Retequattro.

In **Spagna**, al termine di un anno caratterizzato da importanti novità sul piano normativo che hanno favorito l'entrata nel settore televisivo di nuovi soggetti e avviato la fase di sperimentazione verso la televisione digitale, **Telecinco** ha ottenuto ancora una volta eccezionali risultati economici, ottenendo brillanti risultati d'ascolto, pur mantenendo l'abituale politica di rigore sul fronte dei costi.

In particolare la **concessionaria pubblicitaria Publiespana** ha ottenuto nel 2005 un risultato senza precedenti, raggiungendo un fatturato lordo di **886,2 milioni di euro**, in crescita del 15,8% rispetto al 2004. Si tratta di un risultato sensibilmente superiore sia rispetto all'incremento del mercato complessivo (+8,0%) che di quello televisivo (+10,1%), che conferma la concessionaria operatore leader del mercato pubblicitario televisivo spagnolo, al culmine di una trasformazione e modernizzazione del modello di offerta commerciale al servizio della strategia di comunicazione dei clienti. Negli ultimi quattro anni il fatturato di Publiespana è cresciuto di oltre il 50%.

Anche in Spagna, come in Italia, l'elevato trend di crescita dei ricavi pubblicitari va attribuito anche agli eccellenti **risultati d'ascolto**. **Telecinco** ha infatti ottenuto nel 2005 una share media nelle 24 ore pari al 22,3%, confermandosi per il secondo anno consecutivo come la televisione più vista in Spagna. Per il settimo anno consecutivo Telecinco afferma il suo primato nel target commerciale sia nelle 24 ore con una share pari al 24,7% che in Prime Time con una share del 26,2%.

Il **Risultato operativo** di Telecinco ha raggiunto nel 2005 i **413,3 milioni di euro**, in netta crescita rispetto ai 294,9 milioni di euro del 2004, accompagnato da un sensibile incremento della **redditività operativa**, attestatasi al **44,4%** rispetto al 37,2% del 2004.

ANDAMENTO GENERALE DELL'ECONOMIA

Nel 2005 è proseguita la fase espansiva dell'economia mondiale, mantenendosi con una crescita del 4,5% non distante dall'andamento record del 5% registrato nel 2004. A sostenere l'espansione hanno contribuito soprattutto i paesi emergenti, che con Cina e India in testa si sono ormai stabilmente affiancati agli Stati Uniti come forza trainante del sistema economico mondiale. La leggera flessione rispetto all'anno precedente, rilevata a partire dal secondo trimestre, è invece da ricondurre all'aumento dei prezzi delle materie prime e in particolare ai forti aumenti delle quotazioni del greggio.

Nonostante alcune incertezze legate al deficit commerciale e alla lunga serie di rialzi dei tassi di sconto operata dalla FED, il PIL americano ha segnato nella media del 2005 un aumento del 3,5%, spinto soprattutto dalla crescita dell'occupazione e dei consumi privati, su cui non sembrano aver pesato gli effetti delle calamità naturali che hanno interessato parte del Paese.

Se il Giappone non è per il momento completamente uscito dalla lunga fase di ristagno economico, anche l'Europa rimane ancora strutturalmente debole: nonostante i più recenti dati congiunturali indichino un'economia europea in evidente ripresa, la crescita su base annua del Pil (+1,5%) continua ad essere lontana dai livelli americani. Dopo un primo semestre di rallentamento rispetto alle prestazioni del 2004, gli ultimi sei mesi del 2005 hanno fatto segnare un aumento dell'indice di fiducia delle imprese, sostenuto soprattutto dai segnali di rilancio dell'economia tedesca.

La crescita dei paesi dell'area euro mostra anche nel 2005 un'Europa a più velocità: l'incremento del Pil in Spagna (+3,4%) e in Irlanda (+4,4%) è principalmente dovuto alla stabile domanda interna, mentre la lenta ripresa delle esportazioni condiziona ancora i risultati di Germania (+0,9%) e Italia (+0,0%).

In Italia lo scenario congiunturale rimane complessivamente incerto: la crescita della domanda interna si ferma nel 2005 allo 0,7%, dato su cui incide la debolezza dell'economia registrata soprattutto nel primo semestre dell'anno. Tuttavia, a partire dai mesi estivi, iniziano a consolidarsi alcuni segnali di ripresa, derivanti in particolare da un miglioramento della fiducia delle imprese nello scenario economico futuro. Sul fronte dell'inflazione, l'indice dei prezzi al consumo italiano si conferma al 2,2%, solo leggermente superiore al valore medio dell'area euro (2,0%), lasciando invariate le aspettative per il 2006, in cui l'inflazione dovrebbe mantenersi vicina alla media europea.

RISULTATI ECONOMICO FINANZIARI DEL GRUPPO MEDIASET

Risultati economici

Di seguito viene esposto il conto economico per natura riclassificato e sintetico di Gruppo Mediaset. Si precisa che oltre ai risultati intermedi abitualmente riportati vengono indicate a livello di Risultato operativo (EBIT) le componenti di costo e ricavo generate in sede di eventuale dismissione di quote di partecipazioni consolidate che per natura e rilevanza d'importo sono da considerarsi non ricorrenti.

(valori in milioni di euro)

Gruppo Mediaset: Conto economico		
	2005	2004
Ricavi netti consolidati	3.678,0	3.421,6
Costo del lavoro	441,0	409,9
Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	1.227,3	1.043,0
Costi operativi	1.668,3	1.452,9
Margine operativo lordo	2.009,7	1.968,7
Ammortamenti e svalutazioni	808,7	878,2
Risultato operativo della gestione ordinaria	1.201,0	1.090,5
(Minusvalenze)/Plusvalenze da cessione partecipazioni	43,1	-
Risultato operativo (EBIT)	1.244,1	1.090,5
(Oneri)/Proventi finanziari	1,9	18,0
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(43,8)	(62,5)
Risultato ante-imposte	1.202,2	1.046,1
Imposte sul reddito	(454,6)	(393,6)
Risultato netto attività in funzionamento	747,6	652,5
Risultato netto attività discontinue	-	-
(Utile)/perdita di competenza di terzi azionisti	(144,2)	(102,9)
Risultato di competenza del Gruppo	603,4	549,6

Nel prospetto seguente viene riportata l'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati di alcune componenti significative del conto economico di Gruppo.

	2005	2004
Ricavi netti consolidati	100,0%	100,0%
Costi operativi	45,4%	42,5%
Margine operativo lordo	54,6%	57,5%
Ammortamenti e svalutazioni	22,0%	25,7%
Risultato operativo gestione ordinaria	32,7%	31,9%
Risultato operativo (EBIT)	33,8%	31,9%
Risultato ante-imposte	32,7%	30,6%
Risultato di competenza del Gruppo	16,4%	16,1%
Tax rate (% sul risultato ante-imposte)	37,8%	37,6%

Di seguito vengono analizzate le singole linee del conto economico del Gruppo Mediaset, evidenziando separatamente a livello di gestione operativa il contributo economico generato dalle attività nelle due diverse aree geografiche, Italia e Spagna. Si precisa che al fine di evidenziare sinteticamente la contribuzione alla generazione dei risultati di Gruppo nelle due aree geografiche di attività, il conto economico delle attività in Italia viene esposto già al netto dell'importo relativo ai dividendi ricevuti da Gestelevision Telecinco.

Analisi dei risultati per aree geografiche: Italia

Di seguito viene esposto il Conto economico riclassificato e sintetico del Gruppo Mediaset, relativamente alle attività in Italia:

(valori in milioni di euro)

Italia: Conto economico		
	2005	2004
Ricavi netti consolidati	2.748,1	2.629,4
Costo del lavoro	365,9	338,9
Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	947,5	779,4
Costi operativi	1.313,4	1.118,3
Margine operativo lordo	1.434,7	1.511,1
Ammortamenti e svalutazioni	646,9	715,4
Risultato operativo della gestione ordinaria	787,8	795,7
(Minusvalenze)/Plusvalenze da cessione partecipazioni	40,9	-
Risultato operativo (EBIT)	828,7	795,7
(Oneri)/Proventi finanziari	(3,9)	13,5
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	(46,2)	(64,8)
Risultato ante-imposte	778,6	744,4
Imposte sul reddito	(323,5)	(306,1)
Risultato netto attività in funzionamento	455,1	438,4
Risultato netto attività discontinue	-	-
(Utile)/perdita di competenza di terzi azionisti	(0,2)	(0,1)
Risultato di competenza del Gruppo	454,8	438,3

Nel prospetto seguente viene riportata l'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati di alcune componenti significative del conto economico relativamente a tale area:

	2005	2004
Ricavi netti consolidati	100,0%	100,0%
Costi operativi	47,8%	42,5%
Margine operativo lordo	52,2%	57,5%
Ammortamenti e svalutazioni	23,5%	27,2%
Risultato operativo gestione ordinaria	28,7%	30,3%
Risultato operativo (EBIT)	30,2%	30,3%
Risultato ante-imposte	28,3%	28,3%
Risultato di competenza del Gruppo	16,5%	16,7%
Tax rate (% sul risultato ante-imposte)	41,5%	41,1%

Di seguito si evidenzia il contributo al Risultato Operativo delle attività in Italia a livello dei **settori di attività**, individuati, ai sensi dello IAS 14, tenuto conto dell'effettiva rilevanza e della struttura organizzativa e di business del Gruppo. I settori individuati sono:

- Televisione Commerciale in chiaro (**TV Free To Air**), tradizionale core business del Gruppo, che include le attività televisive dei tre network nazionali attualmente trasmessi in modalità analogica, le attività connesse ai canali in chiaro di proprietà distribuiti in tecnologia digitale terrestre (attualmente Boing, canale edito da parte della omonima società a controllo congiunto partecipata da RTI e Turner Broadcasting) e le attività connesse allo sviluppo delle piattaforme trasmissive sul digitale terrestre e delle relative applicazioni interattive;
- attività televisive in modalità **Pay per View** che coincidono con le attività di *Mediaset Premium* avviate dall'inizio del 2005;
- **altre attività** accessorie a quella principale (new media, realizzazione di canali tematici satellitari, altre concessioni pubblicitarie, teleshopping).

(valori in milioni di euro)

Ricavi e Risultati per settori di attività	TV Free to Air		Pay per View		Altre		TOTALE ITALIA	
	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004
Ricavi	2.611,5	2.542,6	44,2	-	92,5	86,7	2.748,1	2.629,4
% sul totale ricavi	95,0%	96,7%	1,6%	-	3,4%	3,3%	100,0%	100,0%
Costi Operativi	1.171,0	1.038,0	54,4	0,2	88,0	80,1	1.313,4	1.118,3
Margine Operativo Lordo	1.440,5	1.504,6	(10,2)	(0,2)	4,5	6,6	1.434,7	1.511,1
Ammortamenti/svalutazioni	622,9	686,8	1,4	18,5	22,5	10,0	646,9	715,4
Risultato Operativo	817,5	817,9	(11,6)	(18,8)	(18,1)	(3,3)	787,8	795,7
% sui ricavi	31,3%	32,2%	-26,2%	-	-19,6%	-3,8%	28,7%	30,3%

Ricavi Netti

2005	2.748,1
2004	2.629,4
var. %	4,5%

I ricavi netti consolidati delle attività domestiche hanno registrato nel 2005 un incremento pari a 118,7 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Tale variazione è attribuibile oltre al maggior fatturato pubblicitario televisivo ai maggiori ricavi relativi alle attività televisive digitali in modalità *Pay per View*, non presente nel 2004, come risulta dal seguente prospetto:

(valori in milioni di euro)

Ricavi per aree di attività	2005	2004
Ricavi pubblicitari lordi Reti Mediaset	2.955,9	2.869,1
Ricavi lordi Canali Digitali	6,2	-
Altri ricavi dell'attività televisiva	63,3	79,1
Sconti d'agenzia	(439,8)	(426,0)
TV Commerciale	2.585,7	2.522,2
Network Operator	25,8	20,4
TOTALE RICAVI TV Free to Air	2.611,5	2.542,6
Pay per View	44,2	-
Ricavi netti da attività non televisive	92,5	86,7
TOTALE RICAVI NETTI CONSOLIDATI	2.748,1	2.629,4

In particolare, relativamente ai ricavi generati dalle attività televisive *free to air* si evidenziano:

- i **ricavi pubblicitari** lordi relativi alle **reti Mediaset**, pari a **2.955,9 milioni di euro**, hanno registrato un incremento di **86,8 milioni di euro**, con una crescita del **+3,0%** rispetto a quelli dello stesso periodo dell'anno precedente;

- i **ricavi** lordi relativi ai **canali digitali** in chiaro pari a 6,2 milioni di euro fanno riferimento alla raccolta pubblicitaria lorda e ad altri proventi relativi al canale Boing, gestito in co-partecipazione con il Gruppo Turner;
- gli **altri ricavi dell'attività televisiva** registrano una riduzione pari a 15,8 milioni di euro, principalmente dovuta alle minori rivendite di diritti d'intrattenimento alla piattaforma satellitare;
- I ricavi generati dall'attività di **network operator** registrano un incremento pari a 5,3 milioni di euro.

Relativamente alle attività televisive con modalità **Pay per View**, l'offerta commerciale *Mediaset Premium* avviata all'inizio dell'esercizio ha generato ricavi da vendita di carte prepagate per 35,9 milioni di euro, di cui 15,2 relativi alle carte vendute con scadenza 30 giugno 2005 e 20,7 milioni di euro ai ricavi contabilizzati per competenza a fronte del controvalore pari a 60 milioni di euro delle vendite di carte prepagate ricaricabili e ricariche in distribuzione dal terzo trimestre. Ai sensi dello IAS 18 i corrispettivi dai distributori da vendita delle carte prepagate e delle relative ricariche (e analogamente anche i costi diretti industriali e di distribuzione) che consentono la fruizione di eventi in modalità Pay per View, vengono ripartiti in funzione della durata di validità residua delle carte vendute non ricaricate e delle ricariche.

Nello stesso periodo sono stati inoltre contabilizzati ricavi netti per 4,6 milioni di euro realizzati dalla cessione dello sfruttamento *adsl* relativo ai diritti (di cui Mediaset detiene anche i diritti criptati per lo sfruttamento in digitale terrestre) delle partite del girone di ritorno del Campionato 2005 e delle prossime due stagioni 2005-2006 e 2006-2007.

I maggiori **ricavi netti da attività non televisive** sono generati dalle attività di tele-shopping anche in virtù dell'avvio dell'attività di vendita diretta seguita all'acquisizione di Home Shopping Europe e dalle attività di raccolta pubblicitaria internazionale e su mezzi non televisivi.

Costi operativi

2005	1.313,4
2004	1.118,3
var. %	17,4%

I costi operativi relativi alle attività domestiche sono cresciuti di 195,1 milioni di euro rispetto a quelli del 2004. 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

2005	365,9
2004	338,9
var. %	8,0%

La variazione del costo del lavoro, pari a 27,0 milioni di euro rispetto al 2004, è connessa sia all'incremento dell'organico medio dovuto sia al maggior volume produttivo richiesto dalle attività televisive che ai maggiori costi assorbiti dalla struttura dedicata alle attività televisive pay per view e dagli effetti dei rinnovi contrattuali intervenuti nel periodo in esame.

Ai sensi dell'IFRS 2 è incluso nel costo del personale anche il fair value dei piani di stock option '03-'04-'05 in corso di maturazione. Il costo complessivo di tali piani è pari nel 2005 a 6,6 milioni di euro rispetto ai 4,6 milioni di euro contabilizzati nel 2004. Nei prospetti seguenti si riportano gli organici puntuali e medi dei periodi in esame. Si evidenzia che l'acquisizione delle attività facenti capo a Home Shopping Europe a partire dal mese di agosto ha comportato l'ingresso nel Gruppo di 115 unità.

Organico puntuale - inclusi "t.d.s."	31/12/2005	31/12/2004
Dirigenti	323	313
Giornalisti	364	335
Quadri	722	682
Impiegati	3.262	3.129
Totale	4.671	4.459

Organico medio - inclusi "t.d.s."	2005	2004
Dirigenti	322	313
Giornalisti	354	331
Quadri	703	666
Impiegati	3.234	3.105
Totale	4.613	4.415

Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi

2005	947,5
2004	779,4
var. %	21,6%

Il complesso dei costi per acquisti, prestazioni di servizi e oneri diversi ha registrato nel 2005 un incremento pari a 168,1 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Tale incremento è dovuto per 122,7 milioni di euro ai **costi operativi delle attività televisive Free To Air**, di cui 99,5 relativi alle attività televisive analogiche a fronte del significativo impegno produttivo richiesto dai palinsesti delle tre reti. Il complesso dei costi televisivi relativi alle reti analogiche, inclusi anche delle componenti legate al costo del lavoro ed agli ammortamenti di diritti televisivi e di altre immobilizzazioni, registra un aumento del 3,0%. Su tale andamento hanno inciso a partire dalla fine di agosto anche i costi relativi ai diritti di sfruttamento in chiaro degli highlights del Campionato di calcio 2005-2006 (acquisiti in esclusiva da RTI per le prossime tre stagioni calcistiche) ed alla connessa nuova produzione domenicale "Serie A".

La variazione residua è dovuta per 34,5 milioni di euro ai costi, in parte variabili, sostenuti a fronte dell'avvio delle attività di **Mediaset Premium** e per 10,8 milioni ai costi prevalentemente variabili di alcune **attività non televisive**.

Margine Operativo Lordo

2005	1.434,7
2004	1.511,1
var. %	-5,1%

Il margine operativo lordo registra una diminuzione rispetto al 2004 pari a -76,4 milioni di euro; l'incidenza percentuale sui ricavi passa dal 57,5% del 2004 al 52,2% del 2005.

Risultato Operativo Italia (EBIT)

2005	828,7
2004	795,7
var. %	4,1%

Il risultato operativo ordinario relativo alle attività domestiche al 31 dicembre 2005 registra un decremento pari a -7,9 milioni di euro sul quale influisce la svalutazione dell'avviamento relativo alle attività on-line di Jumpy per 9,7 milioni di euro. Il complesso di ammortamenti e svalutazioni evidenzia una riduzione di -68,5 milioni di euro, prevalentemente dovuta ai minori ammortamenti di diritti. Per effetto della plusvalenza pari a 40,9 milioni di euro realizzata a seguito della cessione della quota dell'1,9% detenuta in Telecinco, il risultato operativo delle attività italiane si attesta a 828,7 milioni di euro, in crescita di 33,0 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. L'incidenza percentuale del risultato operativo sui ricavi netti consolidati pari al 30,2% è allineata alla percentuale del 2004.

Analisi dei risultati per aree geografiche: Spagna

Di seguito si riporta il conto economico delle attività spagnole, coincidenti con i dati consolidati del Gruppo Telecinco.

(valori in milioni di euro)

Spagna: Conto economico		
	2005	2004
Ricavi netti consolidati	931,1	793,4
Costo del lavoro	75,1	70,9
Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	280,9	264,9
Costi operativi	356,0	335,8
Margine operativo lordo	575,1	457,7
Ammortamenti e svalutazioni	161,8	162,8
Risultato operativo della gestione ordinaria	413,3	294,9
(Minusvalenze)/Plusvalenze da cessione partecipazioni	-	-
Risultato operativo (EBIT)	413,3	294,9
(Oneri)/Proventi finanziari	5,8	4,5
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	2,4	2,4
Risultato ante-imposte	421,5	301,8
Imposte sul reddito	(131,1)	(87,5)
Risultato netto attività in funzionamento	290,4	214,2
Risultato netto attività discontinue	-	-
(Utile)/perdita di competenza di terzi azionisti	(0,1)	-
Risultato di competenza del Gruppo	290,3	214,2

Nel prospetto seguente viene riportata l'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati di alcune componenti significative del conto economico delle attività spagnole.

	2005	2004
Ricavi netti consolidati	100,0%	100,0%
Costi operativi	38,2%	42,3%
Margine operativo lordo	61,8%	57,7%
Ammortamenti e svalutazioni	17,4%	20,5%
Risultato operativo (EBIT)	44,4%	37,2%
Risultato ante-imposte	45,3%	38,0%
Risultato di competenza del Gruppo	31,2%	27,0%
Tax rate (% sul risultato pre-imposte)	31,1%	29,0%

Ricavi Netti

2005	931,1
2004	793,4
var. %	17,4%

Nel corso del 2005 i ricavi netti consolidati generati dal Gruppo Telecinco si sono incrementati di 137,7 milioni di euro, rispetto all'anno precedente.

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

(valori in milioni di euro)

	2005	2004
Ricavi da vendita spot	771,8	672,2
Ricavi da televendite, telepromozioni, sponsorizzazioni	129,2	105,7
Ricavi pubblicitari televisivi lordi	901,1	777,9
Altri ricavi	69,0	63,8
Sconti d'agenzia	(39,0)	(48,3)
Totale ricavi netti consolidati	931,1	793,4

La **raccolta pubblicitaria lorda** di Telecinco ha fatto registrare nel 2005 un andamento estremamente sostenuto, attestandosi a **901,1 milioni di euro**, con una crescita, in termini percentuali pari al 15,8% rispetto al 2004, risultato nettamente superiore a quello registrato dal mercato di riferimento.

Hanno contribuito a questo risultato la combinazione delle principali leve, dall'ottimizzazione degli spazi, al maggior numero di contatti generati, al recupero dei prezzi sostenuti dal forte dinamismo del mercato, al lancio di nuovi prodotti, all'ulteriore rilevante incremento del fatturato dell'area *Iniziative Speciali*. In particolare, nel corso del 2005 i ricavi da vendita di spot hanno registrato un incremento del 14,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, mentre il fatturato dell'area *Iniziative Speciali* (televendite, telepromozioni e sponsorizzazioni) è cresciuto del 22,2%.

La variazione positiva negli **altri ricavi** è dovuta ai maggiori proventi generati da traffico telefonico attraverso produzioni televisive e a maggiori ricavi di *Publimedia Gestion*, società controllata da Publiespana che gestisce la raccolta pubblicitaria anche su mezzi non televisivi. Nel 2005, i ricavi di *Publimedia* ammontano a 23,8 milioni di euro con una crescita pari all'11%. Complessivamente i **ricavi pubblicitari lordi** del Gruppo Telecinco raggiungono pertanto nel 2005 i **910,0 milioni di euro** con una crescita del 15,7% rispetto al 2004.

Costi operativi

2005	356,0
2004	335,8
var. %	6,0%

I costi operativi del Gruppo Telecinco registrano un aumento pari a 20,2 milioni di euro rispetto al 2004. 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. Al fine di un più corretto apprezzamento degli andamenti economici di periodo, si evidenzia comunque che i costi complessivi del Gruppo Telecinco, inclusivi anche delle componenti legate al costo del lavoro ed agli ammortamenti e svalutazioni, hanno mostrato nel 2005 una crescita estremamente contenuta pari al 3%.

Costo del lavoro

2005	75,1
2004	70,9
var. %	5,9%

Il costo del lavoro delle società del Gruppo Telecinco, mostra rispetto all'anno precedente un incremento pari a 4,2 milioni di euro.

Organico puntuale - inclusi "t.d.s."	31/12/2005	31/12/2004
Dirigenti	68	64
Giornalisti	110	105
Quadri	116	118
Impiegati	844	875
Operai	35	41
Totale	1.173	1.203

Organico medio - inclusi "t.d.s."	2005	2004
Dirigenti	67	66
Giornalisti	116	104
Quadri	119	120
Impiegati	845	890
Operai	38	43
Totale	1.185	1.223

Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi

2005	280,9
2004	264,9
var. %	6,0%

I costi complessivamente sostenuti per acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi hanno registrato nel 2005 una crescita di 16,0 milioni di euro rispetto al 2004. L'incremento dei costi operativi delle produzioni è infatti sostanzialmente compensato nel periodo dalla diminuzione della componente di costo rappresentata dagli ammortamenti relativi ai diritti televisivi.

Margine Operativo Lordo

2005	575,1
2004	457,7
var. %	25,6%

In virtù del forte incremento dei ricavi netti e della più contenuta crescita dei costi, il margine operativo lordo registra nel 2005 un aumento rispetto al 2004 pari a 117,4 milioni di euro; l'incidenza percentuale sui ricavi netti consolidati passa dal 57,7% del 2004 al 61,8% del 2005.

Risultato Operativo Spagna (EBIT)

2005	413,3
2004	294,9
var. %	40,1%

Nel 2005 il risultato operativo dell'Area Spagna raggiunge i 413,3 milioni di euro, con un'incidenza percentuale sui ricavi netti pari al 44,4% (37,2% nel 2004).

Di seguito l'analisi delle altre componenti del conto economico viene condotta con riferimento al complesso del Gruppo Mediaset.

Risultato Operativo di Gruppo (EBIT)

2005	1.244,1
2004	1.090,5
var. %	14,1%

Il maggior risultato operativo del 2005 rispetto a quello del 2004 è attribuibile per 33,0 milioni di euro alle attività domestiche e per 118,4 milioni di euro al Gruppo Telecinco.

(Oneri)/Proventi finanziari

2005	1,9
2004	18,0
var. ml./euro	(16,1)

I minori proventi finanziari netti del 2005 sono dovuti al venir meno dei proventi netti per 35 milioni di euro realizzati nel 2004 a fronte del diritto di usufrutto economico e del contratto di total return swap realizzati in sede di quotazione di Telecinco.

Risultato partecipazioni

2005	(43,8)
2004	(62,4)
var. ml./euro	18,6

Gli oneri netti generati nel 2005 sono dovuti alla svalutazione per 50,7 milioni di euro della partecipazione del 2,73% in Hopa S.p.A. effettuata per allineare il valore di carico al corrispettivo della cessione di tale partecipazione realizzata a gennaio 2006 attraverso l'esercizio dell'opzione put concessa a Mediaset da Fingruppo nel 2001 in sede di acquisto della partecipazione. Gli oneri registrati nel 2004 erano relativi principalmente alla svalutazione della partecipazione in Albacom S.p.A. sulla base dei termini dell'accordo relativo alla cessione della partecipazione perfezionata a febbraio 2005.

Risultato ante-imposte e quote di terzi

31/12/2005	1.202,2
31/12/2004	1.046,1
var. %	14,9%

La variazione positiva pari a 156,1 milioni di euro è relativa per 34,2 milioni di euro alle attività in Italia e per 119,7 milioni di euro al Gruppo Telecinco.

Risultato netto

2005	603,4
2004	549,6
var. %	9,8%

Il risultato netto del Gruppo Mediaset registra un incremento pari a 53,8 milioni di euro rispetto all'esercizio precedente. Il tax rate di Gruppo è pari a 37,8% in linea rispetto al 37,6% del 2004.

Struttura patrimoniale e finanziaria

Di seguito viene presentata il prospetto di Stato patrimoniale riclassificato e sintetico consolidato che nel successivo prospetto di Bilancio viene presentato secondo lo schema che evidenzia la quota corrente e non corrente di attività e passività. In tale prospetto di sintesi le attività e passività destinate alla vendita sono incluse nelle categorie di riferimento.

(valori in milioni di euro)

Gruppo Mediaset - Sintesi Patrimoniale	31/12/2005	31/12/2004
Diritti televisivi	2.086,5	1.996,5
Avviamento e differenze di consolidamento	368,8	396,4
Altre immobilizzaz. immateriali e materiali	853,0	621,9
Partecipazioni e altre immobilizzazioni finanziarie	136,0	140,2
Capitale circolante netto e altre attività/passività	(75,3)	(4,7)
Fondo trattamento di fine rapporto	(132,0)	(115,9)
Capitale investito netto	3.237,0	3.034,4
Patrimonio netto di Gruppo	2.593,9	2.865,3
Patrimonio netto di terzi	285,1	231,1
Patrimonio netto	2.879,0	3.096,4
Posizione finanziaria netta	(358,0)	62,0

Di seguito sono sintetizzate le principali variazioni intervenute nella situazione patrimoniale del 31 dicembre 2005 rispetto al 31 dicembre 2004.

L'incremento del complesso dei **diritti televisivi** è principalmente dovuto alla formalizzazione dell'acquisto a fine 2005 dei diritti criptati della Juventus con decorrenza per le stagioni 2007-2009.

La voce **avviamento e differenze di consolidamento** registra una variazione pari a -27,6 milioni di euro, di cui 24,6 milioni di euro dovute alla cessione della quota dell'1,9% detenuta in Telecinco e 9,7 milioni a fronte della svalutazione dell'avviamento relativo alle attività del portale Jumpy acquisito nel 2001. L'incremento per 6,5 milioni di euro si è invece generato per effetto dell'operazione di acquisizione delle attività di Home Shopping Europe avvenute nel corso del terzo trimestre dell'esercizio.

L'incremento del complesso delle **Altre immobilizzazioni** è imputabile per 132,5 milioni di euro alle attività acquisite con l'aggregazione d'impresa di Home Shopping Europe, per effetto della quale sono stati imputati in sede di allocazione del prezzo pagato i valori correnti delle frequenze televisive pari a 115,7 milioni di euro e di altri beni intangibili specifici per 12,4 milioni di euro. La variazione residua è imputabile oltre che agli ammortamenti di periodo ad investimenti in immobili per 19,6 milioni di euro (relativi all'acquisto perfezionato nel primo semestre del complesso immobiliare a uso direzionale e servizi di Cologno Monzese) ed altri investimenti prevalentemente tecnici connessi alla digitalizzazione dei multiplex.

La voce **partecipazioni e altre attività finanziarie** recepisce la svalutazione per 50,7 milioni di euro della partecipazione detenuta in Hopa e l'iscrizione del credito di 49,2 milioni di euro vantato nei confronti di British Telecom a fronte della cessione della partecipazione di Albacom avvenuta nel mese di febbraio.

La variazione del **Patrimonio netto** è dovuta oltre al risultato netto di periodo, alla distribuzione dei dividendi per 448,8 milioni di euro da parte della Capogruppo e per 86,1 milioni di euro da parte della controllata Gestelevision Telecinco ai soci terzi e in diminuzione per 433,4 milioni di euro relativi al costo delle azioni proprie acquisite nei nove mesi, di cui 400 milioni relative alle azioni acquistate nell'ambito del piano di riacquisito (buyback). La variazione residua è principalmente imputabile alle riserve di copertura di Cash flow hedge, alla riserva che accoglie la contropartita del costo dei piani di stock option per il controvalore maturato a partire dall'esercizio di assegnazione e la contropartita degli utili e perdite attuariali maturate nell'esercizio in relazione alla valutazione dei Piani per benefici ai dipendenti (TFR).

Di seguito viene esposto separatamente per i periodi in esame il dettaglio delle situazioni patrimoniali delle due aree geografiche, Italia e Spagna. Si precisa che la situazione patrimoniale relativa alle attività in Italia include nella voce "Partecipazioni e altre attività finanziarie" il valore di carico della partecipazione (pari del 50,1%) detenuta in Geste-vision Telecinco, elisa in sede di consolidamento.

(valori in milioni di euro)

Stato Patrimoniale per area geografica	Italia		Spagna	
	31/12/2005	31/12/2004	31/12/2005	31/12/2004
Diritti televisivi	1.913,2	1.803,9	173,3	192,7
Avviamento differenze di consolidamento	15,0	18,1	-	-
Altre immobilizzazioni immateriali e materiali	732,9	519,6	120,0	102,2
Partecipazioni e altre immobilizzazioni finanziarie	705,2	748,3	5,8	5,1
Capitale circolante netto e altre attività/passività	11,1	61,5	(83,8)	(66,2)
Fondo trattamento di fine rapporto	(132,0)	(115,9)	-	-
Capitale investito netto	3.245,4	3.035,5	215,3	233,8
Patrimonio netto di Gruppo	2.530,0	2.851,8	570,7	477,7
Patrimonio netto di terzi	1,6	1,4	0,4	0,4
Patrimonio netto	2.531,6	2.853,2	571,1	478,1
Posizione finanziaria	(713,8)	(182,3)	355,8	244,3

Nel prospetto seguente, la situazione patrimoniale di Gruppo al 31 dicembre 2005 viene scomposta al fine di evidenziare gli effetti appena commentati derivanti dal consolidamento integrale delle partecipazioni nel Gruppo Telecinco.

(valori in milioni di euro)

Sintesi Patrimoniale - 31/12/2005	Italia	Spagna	Eliminazioni/ Rettifiche	Gruppo Mediaset
Diritti televisivi	1.913,2	173,3	-	2.086,5
Avviamento e differenze di consolidamento	15,0	-	353,8	368,8
Altre immobilizzaz. immateriali e materiali	732,9	120,0	-	853,0
Partecipazioni e altre immobilizzazioni finanziarie	705,2	5,8	(577,4)	136,0
Capitale circolante netto e altre attività/passività	11,1	(83,8)	-	(75,3)
Fondo trattamento di fine rapporto	(132,0)	-	-	(132,0)
Capitale investito netto	3.245,4	215,3	(223,7)	3.237,0
Patrimonio netto di Gruppo	2.530,0	570,7	(506,8)	2.593,9
Patrimonio netto di terzi	1,6	0,4	283,1	285,1
Patrimonio netto	2.531,6	571,1	(223,7)	2.879,0
Posizione finanziaria	(713,8)	355,8	-	(358,0)

La **posizione finanziaria netta** di Gruppo al 31 dicembre 2005 è la risultante dell'indebitamento netto relativo alle attività domestiche, pari a -713,8 milioni di euro e della liquidità netta del Gruppo Telecinco pari a 355,8 milioni di euro.

Di seguito si riporta il prospetto di rendiconto finanziario sintetico sia complessivo di Gruppo che scomposto per area geografica. Tali prospetti evidenziano le principali determinanti della dinamica finanziaria nei periodi in esame.

(valori in milioni di euro)

	Gruppo Mediaset		Italia		Spagna	
	31/12/2005	31/12/2004	31/12/2005	31/12/2004	31/12/2005	31/12/2004
Posizione finanziaria netta iniziale	62,0	(198,9)	(182,3)	(451,4)	244,3	252,5
Free Cash Flow	507,3	706,5	198,2	465,2	309,1	241,3
- Flusso di cassa operativo (*)	1.606,8	1.601,0	1.142,4	1.199,0	464,4	402,0
- Investimenti Diritti	(823,9)	(827,6)	(690,6)	(673,0)	(133,3)	(154,6)
- Altri Investimenti	(182,8)	(177,1)	(173,1)	(167,1)	(9,7)	(10,0)
- Disinvestimenti	37,8	6,4	36,0	1,4	1,8	5,0
- Aggregazioni d'impresa	(114,2)	-	(114,2)	-	-	-
- Variazione Circolante / Altre Attività e Passività	(16,4)	103,8	(2,3)	104,9	(14,1)	(1,1)
(Riacquisti)/vendite azioni proprie	(445,0)	6,3	(418,6)	6,4	(26,4)	(0,1)
Partecipazioni	48,2	(63,3)	47,8	(63,1)	0,4	(0,2)
Dividendi incassati	4,4	2,8	89,9	131,9	1,1	0,9
Dividendi distribuiti	(534,8)	(391,3)	(448,8)	(271,3)	(172,6)	(250,0)
Avanzo/Disavanzo	(420,0)	261,0	(531,5)	269,1	111,5	(8,1)
Posizione finanziaria netta finale	(358,0)	62,0	(713,8)	(182,3)	355,8	244,3

(*): Risultato netto +/- quota minoritari + ammortamenti +/- accantonamenti netti +/- risultato valutazione partecipazione a equity + variazioni riserve da valutazione - plus/minus su partecipazioni

La **generazione di cassa** caratteristica del Gruppo (**free cash flow**) è risultata pari a **507,3 milioni di euro** con una riduzione rispetto allo stesso periodo del 2004 di -199,2 milioni di euro. In Italia la riduzione pari a -267,0 milioni di euro è dovuta alle maggiori uscite per imposte, che nel 2004 avevano beneficiato del minor carico fiscale dell'esercizio 2003, ed ai flussi di cassa netti pari a 114,2 milioni di euro, esposti nella voce **aggregazioni di impresa**, derivanti dall'acquisizione del ramo d'azienda di Home Shopping Europe Broadcasting e della partecipazione di Home Shopping Europe S.p.A. In Spagna la generazione di cassa caratteristica è stata pari a 309,1 milioni di euro con un incremento pari a +67,8 milioni di euro rispetto allo stesso periodo del 2004.

Al 31 dicembre 2005 la gestione **partecipazioni** ha generato un incasso netto di 46 milioni di euro a fronte dei proventi derivanti dalla cessione della quota dell'1,9% in Telecinco (76,6 milioni di euro) e degli esborsi netti sostenuti in sede di cessione della partecipazione in Albacom (29,7 milioni di euro). Al 31 dicembre 2004 la voce partecipazioni comprendeva principalmente per 78,2 milioni di euro le uscite di cassa relative all'aggiustamento prezzo, determinato in sede di quotazione di Telecinco relativamente alla quota del 12% acquisita da Vocento nel 2003, per 19,5 milioni di euro le uscite connesse al finanziamento soci infruttifero versato ad Albacom e per 45 milioni di euro i proventi netti incassati, in sede di quotazione in Borsa di Telecinco, in relazione al contratto di usufrutto con ICE Finance e al contratto di *total return swap* stipulato a fine 2003.

PRINCIPALI OPERAZIONI SOCIETARIE E PARTECIPAZIONI

Nel corso del 2005 si segnalano relativamente alle società controllate ed alle partecipazioni detenute dal Gruppo le seguenti principali operazioni:

■ **Cessione dell'1,9% di Gestevision Telecinco SA**

In data 18 gennaio Mediaset Investment S.a.r.l. ha ceduto attraverso una vendita in blocco a JP Morgan Securities Ltd., la quale ha ricollocato la quota sul mercato presso investitori istituzionali, 4.600.000 azioni ordinarie di Gestevision Telecinco S.A. pari a circa l'1,9% del capitale sociale. La cessione avvenuta ad un prezzo unitario di 16,65 euro, fissato sulla base del valore di Borsa di chiusura del giorno precedente e delle offerte ricevute, ha determinato per Mediaset un incasso di circa 77 milioni di euro.

■ **Cessione della partecipazione in Albacom**

In data 4 febbraio in seguito all'ottenimento delle autorizzazioni da parte delle competenti autorità Antitrust, Mediaset S.p.A. e gli altri soci venditori, ENI S.p.A. e Banca Nazionale del Lavoro hanno dato esecuzione agli accordi sottoscritti in data 3 dicembre 2004 perfezionando la cessione a British Telecom delle rispettive quote detenute in Albacom al socio British Telecom Plc (BT). L'operazione ha comportato la cessione da parte di Mediaset ed ENI del credito acquistato pro-quota da BNL (quota Mediaset pari a 48,8 milioni di euro) relativo al finanziamento di 250 milioni di euro concesso dalla stessa BNL ad Albacom che i soci di Albacom già garantivano proporzionalmente alla loro quota ed il rimborso da parte di Albacom del finanziamento infruttifero versato dai soci nel corso del 2004 (quota Mediaset 19,5 milioni di euro).

■ **Acquisizione del ramo d'azienda di Home Shopping Europe Broadcasting e della partecipazione di Home Shopping Europe S.p.A.**

Nel mese di luglio il Gruppo Mediaset ha operato l'acquisizione del complesso aziendale riconducibile al Gruppo Home Shopping Europe S.p.A. L'operazione è stata perfezionata attraverso l'acquisizione in data 23 luglio 2005 da parte di RTI S.p.A. da Home Shopping Europe Broadcasting S.p.A. del ramo d'azienda relativo ad impianti e frequenze televisive per un corrispettivo di 100 milioni di euro, mentre in data 29 luglio 2005, RTI S.p.A., in esecuzione degli impegni precedentemente assunti con Convergenza S.C.A., ha acquisito il 100% del capitale sociale di Home Shopping Europe S.p.A. per un ammontare pari a 112,7 milioni di euro, di cui 10 milioni di euro versati nel mese di marzo e 102,7 milioni di euro versati contestualmente all'acquisizione.

Prima dell'acquisizione da parte di Mediaset le trasmissioni analogiche dell'emittente Canal D sono cessate definitivamente; le frequenze di Home Shopping Europe Broadcasting sono state digitalizzate al fine di creare un nuovo multiplex digitale terrestre che ospita almeno per il 40% dello spazio canali di editori terzi.

Nell'ambito del progetto di razionalizzazione societaria avviato successivamente all'acquisizione, in data 21 dicembre 2005 l'assemblea degli azionisti di Home Shopping Europe S.p.A. ha deliberato (con efficacia giuridica dal 30 dicembre) la cessione del ramo d'azienda costituito dalle attività di commercializzazione, distribuzione e vendita di beni e servizi nella controllata Media Shopping S.p.A., nuova denominazione sociale assunta in data 18 novembre 2005 dalla società Home Shopping Europe Broadcasting S.p.A..

■ **Piano di acquisto azioni proprie**

In data 13 settembre il Consiglio di Amministrazione di Mediaset ha deliberato nei limiti della delibera di autorizzazione per l'acquisto di azioni proprie conferito dall'Assemblea degli azionisti del 29 aprile 2005 di procedere alla realizzazione di un Piano di Riacquisto di azioni proprie (Buyback) sul Mercato Regolamentato su massime 41.370.000 azioni ordinarie, pari al 3,5% del capitale sociale, limite elevato al 3,81% per effetto della delibera del Consiglio di Amministrazione di Mediaset dell'8 novembre e comunque per un controvalore complessivo massimo di 400 milioni di euro.

Il piano di riacquisto è finalizzato all'investimento di liquidità; le azioni acquistate non saranno pertanto destinate a presenti o futuri piani di stock option e non saranno cedute fino alla data dell'Assemblea di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2005.

I riacquisti sono stati effettuati nei limiti del 25% degli scambi giornalieri e comunque non oltre il milione di azioni, ad un prezzo non superiore al minore tra 12,294 euro (prezzo di riferimento del titolo del giorno prece-

dente la delibera maggiorato del 20%) e il prezzo di riferimento del titolo nella seduta precedente ogni operazione di acquisto, maggiorato del 20%.

Mediaset ha incaricato Mediobanca di realizzare il suddetto piano di Acquisto nel rispetto dei parametri prefissati.

Il piano si è concluso in data 22 dicembre 2005 con il riacquisto di complessive 42.930.000 azioni ordinarie equivalenti al 3,634% del capitale sociale per un controvalore di 400 milioni di euro.

■ **Accordo per l'acquisto delle frequenze di Europa TV**

In data 16 dicembre 2005 il Gruppo Mediaset e Europa TV S.p.A. hanno sottoscritto un contratto avente per oggetto l'acquisizione della partecipazione nella società Newco S.r.l., in una misura compresa tra il 51% e il 100%. A tale società, di nuova costituzione, Europa TV S.p.A. conferirà il ramo d'azienda relativo agli impianti televisivi che saranno successivamente digitalizzati e dedicati integralmente alla nuova rete DVBH. In alternativa il Gruppo Mediaset potrà acquisire il ramo d'azienda. Il prezzo complessivo è stato fissato in 185,0 milioni di Euro. Il perfezionamento di tale contratto è subordinato al rilascio, entro il 15 novembre 2006, del nulla osta da parte delle Autorità regolamentari e di settore.

■ **Concentrazione della partecipazione in Gestevision Telecinco**

In data 29 dicembre Mediaset S.p.A. ha ceduto alla controllata totalitaria Mediaset Investimenti S.p.A. società costituita in data 24 ottobre 2005, la propria partecipazione, pari al 25% del capitale, in Gestevision Telecinco S.A. per un corrispettivo di 947,7 milioni di euro. L'operazione è finalizzata alla concentrazione della partecipazione detenuta dal Gruppo Mediaset in Telecinco in un'unica società italiana controllata in via totalitaria da Mediaset S.p.A., processo ultimato nel mese di gennaio 2006 con la cessione a Mediaset Investimenti S.p.A. della quota del 25,13% detenuta dalla controllata lussemburghese Mediaset Investment Sarl.

SVILUPPI DEL QUADRO LEGISLATIVO DEL SETTORE TELEVISIVO

Assetto Normativo

Con decreto legge n. 273 del 30 dicembre 2005 (art. 19), convertito in legge in data 9 febbraio 2006, il termine previsto dalla legge 66/01, entro il quale deve attuarsi la completa conversione del sistema televisivo dalla tecnica analogica a quella digitale, è stato spostato dal 31 dicembre 2006 al 31 dicembre 2008; il termine è stato così allineato alle indicazioni emerse in sede Europea.

E' stato inoltre definito che verranno individuate "Aree all digital" nelle quali accelerare il processo di transizione; tali aree si aggiungeranno alle regioni della Sardegna e della Valle d'Aosta dove tale processo è già avviato.

Nel corso dell'anno, il Governo su delega del legislatore (art. 16 L. 112/04) ha provveduto ad approvare (decreto legislativo n. 177 del 31 luglio 2005) il "Testo unico della radiotelevisione" accorpando e razionalizzando così i vari provvedimenti normativi in materia radiotelevisiva.

Riguardo più specificatamente il settore pubblicitario è da sottolineare la recente definitiva approvazione della norma che abroga il divieto di utilizzo di minori nei messaggi pubblicitari radiotelevisivi.

Attività delle Autorità di controllo

AGCOM

Il ricorso al Tar Lazio avviato contro il provvedimento sanzionatorio comminato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell' art. 1 c.31 della L.249/97 pari al 2% del fatturato pubblicitario dell'anno 2003 sia di R.T.I. che di Publitalia, è stato pienamente accolto.

Il Tribunale Amministrativo, in data 23 novembre 2005, ha annullato la sanzione non ritenendo che il richiamo a non porre in essere atti contrari alla legge sia un provvedimento amministrativo cogente in quanto non individua alcun comportamento specifico atto a scongiurare l'inosservanza di un divieto di legge.

L'Autorità contro tale provvedimento ha presentato ricorso al Consiglio di Stato in data 10 febbraio c.a..

In osservanza alle misure imposte al gruppo Mediaset dall'Autorità con provvedimento n. 136/05, a partire dal 7 marzo 2006 è stata affidata a Promoservice S.p.A., quale società diversa da Publitalia '80 S.p.A., la raccolta pubblicitaria per le trasmissioni digitali terrestri diverse dal simulcast.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

In **Italia**, nei primi due mesi del 2006 le reti Mediaset ottengono una share pari al 42,5% in Prime Time e al 41,2% nel totale giornata.

Le reti Mediaset confermano l'indiscusso primato sul target commerciale (15-64 anni) superando Rai in tutte le fasce orarie. Sempre sullo stesso target Canale 5 mantiene il primo posto davanti a Rai I con un distacco di oltre quattro punti di share in tutte le fasce di riferimento.

L'andamento del mercato pubblicitario mostra nei primi mesi del 2006 elementi di continuità con l'anno precedente. Persistono infatti le difficoltà che avevano caratterizzato il 2005, in particolare per quanto riguarda i prodotti grocery, che scontano la contrazione dei consumi.

Tuttavia il confronto con il primo trimestre è per Publitalia positivo e dovrebbe portare ad un incremento della raccolta pubblicitaria compreso fra il 2% ed il 3%. I primi segnali di una ripresa dei consumi, se confermati, potrebbero costituire l'elemento di spinta per una seconda parte dell'anno ancora più dinamica.

Positivi anche i risultati di Mediaset Premium, in virtù dell'offerta in Pay per view delle partite di Serie A, di Grande Fratello 24 ore e della Fattoria: dal lancio del luglio 2005 sono state vendute 1,9 milioni di carte prepagate e 2,1 milioni di ricariche.

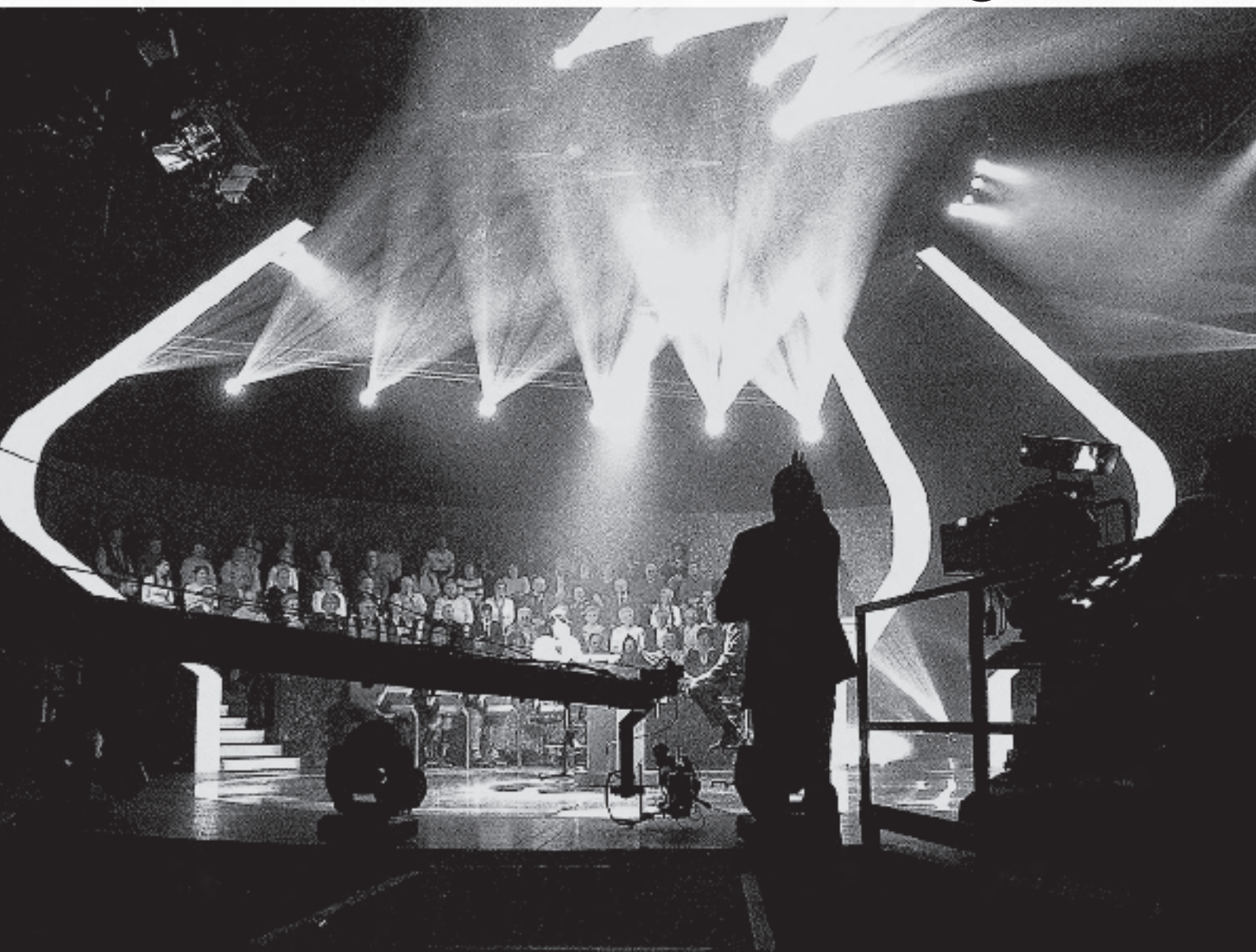
In **Spagna**, in un contesto ancora caratterizzato dal positivo andamento del mercato pubblicitario, Telecinco attraverso una rinnovata offerta editoriale sperimentata con successo nei primi due mesi del 2006, punta a consolidare la propria leadership sul fronte della raccolta pubblicitaria e degli ascolti in tutti i target e nelle principali fasce orarie.

Sulla base delle indicazioni relative all'andamento del fatturato e dei costi delle principali aree di business nei primi mesi dell'esercizio, il Gruppo dovrebbe conseguire nel 2006 un ulteriore miglioramento sia del Risultato Operativo della gestione ordinaria che della generazione di cassa.

per il Consiglio di Amministrazione
il Presidente

Gruppo Mediaset
Bilancio Consolidato 2005

Prospetti contabili consolidati e note esplicative



STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO AL 31 DICEMBRE 2005

(valori in milioni di euro)

	Note	31/12/2005	31/12/2004
ATTIVITA'			
Attività non correnti	6		
Immobili, impianti e macchinari	6.1	381,6	341,9
Diritti televisivi	6.2	2.078,7	1.996,5
Avviamento e differenze da consolidamento	6.3	368,8	396,4
Altre immobilizzazioni immateriali	6.4	463,3	280,0
Partecipazioni in società collegate/a controllo congiunto	6.5	28,9	30,3
Altre attività finanziarie	6.6	189,9	218,7
Attività per imposte anticipate	6.7	281,4	257,8
TOTALE ATTIVITA' NON CORRENTI		3.792,5	3.521,6
Attività correnti	7		
Rimanenze	7.1	25,5	27,3
Crediti commerciali	7.2	1.012,7	914,4
Altri Crediti e attività correnti	7.3	346,4	213,3
Attività finanziarie correnti	7.4	53,7	68,9
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	7.5	498,1	293,7
TOTALE ATTIVITA' CORRENTI		1.936,3	1.517,6
Attività non correnti possedute per la vendita	8	18,0	-
TOTALE ATTIVITA'		5.746,8	5.039,2

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO AL 31 DICEMBRE 2005

(valori in milioni di euro)

	Note	31/12/2005	31/12/2004
PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO			
Capitale e riserve	9		
Capitale Sociale	9.1	614,2	614,2
Riserva da sovrapprezzo azioni	9.2	275,2	739,7
Azioni proprie	9.3	(450,7)	(17,3)
Altre riserve	9.4	547,3	125,1
Riserve da valutazione	9.5	6,5	2,4
Utili (perdite) di esercizi precedenti	9.6	997,9	851,6
Utile (perdita) dell'esercizio		603,4	549,6
Patrimonio Netto di Gruppo		2.593,9	2.865,3
Utile (perdita) di terzi		144,1	102,9
Capitale e riserve di terzi		141,0	128,2
Patrimonio netto di Terzi		285,1	231,1
TOTALE PATRIMONIO NETTO CONSOLIDATO E DI TERZI		2.879,0	3.096,4
Passività non correnti	10		
Trattamento di fine rapporto	10.1	132,0	115,9
Passività fiscali differite	6.7	118,3	71,0
Debiti e passività finanziarie	10.2	243,0	243,1
Fondi rischi e oneri	10.3	47,3	75,9
TOTALE PASSIVITA' NON CORRENTI		540,6	505,9
Passività correnti	11		
Debiti verso banche	11.1	729,7	164,3
Debiti verso fornitori	11.2	1.226,3	908,2
Fondi rischi e oneri	10.3	149,1	90,0
Debiti tributari	11.3	73,5	62,3
Altre passività finanziarie	11.4	8,9	0,4
Altre passività correnti	11.6	138,3	211,6
TOTALE PASSIVITA' CORRENTI		2.325,7	1.436,9
Passività non correnti correlate ad attività possedute per la vendita	8	1,5	
TOTALE PASSIVITA'		2.867,8	1.942,8
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVO		5.746,8	5.039,2

GRUPPO MEDIASET

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO AL 31 DICEMBRE 2005

(valori in milioni di euro)

	Note	2005	2004
Ricavi delle vendite e prestazioni di servizi	12.1	3.634,1	3.379,1
Altri ricavi e proventi	12.2	43,9	42,5
TOTALE RICAVI		3.678,0	3.421,6
Costo del personale	13.1	441,0	409,9
Acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi	13.2	1.227,3	1.043,0
Ammortamenti e svalutazioni	13.3	799,0	878,2
Perdite(ripristini) di valore delle immobilizzazioni	13.4	9,7	0,0
TOTALE COSTI		2.477,0	2.331,1
Plusvalenze/(minusvalenze) da cessione di partecipazioni	14	43,1	0,0
RISULTATO OPERATIVO		1.244,1	1.090,5
Oneri finanziari	15	(94,1)	(95,9)
Proventi finanziari	16	96,0	113,9
Risultato delle partecipazioni	17	(43,8)	(62,5)
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE		1.202,2	1.046,1
Imposte dell'esercizio	18	454,6	393,6
RISULTATO NETTO DELLE ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO		747,6	652,5
Utile/(perdita) netto derivante da attività cessate		-	-
RISULTATO NETTO DELL'ESERCIZIO	19.1	747,6	652,5
Attribuibile a:			
- Capogruppo		603,4	549,6
- Interessi di minoranza		144,2	102,9
Utile per azione:	19.2		
- Base		0,51	0,47
- Diluito		0,51	0,47

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO AL 31 DICEMBRE 2005

(valori in milioni di euro)

	2005	2004
ATTIVITA' OPERATIVA:		
Utile prima delle imposte, oneri/proventi finanziari e plus/minusvalenze da cessione	1.151,2	1.028,2
+ Ammortamenti	808,7	878,2
+ Altri Accantonamenti e variazioni non monetarie	90,8	85,2
+ variazione capitale circolante	82,7	59,8
- interessi corrisposti/versati	0,5	(36,6)
- imposte sul reddito pagate	(503,3)	(282,2)
Disponibilità liquide nette derivanti dall'attività operativa [A]	1.630,6	1.732,6
ATTIVITA' DI INVESTIMENTO:		
incassi per vendita di immobilizzazioni	24,2	6,1
incassi per vendita di partecipazioni	86,7	2,3
incassi per interessi e altri proventi finanziari	-	45,0
Investimenti in diritti	(823,9)	(827,6)
(Incrementi)/decrementi anticipi per diritti	(27,6)	(23,4)
Investimenti in altre immobilizzazioni	(182,8)	(177,3)
Investimenti in partecipazioni	(7,4)	(109,0)
(Incrementi)/decrementi di altre attività finanziarie	49,1	4,4
incassi/pagamenti derivanti da prestiti concessi ad altre imprese	(29,7)	-
Dividendi incassati	4,4	2,8
Aggregazioni d'impresa (*)	(114,2)	-
Disponibilità liquide nette derivanti/impiegate dall'attività di investimento [B]	(1.021,2)	(1.076,7)
ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO:		
aumenti di capitale	-	-
variazione azioni proprie	(445,0)	6,3
variazione netta debiti finanziari	572,5	(301,7)
pagamento dividendi	(534,8)	(391,3)
variazione netta altre attività/passività finanziarie	(5,8)	0,9
incasso/(pagamento) interessi	8,1	6,5
Disponibilità liquide nette derivanti/impiegate dall'attività di finanziamento [C]	(405,0)	(679,3)
Variazione DISPONIBILITA' LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI [D=A+B+C]	204,4	(23,4)
DISPONIBILITA' LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO [E]	293,7	317,1
DISPONIBILITA' LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALLA FINE DELL'ESERCIZIO [F=D+E]	498,1	293,7

(*): La voce si riferisce ai flussi di cassa netti assorbiti dall'acquisizione del complesso aziendale costituito dal ramo d'azienda di Home Shopping Europe Broadcasting S.p.A. e dalla partecipazione in Home Shopping Europe S.p.A. Il fair value di attività e passività acquisite è sintetizzato nel prospetto seguente:

Immobilizzazioni materiali	(2,2)
Avviamento	(6,5)
Altre Immobilizzazioni Immateriali	(130,4)
Imposte anticipate	(22,6)
Magazzino	(2,9)
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	(1,8)
Crediti ed altre attività correnti	(20,5)
Debiti commerciali	24,0
Altre passività	46,9
Totale prezzo pagato	(116,0)
- Disponibilità liquide nette acquisite	1,8
Flussi di cassa netti assorbiti dall'acquisizione	(114,2)

GRUPPO MEDIASET

PROSPETTO DI MOVIMENTAZIONE DEL PATRIMONIO NETTO AL 31 DICEMBRE 2005

(valori in milioni di euro)

	Capitale sociale	Riserva sovrapprezzo azioni	Riserva legale e altre riserve	Azioni proprie	Riserve da valutazione	Utili (perdite) a nuovo	Utile (perdita) del periodo	Totale patrimonio netto di Gruppo	Totale Patrimonio Netto di Terzi	TOTALE PATRIMONIO NETTO
Saldo 1/1/2004 IAS/IFRS	614,2	739,7	219,5	(21,9)	2,9	1.026,7	-	2.581,1	248,3	2.829,5
Ripartizione del risultato dell'esercizio 2003 della Capogruppo	-	-	8,8	-	-	(8,8)	-	-	-	-
Dividendi distribuiti dalla Capogruppo	-	-	(104,8)	-	-	(166,6)	-	(271,4)	-	(271,4)
Dividendi distribuiti da società controllate ad azionisti terzi	-	-	-	-	-	-	-	-	(120,0)	(120,0)
Valutazione Piani di Stock Option	-	-	-	-	4,5	-	-	4,5	-	4,5
(Acquisto)/vendita azioni proprie	-	-	-	4,6	-	-	-	4,6	(0,1)	4,5
Utili/(Perdite) imputati direttamente a Patrimonio Netto:										
Utile/(perdita) da compravendita azioni proprie	-	-	1,7	-	-	-	-	1,7	-	1,7
Utile/(perdita) attuariale su piani a benefici definiti	-	-	-	-	(5,0)	-	-	(5,0)	-	(5,0)
Variazione area di consolidamento	-	-	-	-	-	0,2	-	0,2	-	0,2
Utile/(perdita) dell'esercizio	-	-	-	-	-	-	549,6	549,6	102,9	652,5
Saldo 31/12/2004	614,2	739,7	125,2	(17,3)	2,4	851,5	549,6	2.865,3	231,1	3.096,4
Riapertura saldi effetto adozione IAS 39	-	-	-	-	(6,8)	3,0	-	(3,8)	-	(3,8)
Ripartizione del risultato dell'esercizio 2004 della Capogruppo	-	-	27,8	-	-	521,8	(549,6)	-	-	-
Dividendi distribuiti dalla Capogruppo	-	(74,7)	-	-	-	(374,1)	-	(448,8)	-	(448,8)
Dividendi distribuiti da società controllate ad azionisti terzi	-	-	-	-	-	-	-	-	(86,1)	(86,1)
Costituzione riserva utile su cambi non realizzati	-	-	4,3	-	-	(4,3)	-	-	-	-
Valutazione Piani di Stock Option	-	-	-	-	7,4	-	-	7,4	0,8	8,2
(Acquisto)/vendita azioni proprie	-	-	-	(433,4)	-	-	-	(433,4)	(13,2)	(446,6)
Utili/(Perdite) imputati direttamente a Patrimonio Netto:										
Utile/(perdita) da compravendita azioni proprie	-	-	0,9	-	-	-	-	0,9	-	0,9
Utili/(Perdite) attuariali su piani a benefici definiti	-	-	-	-	(6,6)	-	-	(6,6)	-	(6,6)
Valutazione attività finanziarie imputate a patrimonio netto	-	-	-	-	10,1	-	-	10,1	0,1	10,2
Effetto cambiamento di principi	-	-	(0,7)	-	-	-	-	(0,7)	-	(0,7)
Altri movimenti	-	(389,8)	389,8	-	-	-	-	-	8,2	8,2
Utile/(perdita) dell'esercizio	-	-	-	-	-	-	603,4	603,4	144,2	747,6
Saldo 31/12/2005	614,2	275,2	547,3	(450,7)	6,5	997,9	603,4	2.593,9	285,1	2.879,0

NOTE ESPLICATIVE

I. INFORMAZIONI GENERALI

Mediaset S.p.A. è una società per azioni costituita in Italia presso l'Ufficio del Registro delle imprese di Milano. L'indirizzo della sede legale è Via Paleocapa, 3 – Milano. L'azionista di controllo è Fininvest S.p.A. Le principali attività della società e delle sue controllate sono indicati nella sezione descrittiva che precede la Relazione sulla Gestione.

Il presente bilancio è espresso in euro in quanto questa è la valuta nelle quale sono realizzate la maggior parte delle operazioni del Gruppo.

Gli importi sono espressi in milioni di euro.

2. ADOZIONE DEI PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI

A seguito dell'entrata in vigore del Regolamento (CE) n. 1606/2002 emanato dal Parlamento Europeo e del Consiglio Europeo del 19 luglio 2002 le società con titoli ammessi alle negoziazioni in un mercato regolamentato degli Stati membri dell'Unione Europea devono redigere dal 2005 i loro bilanci consolidati conformemente ai Principi Contabili Internazionali (IAS/IFRS) emessi dall'International Accounting Standard Board (IASB) ed omologati in sede comunitaria.

Il Gruppo Mediaset ha pertanto adottato a partire dal 1 gennaio 2005 nella redazione del proprio bilancio consolidato i criteri di valutazione e di misurazione stabiliti dai Principi Contabili Internazionali "IAS/IFRS" e dai relativi principi interpretativi (IFRIC) precedentemente denominati Standing Interpretations Committee ("SIC"), omologati dalla Commissione Europea e ritenuti applicabili alle operazioni poste in essere dal Gruppo.

I dati del presente Bilancio vengono comparati con il bilancio consolidato al 31 dicembre dell'esercizio precedente redatti e riesposti in omogeneità di criteri.

Nella successiva nota "Transizione ai principi contabili internazionali IAS/IFRS" sono riportate le riconciliazioni tra le situazioni economico-patrimoniali del precedente esercizio redatte secondo i nuovi principi e quelli secondo i principi contabili precedenti nonché le riconciliazioni e le note esplicative previste dall'IFRS 1 in sede di prima adozione dei principi contabili internazionali, relativi allo Stato Patrimoniale d'apertura al 1 gennaio 2004 e al 1 gennaio 2005, data dalla quale è stato applicato lo IAS 39.

Nella redazione del bilancio consolidato al 31 dicembre 2005 sono stati applicati i Principi Contabili Internazionali e le loro interpretazioni in vigore a tale data.

In particolare si segnala che in seguito all'omologazione delle modifiche apportate allo IAS 19 – Benefici ai dipendenti - avvenuta in data 8 novembre 2005 con la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, il Gruppo ha deciso di avvalersi dell'opzione che, nell'ambito della valutazione attuariale dei Piani a Benefici definiti, consente il riconoscimento di utili e perdite attuariali immediatamente nell'esercizio in cui si manifestano imputandoli in una riserva di patrimonio netto. Tale opzione è alternativa al cosiddetto metodo del corridoio (che consente invece la rilevazione ed il successivo differimento a conto economico di utili e perdite attuariali solo per la quota eccedente una soglia prefissata), adottato dal Gruppo Mediaset in sede di redazione delle situazioni infrannuali 2005 e nell'esercizio comparativo 2004. L'adozione di tale opzione in sede di predisposizione del bilancio al 31 dicembre 2005 ha pertanto richiesto la rideterminazione del Fondo Trattamento di fine rapporto e conseguentemente del Patrimonio netto consolidato del 31 dicembre 2004, rispetto ai valori indicati nei prospetti comparativi preliminari pubblicati in occasione della redazione della prima situazione consolidata infrannuale del 2005.

Alla data di riferimento del presente bilancio non sono stati rivisti o emessi altri principi contabili o interpretazioni, aventi efficacia a partire dal 1 gennaio 2005 che abbiano avuto un effetto significativo sui bilanci del Gruppo.

Si segnala infine che i prospetti contabili civilistici della Capogruppo Mediaset S.p.A. e delle società controllanti sono stati redatti secondo le norme nazionali vigenti per il bilancio d'esercizio.

3. SOMMARIO DEI PRINCIPI CONTABILI E DEI CRITERI DI VALUTAZIONE

Principi generali

Di seguito sono indicati i più significativi principi contabili ed i connessi criteri di valutazione adottati nella redazione del bilancio

Il criterio generalmente adottato per la contabilizzazione di attività e passività è quello del costo storico, ad eccezione di alcuni strumenti finanziari per i quali ai sensi dello IAS 39 viene adottato il criterio del fair value.

I valori delle voci di bilancio consolidato, tenuto conto della loro rilevanza, sono espressi in milioni di euro.

Prospetti e schemi di bilancio

Il **Conto economico** è redatto secondo lo schema con destinazione dei costi per natura, conformemente alle modalità di redazione del reporting interno di Gruppo ed in linea con la prassi internazionale prevalente nel settore, evidenziando i risultati intermedi relativi al risultato operativo e al risultato prima delle imposte e indicando separatamente le componenti di costo e ricavo derivanti da eventi o operazioni che per natura e rilevanza di importo sono da considerarsi non ricorrenti, quali ad esempio la dismissione di quote di partecipazioni di controllo.

Lo **Stato patrimoniale** è stato redatto secondo lo schema che evidenzia la ripartizione di **attività e passività “correnti/non correnti”**. Un’attività/passività è classificata come corrente quando soddisfa uno dei seguenti criteri:

- ci si aspetta che sia realizzata/estinta o si prevede che sia venduta o utilizzata nel normale ciclo operativo del Gruppo o
- é posseduta principalmente per essere negoziata oppure
- si prevede che si realizzi/estingua entro 12 mesi dalla data di chiusura del bilancio
- in mancanza di tutte e tre le condizioni, le attività/passività sono classificate come non correnti.

Il **Rendiconto Finanziario** è stato predisposto applicando il metodo indiretto per mezzo del quale il risultato prima delle imposte è rettificato dagli effetti delle operazioni di natura non monetaria, da qualsiasi differimento o accantonamento di precedenti o futuri incassi o pagamenti operativi e da elementi di ricavi o costi connessi con i flussi finanziari derivanti dall’attività d’investimento o finanziari. Gli investimenti in diritti televisivi nonché la variazione degli anticipi corrisposti a fronte di futuri acquisiti di diritti sono inclusi nell’attività d’investimento. I proventi e gli oneri relativi a operazioni di copertura dei flussi di cassa per pagamenti in valuta di diritti televisivi sono classificati coerentemente all’elemento coperto nei flussi derivanti dall’attività operativa. I proventi e gli oneri relativi alle operazioni di finanziamento a medio-lungo termine ed ai relativi strumenti di copertura, nonché i dividendi corrisposti sono inclusi nell’attività di finanziamento.

Il prospetto di **Movimentazione del Patrimonio Netto** illustra le variazioni intervenute nelle voci del patrimonio netto relative a:

- destinazione dell’utile di periodo della capogruppo e di controllate ad azionisti terzi;
- ammontari relativi ad operazioni con gli azionisti (acquisto e vendita di azioni proprie);
- ciascuna voce di utile e perdita al netto di eventuali effetti fiscali che, come richiesto dagli IFRS sono alternativamente imputate direttamente a patrimonio netto (utili o perdite da compravendita di azioni proprie, utili e perdite attuariali generati da valutazione di piani a benefici definiti,) o hanno contropartita in una riserva di patrimonio netto (pagamenti basati su azioni per piani di stock option);
- movimentazione delle riserve da valutazione degli strumenti derivati a copertura dei flussi di cassa futuri al netto dell’eventuale effetto fiscale;
- movimentazione della riserva da valutazione delle attività finanziarie disponibili per la vendita;
- l’effetto derivante da eventuali cambiamenti dei principi contabili.

Principi e area di consolidamento

Il bilancio consolidato comprende il bilancio di Mediaset S.p.A. e delle imprese italiane ed estere sulle quali Mediaset S.p.A. ha il diritto di esercitare direttamente o indirettamente il controllo, disponendo del potere di determinarne le scelte finanziarie e gestionali e di ottenerne i benefici relativi.

Non vengono consolidate integralmente bensì iscritte al costo, nonostante siano controllate direttamente o indirettamente da Mediaset S.p.A., le società Mediaset Ireland Ltd. (in liquidazione), International Media Service Ltd in quanto non significative.

Le attività e le passività, gli oneri e i proventi delle imprese consolidate con il metodo dell’integrazione globale sono assunte integralmente nel bilancio consolidato. Il valore contabile delle partecipazioni è eliminato a fronte della corrispondente frazione del patrimonio netto delle imprese partecipate attribuendo ai singoli elementi dell’attivo e del passivo il loro valore corrente alla data di acquisizione del controllo. L’eventuale differenza residua se positiva è iscritta alla voce dell’attivo non corrente “Avviamento e differenze di consolidamento”, se negativa addebitata al conto economico.

I crediti e i debiti, i costi ed i ricavi e gli utili infragruppo non realizzati sono eliminati.

Le quote di patrimonio netto e del risultato di periodo delle società consolidate di competenza di azionisti terzi sono evidenziate separatamente rispetto al patrimonio netto di Gruppo.

Le situazioni contabili delle società collegate e di società sottoposte a controllo congiunto, sono iscritte nel bilancio consolidato secondo il metodo del patrimonio netto.

Ai sensi dello IAS 28, una collegata è un'impresa nella quale il gruppo è in grado di esercitare un'influenza significativa ma non il controllo o il controllo congiunto, attraverso la partecipazione alle decisioni sulle politiche finanziarie e operative della partecipata.

Con riferimento invece allo IAS 31, una *joint venture* è un accordo contrattuale tramite il quale il gruppo intraprende con altri partecipanti un'attività economica sottoposta a controllo congiunto. Per controllo congiunto si intende la condivisione contrattuale del controllo su un'attività economica, ed esiste solo quando le decisioni strategico-finanziarie e operative dell'attività richiedono il consenso unanime delle parti che condividono il controllo.

Come consentito dallo IAS 31, le **partecipazioni in joint venture** sono valutate secondo il metodo del patrimonio netto. Il metodo del patrimonio netto è utilizzato altresì per le partecipazioni collegate. Tali valutazioni vengono effettuate sulla base delle situazioni contabili, predisposte dalle singole società, disponibili al momento della redazione del bilancio consolidato.

Immobili, impianti e macchinari

Gli *Impianti, i macchinari, le attrezzature, i fabbricati e i terreni* sono iscritti al costo di acquisto o di produzione o di conferimento, comprensivi di eventuali oneri accessori, di eventuali costi di smantellamento e dei costi diretti necessari a rendere l'attività disponibile per l'uso. Tali immobilizzazioni, eccezion fatta per i terreni non soggetti ad ammortamento, sono sistematicamente ammortizzati in ogni esercizio a quote costanti sulla base di aliquote economico-tecniche determinate in relazione alle residue possibilità di utilizzo dei beni.

L'ammortamento viene determinato, a quote costanti, sul costo dei beni al netto dei relativi valori residui (se significativi) in funzione della loro stimata vita utile applicando le seguenti aliquote percentuali:

- Fabbricati	2% - 3%
- Impianti e macchinari	10% - 20%
- Costruzioni leggere e attrezzature	5% - 16%
- Mobili e macchine d'ufficio	8% - 20%
- Automezzi ed altri mezzi di trasporto	10% - 25%

La recuperabilità del loro valore è verificata secondo i criteri previsti dallo IAS 36 illustrati nel successivo paragrafo "Perdita di valore delle attività".

I costi di manutenzione aventi natura ordinaria sono imputati integralmente a conto economico. I costi di manutenzione aventi natura incrementativa sono attribuiti ai cespiti cui si riferiscono ed ammortizzati in relazione alle residue possibilità di utilizzo degli stessi.

I costi capitalizzabili per migliorie su beni in affitto sono attribuite alle classi di cespiti cui si riferiscono e ammortizzate al minore tra la durata residua del contratto d'affitto e la vita utile residua della natura di cespiti cui la miglioria è relativa.

Qualora le singole componenti di un'immobilizzazione materiale complessa, risultino caratterizzate da vita utile differente, sono rilevate separatamente per essere ammortizzate coerentemente alla loro durata ("*component approach*").

In particolare, secondo tale principio, il valore del terreno e quello dei fabbricati che insistono su di esso vengono separati e solo il fabbricato viene assoggettato ad ammortamento.

Gli utili e le perdite derivanti da cessioni o dismissioni di cespiti sono determinati come differenza fra il ricavo di vendita e il valore netto contabile dell'attività e sono imputati al conto economico.

Beni in leasing

I beni acquisiti tramite contratti di locazione finanziaria sono iscritti tra le immobilizzazioni materiali con iscrizione al passivo di un debito finanziario di pari importo. Il debito viene progressivamente ridotto in base al piano di rimborso delle quote capitale incluso nei canoni contrattualmente previsti, mentre il valore del bene iscritto tra le immobilizzazioni materiali viene sistematicamente ammortizzato in funzione della vita economico – tecnica del bene stesso, oppure se inferiore in base ai termini di scadenza dei contratti di locazione.

I costi per canoni di locazione derivanti da locazioni operative sono iscritti a quote costanti in base alla durata del contratto.

Contributi pubblici

I Contributi pubblici ottenuti a fronte di investimenti in impianti sono rilevati nel conto economico lungo il periodo necessario per correlarli con i relativi costi e trattati come provento differito.

Immobilizzazioni Immateriali

Le attività immateriali sono attività prive di consistenza fisica identificabili, controllate dall'impresa e in grado di produrre benefici economici futuri. Includono anche l'avviamento quando acquisito a titolo oneroso.

Sono iscritte al costo di acquisto o di produzione, inclusivo degli oneri accessori secondo i criteri già indicati per le immobilizzazioni materiali.

In caso di attività immateriali acquisite per le quali la disponibilità per l'uso e i relativi pagamenti sono differiti oltre i normali termini, il valore d'acquisto e il relativo debito vengono attualizzati rilevando gli oneri finanziari impliciti nel prezzo originario.

Le **attività immateriali generate internamente** sono imputate al conto economico nel periodo in cui sono sostenute se relative a costi di ricerca. I **costi di sviluppo**, prevalentemente relativi a software, sono capitalizzati e ammortizzati su base lineare lungo le relative vite utili (mediamente 3 anni), a condizione che siano identificabili, che il costo sia attendibilmente determinabile e che sia probabile che l'attività genererà benefici economici futuri.

Le **attività con vita utile definita** sono ammortizzate sistematicamente a partire dal momento in cui il bene è disponibile per l'utilizzo per il periodo della loro prevista utilità; la recuperabilità del loro valore è verificata secondo i criteri previsti dallo IAS 36, illustrati nel paragrafo successivo *perdite di valore delle attività*.

Tale criterio è utilizzato anche per le licenze pluriennali relative a **diritti televisivi**, il cui criterio di ammortamento è generalmente lineare a meno che non risulti determinabile un diverso criterio in grado di riflettere ragionevolmente e attendibilmente la correlazione tra costi, audience e ricavi pubblicitari.

In particolare per la library dei diritti televisivi disponibili per l'emissione su più reti viene adottato, in linea generale, il criterio di ammortamento lineare calcolato sulla base della durata contrattuale e comunque per un periodo non superiore a 120 mesi, metodologia che riflette le maggiori opportunità di sfruttamento dei diritti televisivi, anche tenuto conto delle difficoltà ad individuare elementi oggettivi di correlazione tra i ricavi pubblicitari e l'ammortamento dei diritti stessi. Nel caso in cui, indipendentemente dall'ammortamento già contabilizzato, i diritti abbiano esaurito i passaggi disponibili contrattualmente, il valore residuo viene interamente speso.

I diritti relativi a programmi sportivi, giornalistici e di intrattenimento sono ammortizzati per la quasi totalità (90%) nell'anno di decorrenza del diritto e la quota residua è spesa nell'esercizio successivo; i diritti relativi alle fiction a lunga serialità sono ammortizzati per il 70% nei primi dodici mesi a partire dalla loro disponibilità, e per il residuo 30% nei dodici mesi successivi.

Per la library di diritti televisivi disponibili per l'emissione su un'unica rete il criterio di ammortamento è generalmente decrescente e correlato al numero dei passaggi contrattualmente disponibili e alla loro effettiva emissione.

I diritti relativi ad eventi sportivi acquisiti per lo sfruttamento in modalità *Pay Per View* in tecnologia digitale terrestre sono ammortizzati al 100% alla messa in onda dell'evento.

I costi afferenti al **diritto d'uso di frequenze televisive** destinate alla realizzazione della rete digitale terrestre acquisiti da terzi ai sensi della vigente normativa, sono ammortizzati, in quote costanti, in relazione alla durata prevista di utilizzazione a partire dal momento di attivazione del servizio. A partire dall'esercizio in corso, il termine del periodo di ammortamento, precedentemente fissato al 31 dicembre 2006 (data coincidente con la conclusione del periodo transitorio previsto per la sperimentazione digitale) è stato rideterminato al 31 dicembre 2018 per tener conto del periodo di validità della licenza individuale per operatore di rete pari a 12 anni, a partire dal rilascio previsto convenzionalmente al 31 dicembre 2006.

L'**avviamento**, le **differenze di consolidamento** e le **altre attività aventi vita utile indefinita o non disponibili per l'uso** non sono assoggettate ad ammortamento sistematico, ma sottoposte a verifica annuale di recuperabilità (*impairment test*) condotta a livello della *Cash Generating Unit* alla quale la Direzione aziendale imputa l'avviamento stesso. Eventuali svalutazioni non sono oggetto di successivi ripristini di valore.

L'avviamento derivante dall'acquisizione di una controllata, di un ramo d'azienda o di un'entità a controllo congiunto rappresenta l'eccedenza del costo di acquisizione rispetto alla percentuale spettante al Gruppo del *fair value* delle attività, passività e passività potenziali identificabili dell'entità acquisita alla data di acquisizione.

In caso di cessione di quote di partecipazioni controllate o a controllo congiunto, l'ammontare residuo dell'avviamento ad esse attribuibile è incluso nella determinazione della plusvalenza o minusvalenza da alienazione.

Gli avviamenti derivanti da acquisizioni effettuate prima della data di transizione agli IFRS sono mantenuti ai valori risultanti dall'applicazione dei principi contabili italiani e sono stati assoggettati ad *impairment test* a tale data.

Perdita di valore delle attività

Il valore contabile delle attività materiali e immateriali viene periodicamente rivisto come previsto dallo IAS 36, che richiede di valutare l'esistenza di perdite di valore ("*impairment*") delle immobilizzazioni materiali e immateriali in presenza di indicatori che facciano ritenere che tale problematica possa sussistere. Nel caso del Goodwill, di attività immateriali a vita utile indefinita o di attività non disponibili per l'uso tale valutazione viene effettuata almeno annualmente, normalmente in sede di bilancio annuale e ogni qualvolta vi è indicazione di possibile perdita di valore.

La recuperabilità dei valori iscritti è verificata confrontando il valore contabile iscritto in bilancio con il maggiore tra il prezzo netto di vendita (qualora esista un mercato attivo) e il valore d'uso del bene.

Il valore d'uso è definito sulla base dell'attualizzazione dei flussi di cassa attesi dall'utilizzo del bene (o da una aggregazione di beni – le c.d. *cash generating units*) e dalla sua dismissione al termine della sua vita utile. Le *cash generating units* sono state individuate coerentemente alla struttura organizzativa e di business del Gruppo, come aggregazioni omogenee che generano flussi di cassa in entrata autonomi derivanti dall'utilizzo continuativo delle attività ad esse imputabili.

Partecipazioni in imprese collegate e joint venture

Come consentito dallo IAS 31, le partecipazioni in joint venture sono valutate secondo il metodo del patrimonio netto. Il metodo del patrimonio netto è utilizzato altresì per le partecipazioni collegate. Il rischio derivante da eventuali perdite eccedenti il patrimonio netto è rilevato in apposito fondo rischi nella misura in cui la partecipante è impegnata ad adempiere a obbligazioni legali o implicite nei confronti dell'impresa partecipata o comunque a coprire le sue perdite.

Il goodwill implicito nel valore delle partecipazioni è assoggettato annualmente ad impairment test secondo le modalità precedentemente commentate.

Attività finanziarie non correnti

Le **partecipazioni** diverse dalle partecipazioni collegate o detenute a controllo congiunto sono iscritte nell'attivo non corrente nella voce "*altre attività finanziarie*" e vengono valutate ai sensi dello IAS 39 come attività finanziarie "*Available for sale*" al Fair value (o alternativamente al costo qualora il fair value non risultasse attendibilmente determinabile) con imputazione degli effetti da valutazione (fino al realizzo dell'attività stessa e ad eccezione del caso in cui abbiano subito perdite permanenti di valore) ad apposita riserva di patrimonio netto.

In caso di svalutazione per perdite di valore (*impairment*) il costo viene imputato al conto economico; il valore originario viene ripristinato negli esercizi successivi se vengono meno i presupposti della svalutazione effettuata.

Il rischio derivante da eventuali perdite eccedenti il patrimonio netto è rilevato in apposito fondo rischi nella misura in cui la partecipante è impegnata ad adempiere a obbligazioni legali o implicite nei confronti dell'impresa partecipata o comunque a coprire le sue perdite.

Tra le attività finanziarie disponibili per la vendita, rientrano anche gli investimenti finanziari detenuti non per attività di negoziazione, valutati secondo le già citate regole previste per le attività "*Available for sale*" e i crediti finanziari per la quota esigibile oltre 12 mesi.

Attività non correnti possedute per la vendita

Le attività non correnti possedute per la vendita sono valutate al minore tra il loro precedente valore netto di carico e il valore di mercato al netto dei costi di vendita. Le attività non correnti sono classificate come possedute per la vendita quando si prevede che il loro valore di carico verrà recuperato mediante un'operazione di cessione anziché il loro utilizzo nell'attività operativa dell'impresa. Questa condizione è rispettata solamente quando la vendita è considerata altamente probabile, l'attività è disponibile per un'immediata vendita nelle sue condizioni attuali. A tal fine la Direzione deve essere impegnata per la vendita, che dovrebbe concludersi entro 12 mesi dalla data di classificazione di tale voce.

Attività correnti

Rimanenze

Le rimanenze sono valutate al minore tra il costo di acquisto o di produzione, comprensivo degli oneri accessori (metodo FIFO) e il valore netto di presunto di realizzo desumibile dall'andamento del mercato. I prodotti finiti relativi alle attività di teleshopping sono valutati applicando il criterio del costo medio ponderato.

Crediti commerciali

I crediti sono iscritti al loro fair value che corrisponde al loro presumibile valore di realizzazione e svalutati in caso d'impairment; quelli espressi in valuta extra UEM sono stati valutati al cambio di fine periodo rilevato dalla Banca Centrale Europea.

Cessione di crediti

Il riconoscimento della cessione crediti è soggetto ai criteri previsti dallo IAS 39 per la *derecognition* di attività finanziarie.

Attività finanziarie correnti

Le attività finanziarie sono rilevate e stornate dal bilancio sulla base della data di negoziazione e sono inizialmente valutate al costo, inclusivo degli oneri direttamente connessi con l'acquisizione.

Alle successive date di bilancio, le attività finanziarie da detenersi sino alla scadenza sono rilevate al costo ammortizzato secondo il metodo del tasso d'interesse effettivo, al netto di svalutazioni effettuate per rifletterne le perdite di valore.

Le attività finanziarie diverse da quelle detenute fino alla scadenza sono classificate come detenute per la negoziazione o disponibili per la vendita e sono valutate al "fair value" ad ogni periodo con imputazione degli effetti rispettivamente a conto economico nella voce "(Oneri)/Proventi finanziari" od in apposita riserva del Patrimonio netto, in quest'ultimo caso fintanto che non siano realizzati o abbiano subito una perdita di valore.

Il fair value di titoli quotati in un mercato attivo si basa sui prezzi di mercato alla data di bilancio. I prezzi di mercato utilizzati sono bid/ask price a seconda della posizione attiva/passiva detenuta.

Il fair value di titoli non quotati in un mercato attivo e di derivati di negoziazione è determinato utilizzando i modelli e le tecniche valutative prevalenti sul mercato o utilizzando il prezzo fornito da più controparti indipendenti.

Cassa e mezzi equivalenti

Sono inclusi in tale voce la cassa, i conti correnti bancari e i depositi rimborsabili a domanda e altri investimenti finanziari a breve termine ed elevata liquidità che sono prontamente convertibili in cassa ad un rischio non significativo di variazione di valore.

Azioni proprie

Le azioni proprie sono rilevate al costo e iscritte a riduzione del Patrimonio netto, tutti gli utili e le perdite da negoziazione delle stesse vengono rilevati in un apposita riserva di Patrimonio netto

Benefici ai dipendenti

Piani successivi al rapporto di lavoro

Il Trattamento di fine rapporto è classificabile come un "post-employment benefit", del tipo "defined benefit plan", il cui ammontare già maturato deve essere proiettato per stimarne l'importo da liquidare al momento della risoluzione del rapporto di lavoro e successivamente attualizzato, utilizzando il "Projected unit credit method". Tale metodologia attuariale si basa su ipotesi di natura demografica e finanziaria per effettuare una ragionevole stima dell'ammontare dei benefici che ciascun dipendente ha già maturato a fronte delle sue prestazioni di lavoro.

Attraverso la valutazione attuariale si imputano al conto economico nella voce "costo del lavoro" il current service cost che definisce l'ammontare dei diritti maturati nell'esercizio dai dipendenti e tra gli "Oneri/Proventi finanziari" l'interest cost che costituisce l'onere figurativo che l'impresa sosterebbe chiedendo al mercato un finanziamento di importo pari al TFR.

Gli utili e le perdite attuariali che riflettono gli effetti derivanti da variazioni delle ipotesi attuariali utilizzate sono rilevati direttamente nel patrimonio netto senza mai transitare a conto economico.

Piani retributivi sotto forma di partecipazione al capitale

Il Gruppo, in linea con quanto previsto dall'IFRS 2, classifica le Stock Options nell'ambito dei "pagamenti basati su azioni" e prevede per la tipologia rientrante nella categoria "equity-settled", che prevede cioè la consegna fisica delle azioni, la determinazione alla data di assegnazione del fair value dei diritti di opzione emessi e la sua rilevazione come costo del personale da ripartire linearmente lungo il periodo di maturazione dei diritti (c.d. *vesting period*) con iscrizione in contropartita di apposita riserva di patrimonio netto. Tale imputazione viene effettuata in base alla stima dei diritti che matureranno effettivamente a favore del personale avente diritto, tenendo in considerazione le condizioni di usufruibilità delle stesse non basate sul valore di mercato dei diritti.

La determinazione del fair value avviene utilizzando il modello "binomiale".

In accordo ai principi transitori, tale principio è stato applicato a tutte le assegnazioni successive al 7 novembre 2002 non ancora maturate al 1 gennaio 2005.

Debiti commerciali

I debiti commerciali sono iscritti al valore nominale; quelli espressi in valuta extra UEM sono stati valutati al cambio di fine periodo rilevato dalla Banca Centrale Europea.

Fondi rischi e oneri

I fondi per rischi e oneri sono costi e oneri di natura determinata e di esistenza certa o probabile che alla data di chiusura dell'esercizio sono indeterminati nell'ammontare o nella data di sopravvenienza. Sono stanziati esclusivamente in presenza di una obbligazione attuale, conseguente a eventi passati, che può essere di tipo legale, contrattuale oppure derivare da dichiarazioni o comportamenti dell'impresa che determinano valide aspettative nelle persone coinvolte (obbligazioni implicite).

Gli accantonamenti sono iscritti al valore rappresentativo della miglior stima dell'ammontare che l'impresa pagherebbe per estinguere l'obbligazione; quando significativo e le date di pagamento attendibilmente stimabili l'accantonamento è rilevato in bilancio a valori attuali con imputazione a conto economico nella voce "(Oneri)/Proventi finanziari" degli oneri derivanti dal trascorrere del tempo.

Passività finanziarie non correnti

I debiti sono rilevati al costo ammortizzato, utilizzando il metodo del tasso di interesse effettivo.

Strumenti derivati e contabilizzazione delle operazioni di copertura

Il Gruppo Mediaset è esposto a rischi finanziari principalmente connessi a variazioni nei tassi di cambio a fronte dell'attività di acquisizione di diritti televisivi denominati in valute diverse dall'euro e del tasso d'interesse a fronte di finanziamenti pluriennali stipulati a tasso variabile.

Il Gruppo utilizza strumenti derivati (principalmente contratti a termine su valute e opzioni) per coprire i rischi derivanti da variazioni delle valute estere sia a fronte di impegni futuri altamente probabili che di debiti a fronte di acquisti già perfezionati.

Per il Gruppo Mediaset il rischio di cambio è legato alla possibilità che le parità valutarie si modifichino nel periodo intercorrente tra il momento in cui è divenuta altamente probabile l'acquisizione di assets denominati in valuta straniera (trattativa d'acquisto autorizzata) e il momento in cui tali assets sono iscritti in bilancio, pertanto l'obiettivo della copertura è definire il cambio del controvalore in Euro con riferimento al momento in cui la trattativa è stata approvata (*hedge accounting* secondo i principi IAS). Dal momento in cui detti assets sono iscritti in bilancio, gli obiettivi di copertura sono perseguiti tramite un *natural hedge* dove coperture e sottostanti sono valutati a fair value in modo indipendente quindi contabilmente sono trattati in regime di non hedge.

Gli strumenti derivati sono attività e passività finanziarie correnti, rilevate al *fair value*.

Il fair value dei contratti a termine su valute è determinato come attualizzazione del differenziale tra il notional amount valorizzato al forward rate di contratto e il notional amount valorizzato al fair forward (il tasso di cambio a termine calcolato alla data di bilancio)

Il fair value delle opzioni in cambi è calcolato utilizzando la formula di Black & Scholes per le opzioni plain-vanilla, mentre per le Single Barrier Options (con barriera rilevata in tempi discreti) viene utilizzato il metodo binomiale.

Il fair value degli interest rate swap è calcolato in base al valore attuale dei previsti flussi di cassa futuri.

La modalità e la contropartita di contabilizzazione varia a seconda che siano o meno designati come strumenti di copertura ai sensi dei requisiti richiesti dallo IAS 39.

In particolare Mediaset designa come strumenti di copertura ai fini dell'attivazione dell'*hedge accounting* quelli relativi alla copertura di esposizioni valutarie connesse a impegni per futuri acquisti di diritti televisivi denominati in valuta estera (*forecast transaction*) e quelli per la copertura del rischio di variazione del tasso, per i quali è formalmente documentata sia la relazione tra il derivato e l'oggetto della copertura che l'elevata probabilità/efficacia connessa alla manifestazione dell'evento coperto.

La porzione efficace dell'aggiustamento di fair value del derivato che è stato designato e che è qualificabile come strumento di copertura viene rilevata direttamente a patrimonio netto, mentre la parte inefficace viene rilevata a conto economico.

La contabilizzazione di tali operazioni avviene attivando il *cash flow hedge*: secondo tale regola la porzione efficace della variazione di valore del derivato movimentata una riserva di patrimonio netto; nel caso della copertura degli impegni per acquisto di diritti tale riserva è utilizzata per rettificare successivamente il valore d'iscrizione in bilancio dell'asset (*basis adjustment*). Nel caso di copertura rischio cambio tale riserva produce un effetto a conto economico proporzionalmente e contestualmente al manifestarsi dei connessi flussi di cassa.

Le variazioni del fair value dei derivati attivati con finalità di copertura finanziaria che coprono il rischio di variazioni del fair value degli elementi iscritti in bilancio in particolare crediti e debiti valutari o dei derivati che non soddisfano le condizioni per essere qualificati come di copertura sono rilevate a conto economico come "oneri e/o proventi finanziari".

Riconoscimento dei ricavi

I ricavi delle vendite e delle prestazioni di servizi sono rilevati quando si verifica l'effettivo trasferimento dei rischi e dei benefici rilevanti derivanti dalla proprietà o al compimento della prestazione.

In particolare i principali ricavi del Gruppo sono riconosciuti secondo i seguenti criteri:

- per la pubblicità, al momento dell'apparizione dell'inserzione o dello spot pubblicitario; i ricavi per vendita di pubblicità in cambio merce (e corrispondentemente il costo delle merci) sono adeguati per tener conto del valore di presunto realizzo della merce stessa;

- per i beni mobili, al momento in cui vengono spediti o consegnati. Nel caso di noleggio o sub-licenza di diritti anche per periodi di sfruttamento limitato, che comportino il trasferimento in capo al cessionario del controllo dell'attività, il ricavo viene riconosciuto integralmente al momento della decorrenza dello sfruttamento ceduto;
- i corrispettivi dai distributori da vendita delle carte prepagate e ricariche che consentono la fruizione di eventi in modalità Pay per view, sono ripartiti in funzione della durata residua delle carte vendute. Analogamente anche i costi diretti vengono ripartiti lungo tale durata.

I ricavi sono esposti al netto di resi, sconti, abbuoni e premi, nonché delle imposte direttamente connesse.

I recuperi di costi sono esposti direttamente a deduzione dei costi.

Imposte sul reddito

Le imposte sul reddito correnti sono iscritte, per ciascuna società, in base alla stima del reddito imponibile in conformità alle aliquote e alle disposizioni vigenti, o sostanzialmente approvate alla data di chiusura del periodo in ciascun Paese, tenendo conto delle esenzioni applicabili e dei crediti d'imposta spettanti.

Le imposte anticipate e differite sono calcolate sulle differenze temporanee tra il valore attribuito ad attività e passività in bilancio e i corrispondenti valori riconosciuti a fini fiscali, sulla base delle aliquote in vigore al momento in cui le differenze temporanee si riverseranno. Quando i risultati sono rilevati direttamente a patrimonio netto, le imposte correnti, le attività per imposte anticipate e le passività per imposte differite sono anch'esse imputate al patrimonio netto.

Le attività e le passività fiscali differite sono compensate quando vi è un diritto legale a compensare le imposte correnti attive e passive e quando si riferiscono ad imposte dovute alla medesima Autorità fiscale e il Gruppo intende liquidare le attività e le passività correnti su base netta.

Dividendi

I dividendi sono contabilizzati nel periodo contabile in cui viene deliberata la distribuzione.

Utile per azione

L'utile per azione viene determinato rapportando l'utile netto di Gruppo al n° medio ponderato di azioni in circolazione nel periodo, al netto delle azioni proprie. L'utile per azione diluito è determinato tenendo conto nel calcolo del n° di azioni in circolazione e del potenziale effetto diluitivo derivante dall'assegnazione di azioni proprie ai beneficiari di piani di stock option già maturati.

Uso di stime

La redazione del bilancio e delle relative note richiede l'effettuazione di stime e di assunzioni che hanno effetto sui valori di attività e passività di bilancio e sull'informativa relativa ad attività e passività potenziali alla data di bilancio.

Cambiamenti di stime contabili

Ai sensi dello IAS 8 sono imputati prospetticamente a conto economico a partire dall'esercizio in cui sono adottati.

Nuovi principi contabili

Nel corso del 2005 sono stati emessi i seguenti nuovi principi o emendamenti di principi esistenti, la cui efficacia è comunque successiva al 31 dicembre 2005 ed il cui impatto è pertanto ancora in fase di valutazione da parte del Gruppo.

- *modifiche allo IAS 39 – Strumenti finanziari: rilevazione e valutazione* - con efficacia dal 1 gennaio 2006, che specificano i requisiti per la qualificazione delle relazioni di cash flow hedge dal rischio cambio nelle operazioni di copertura di operazioni intragruppo previste come altamente probabili e le regole per la relativa contabilizzazione dell'Hedge accounting e limita l'utilizzo della fair value option, ossia definisce le condizioni che consente di designare le attività o passività finanziaria come poste valutabili a fair value direttamente a conto economico.

Nuovo principio contabile IFRS7 – Strumenti finanziari: informazioni integrative e modifiche allo IAS 1 – Presentazione del Bilancio: informazioni integrative relative al capitale, entrambi con efficacia a partire dal 1 gennaio 2007. L'IFRS 7 richiede informazioni integrative rispetto a quelle già previste dallo IAS 32, riguardanti la rilevanza degli strumenti finanziari rispetto alla performance e alla Posizione finanziaria e informazioni relative al livello di esposizione al rischio cambio derivante dall'utilizzo di strumenti finanziari e una descrizione degli obiettivi, delle politiche e delle procedure poste in atto dal management al fine di gestire tali rischi. L'emendamento allo IAS 1 introduce requisiti relativi alle informazioni da fornire circa il capitale.

4. GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI

Il Consiglio di Amministrazione di Mediaset S.p.A., attraverso il Comitato Esecutivo, ha definito una policy per la gestione del rischio di cambio e le linee guida per l'investimento della liquidità, con l'obiettivo di ridurre l'esposizione dei rischi di cambio e tasso cui è esposto il Gruppo: tale attività, al fine di ottimizzare la struttura dei costi di gestione e le risorse dedicate, è centralizzata presso la Capogruppo Mediaset S.p.A., società a cui è stato affidato il compito di valutare i rischi finanziari ed effettuare le relative coperture.

Mediaset S.p.A. agisce direttamente sul mercato per conto delle società controllate residenti in Italia e coordina l'attività di gestione dei rischi finanziari delle altre società.

Tipologia di rischi coperti

Rischio di cambio

L'esposizione al rischio cambio del Gruppo è generata dall'attività di acquisizione di diritti televisivi in valute diverse dall'euro, dollaro statunitense e franco svizzero, effettuati nelle rispettive aree di attività da RTI S.p.A. e Gestelevision Telecinco S.A.

Le Società operative sono responsabili della raccolta di tutte le informazioni inerenti le posizioni soggette a rischio cambio, che vengono coperte integralmente attraverso contratti derivati con controparte Mediaset Spa., la quale è responsabile di valutare la posizione netta di Gruppo per ogni valuta e di gestire le coperture del rischio, in accordo con le linee guida e i vincoli prefissati dal Comitato esecutivo, mediante la negoziazione sul mercato di contratti derivati.

I contratti derivati stipulati da Mediaset S.p.A. sono contratti a termine, acquisto di opzioni e collar.

Rischio di tasso di interesse

Il rischio di tasso di interesse a cui è esposto il Gruppo è originato prevalentemente dai debiti finanziari a tasso variabile che espongono il Gruppo ad un rischio di cash flow.

Il Gruppo gestisce il rischio di cash flow sui tassi di interesse mediante il ricorso a contratti derivati, tipicamente interest rate swap, che trasformano il tasso variabile in tasso fisso.

In tutti i casi in cui i derivati stipulati a copertura del rischio cambio e del rischio interesse sono designati come strumenti di copertura ai fini dello IAS 39, il Gruppo documenta in modo formale, a partire dall'inizio della copertura stessa, la relazione di copertura tra lo strumento di copertura e l'elemento coperto, gli obiettivi della gestione del rischio e la strategia perseguita nell'effettuare la copertura. Il Gruppo documenta altresì la valutazione dell'efficacia dello strumento di copertura nel compensare le variazioni nei flussi finanziari attribuibili al rischio coperto. Tale valutazione è effettuata all'inizio della copertura e in misura continuativa per tutta la sua durata.

Rischio di credito

Per quanto riguarda le controparti finanziarie, il Gruppo non è caratterizzato da significative concentrazioni di rischio di credito e di rischio di solvibilità.

Relativamente alla gestione della liquidità è stata approvata dal Consiglio d'Amministrazione una "investment policy" che definisce limiti di rating, di concentrazione e di importo per controparte e per singola emissione.

Le controparti utilizzate dal gruppo nella gestione dei derivati sono tutte di elevato standing e comunque l'operatività è distribuita in modo da non creare eccessive concentrazioni su un'unica controparte.

Rischio di liquidità

Il rischio di liquidità è collegato alla difficoltà di reperire fondi per far fronte agli impegni.

Una gestione prudente del rischio di liquidità implica:

- il mantenimento di un adeguato livello di disponibilità liquide c/o titoli a breve termine facilmente smobilizzabili. Le linee Guida adottate dal Gruppo Mediaset evidenziano un particolare riguardo verso questo aspetto.
- a disponibilità di fondi ottenibili tramite un adeguato ammontare di linee di credito committed.

5. INFORMAZIONI PER SETTORI ED AREE DI ATTIVITA'

Di seguito si riportano i dati richiesti ai sensi dello IAS 14 per i settori primari e secondari individuati sulla base dell'attuale struttura organizzativa interna e del reporting direzionale di Gruppo. Si precisa che i settori primari, coincidono con le aree geografiche determinate sulla base della localizzazione delle attività. I settori secondari relativi alle aree di attività sono stati indicati unicamente in relazione al segmento geografico Italia, in quanto nell'area geografica Spagna, coincidente con il Gruppo Telecinco non sono presenti settori di attività rilevanti diversi dal core business televisivo.

Settori primari (aree geografiche)

Nei prospetti seguenti sono riportati i principali dati economico-patrimoniali direttamente attribuibili alle due aree geografiche di attività.

I rapporti tra i due settori si riferiscono pressochè esclusivamente ai dividendi distribuiti dalla controllata Gestelevision Telecinco. I dati relativi all'attivo intersettoriale riguardano l'elisione della partecipazione in Gestelevision Telecinco, il cui valore di carico è iscritto tra le attività del settore geografico Italia, con conseguente iscrizione della differenza di consolidamento.

I costi di natura non monetaria si riferiscono ad accantonamenti per fondi rischi ed oneri ed ai costi per i piani di stock option.

2004	ITALIA	SPAGNA	Elisioni	CONSOLIDATO
<u>DATI ECONOMICI</u>				
Ricavi verso Terzi	2.628,2	793,4		3.421,6
Ricavi Infrasettoriali	1,2		(1,2)	-
Ricavi netti consolidati	2.629,4	793,4	(1,2)	3.421,6
%	77%	23%		100%
Risultato della gestione ordinaria	795,7	294,9		1.090,5
%	73%	27%		100%
Risultato operativo (EBIT)	795,7	294,9	-	1.090,5
Proventi/(oneri) finanziari	143,5	4,5	(130,0)	18,0
Risultato partecipazioni valutate a equity	(65,0)	0,7		(64,3)
Risultato altre partecipazioni	0,2	1,7		1,9
Risultato ante imposte	874,4	301,8	(130,0)	1.046,1
Imposte	(306,1)	(87,5)		(393,6)
Risultato netto di competenza di terzi	(0,1)		(102,8)	(102,9)
Risultato netto di Gruppo	568,3	214,2	(232,8)	549,6
<u>ALTRE INFORMAZIONI</u>				
Attività	4.521,8	752,3	(234,9)	5.039,2
Passività	1.668,6	274,2		1.942,8
Investimenti in imm. materiali e immateriali	840,1	164,8		1.004,9
Ammortamenti	715,4	162,8		878,2
Svalutazioni per perdite di valore	-	-		-
Altri costi di natura non monetaria	25,6	16,1		41,7

2005	ITALIA	SPAGNA	Elisioni	CONSOLIDATO
<u>DATI ECONOMICI</u>				
Ricavi verso Terzi	2.746,9	931,1		3.678,0
Ricavi Infrasettoriali	1,2		(1,2)	-
Ricavi netti consolidati	2.748,1	931,1	(1,2)	3.678,0
%	75%	25%		100%
Risultato della gestione ordinaria	787,8	413,3		1.201,1
%	66%	34%		100%
Risultato operativo (EBIT)	828,7	413,3	2,1	1.244,1
Proventi/(oneri) finanziari	82,6	5,8	(86,5)	1,9
Risultato partecipazioni valutate a equity	2,1	(0,2)		1,9
Risultato altre partecipazioni	(48,3)	2,6		(45,7)
Risultato ante imposte	865,1	421,5	(84,4)	1.202,2
Imposte	(323,5)	(131,1)		(454,6)
Risultato netto di competenza di terzi	(0,2)	(0,1)	(143,9)	(144,2)
Risultato netto di Gruppo	541,4	290,3	(228,3)	603,4
<u>RICAVI verso terzi: DETTAGLIO PER LOCALIZZAZIONE DEI CLIENTI</u>				
Clienti Nazionali	2.624,7	905,0		
Clienti Europei	117,2	25,4		
Clienti Altri	5,0	0,7		
<u>ALTRE INFORMAZIONI</u>				
Attività	5.077,2	893,3	(223,7)	5.746,8
Passività	2.545,6	322,2		2.867,8
Investimenti in imm. materiali e immateriali	863,7	143,0		1.006,7
Ammortamenti	637,2	161,8		799,0
Svalutazioni per perdite di valore	9,7			9,7
Altri costi di natura non monetaria	35,7	9,0		44,7

La svalutazione per perdita di valore contabilizzata nel 2005, pari a 9,7 milioni di euro, evidenziata nel settore geografico Italia è relativa alla perdita di valore dell'avviamento sulle attività multimedia.

Il prospetto seguente illustra il rendiconto finanziario per area geografica. Si precisa che nella voce *dividendi incassati* relativi all'area geografica Italia sono inclusi i dividendi ricevuti da Gestelevision Telecinco.

Rendiconto finanziario per area geografica	Italia		Spagna	
	2005	2004	2005	2004
ATTIVITA' OPERATIVA:				
Utile prima delle imposte e oneri/proventi finanziari	738,2	730,9	413,0	297,3
+ Ammortamenti	646,9	715,4	161,8	162,8
+ Altri Accantonamenti e variazioni non monetarie	81,9	69,6	9,0	15,6
+ variazione capitale circolante	75,4	68,2	7,2	(8,5)
- interessi corrisposti/versati	0,5	(34,7)	-	(1,9)
- imposte sul reddito pagate	(386,8)	(206,0)	(116,5)	(76,2)
Disponibilità liquide nette derivanti dall'attività operativa [A]	1.156,1	1.343,4	474,5	389,1
Attività di investimento				
incassi per vendita immobilizzazioni	22,4	1,1	1,8	5,0
incassi per vendita di partecipazioni	82,5	0,3	4,2	2,0
incassi per interessi e altri proventi finanziari		45,0		
Investimenti in diritti	(690,6)	(673,0)	(133,3)	(154,6)
(Incrementi)/decrementi di anticipi per diritti	(7,1)	(37,6)	(20,5)	14,2
Investimenti in altre immobilizzazioni	(173,1)	(167,1)	(9,7)	(10,2)
Investimenti in partecipazioni	(5,0)	(108,1)	(2,4)	(0,9)
(Incrementi)/decrementi di altre attività finanziarie	49,1	4,4	-	-
incassi/pagamenti derivanti da prestiti concessi ad altre imprese	(29,7)	-	-	-
Dividendi incassati	89,9	131,9	1,1	0,9
Aggregazioni d'impresa	(114,2)	-	-	-
Disponibilità liquide nette derivanti/impiegate dall'attività di investimento [B]	(775,8)	(803,1)	(158,8)	(143,6)
ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO:				
aumento di capitale	-	-	-	-
variazione azioni proprie	(418,6)	6,4	(26,4)	(0,1)
variazione netta debiti finanziari	571,9	(301,7)	0,6	-
pagamento dividendi	(448,8)	(271,3)	(172,6)	(250,0)
variazione netta altre attività / passività finanziarie	(5,5)	-	(0,4)	1,0
incasso/pagamento interessi	2,1	-	6,1	6,5
Disponibilità liquide nette derivanti/impiegate dall'attività di finanziamento [C]	(298,9)	(566,6)	(192,7)	(242,6)
Variazione DISPONIBILITA' LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI [D=A+B+C]	81,4	(26,3)	123,0	2,9
DISPONIBILITA' LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO [E]	70,3	96,6	223,4	220,5
DISPONIBILITA' LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALLA FINE DELL'ESERCIZIO [F=D+E]	151,7	70,3	346,4	223,4

Settori secondari (aree di attività)

I settori di attività individuati nell'area geografica Italia, tenuto conto dell'effettiva rilevanza e della struttura organizzativa e di business del Gruppo, sono:

- Televisione Commerciale in chiaro (**TV Free To Air**), core business del Gruppo, che include le attività televisive dei tre network nazionali attualmente trasmessi in modalità analogica, le attività connesse ai canali in chiaro di proprietà distribuiti in tecnologia digitale terrestre e le attività connesse alla rete di trasmissione sia analogica che digitale;
- le attività televisive in modalità **Pay per View** che coincidono con le attività di *Mediaset Premium* avviate dall'inizio del 2005;
- **Altre attività** accessorie a quella principale (new media, canali tematici satellitari, altre concessioni pubblicitarie, teleshopping) che sono indicate come aggregato residuale.

2004	TELEVISIONE FREE TO AIR	PAY PER VIEW	ALTRI	SETTORE GEOGRAFICO ITALIA
Ricavi da terzi	2.542,6		86,7	2.629,3
%	97%		3%	100%
Diritti televisivi	1.752,3	42,8	8,8	1.803,9
Altre attività materiali e immateriali	454,1	55,8	9,6	519,5
Avviamenti	8,4		9,7	18,1
Crediti commerciali	702,6		23,2	725,8
Magazzino	26,0	0,2	0,6	26,7
Attività operative	2.943,4	98,8	51,9	3.094,0
Investimenti in diritti televisivi	617,2	49,7	6,1	673,0
Altri investimenti	96,7	67,4	3,0	167,1
Investimenti in imm. materiali e immateriali	713,9	117,1	9,1	840,1

2005	TELEVISIONE FREE TO AIR	PAY PER VIEW	ALTRI	SETTORE GEOGRAFICO ITALIA
Ricavi da terzi	2.611,4	44,2	92,5	2.748,1
%	95%	2%	3%	100%
Diritti televisivi	1.791,3	112,3	9,6	1.913,2
Altre attività materiali e immateriali	625,6	85,8	21,5	732,9
Avviamenti	8,5		6,5	15,0
Crediti commerciali	760,9	26,1	18,9	805,9
Magazzino	20,4	1,2	2,1	23,7
Attività operative	3.206,7	225,4	58,6	3.490,7
Investimenti in diritti televisivi	588,4	95,4	6,8	690,6
Investimenti da aggregazioni d'impresa	115,7		23,4	139,1
Altri investimenti	132,7	38,9	1,5	173,1
Investimenti in imm. materiali e immateriali	836,8	134,3	31,7	1.002,8

I commenti relativi alla composizione ed alle variazioni dei ricavi delle aree di attività indicate è già esposta all'interno della Relazione sulla Gestione.

Le principali attività operative allocate ai settori secondari si riferiscono ai **diritti televisivi** relativi a:

- per l'area **Free-to-air** alla library (film, fiction, miniserie, telefilm, cartoni), alle fiction autoprodotte di lunga serialità, ai diritti di intrattenimento, news e sportivi che alimentano i tre canali generalisti;

- per l'area **Pay-per-view** ai diritti di trasmissione dei principali club di Serie A, acquisiti nel 2004 e 2005 con decorrenza nelle stagioni calcistiche 2004/2007; nel 2005 sono stati acquisiti i diritti della Juventus per le stagioni 2007/2008 e 2008/2009 ed acquisiti i diritti di intrattenimento e cinematografici che completano l'offerta di Mediaset Premium.

Le **attività acquisite nell'ambito dell'aggregazione di impresa** del complesso aziendale riconducibile al Gruppo HSE, sono relativi per 115,7 milioni di euro alle frequenze destinate alla realizzazione del secondo multiplex digitale allocate alle attività televisive *free-to-air* e per 23,4 milioni di euro agli intangibili specifici ed all'avviamento riconosciuti e allocati in sede di acquisizione all'attività di teleshopping incluse fra le *altre aree di attività*.

Gli **altri investimenti** si riferiscono:

- per l'attività televisiva *free-to-air* principalmente al completamento delle infrastrutture relativi ai due multiplex digitali ed ad investimenti di mantenimento della rete analogica;
- per l'attività televisiva *pay-per-view* si riferiscono ai diritti di prima negoziazione e opzione acquisiti dai principali club di Serie A per le stagioni calcistiche a partire dal 2007. In particolare, nel 2005 è stato acquisito il diritto di opzione relativo ai diritti della Juventus per la stagione 2009/2010.

COMMENTI ALLE PRINCIPALI VOCI DELL'ATTIVO

(valori in milioni di euro)

6. ATTIVITA' NON CORRENTI
6.1 Immobili, impianti e macchinari

Di seguito si riportano le movimentazioni relative agli ultimi due esercizi per il costo originario, i fondi ammortamento e svalutazione e il valore netto.

COSTO ORIGINARIO	Terreni e fabbricati	Impianti e macchinari	Attrezzature industriali e commerciali	Altri beni	Immobilizzazioni materiali in corso e acconti	Totale
Saldo iniziale 1/1/2004	165,9	538,9	74,0	80,5	19,5	878,8
Acquisizioni	4,4	39,5	5,4	10,3	25,9	85,5
Altri movimenti	21,5	33,2	0,3	(4,9)	(16,3)	33,8
Disinvestimenti	-	(16,4)	(0,6)	-	(0,1)	(17,1)
Aggregazioni di impresa	-	-	-	-	-	-
Saldo finale 31/12/2004	191,8	595,2	79,1	85,9	29,0	981,0
Acquisizioni	22,6	42,3	4,6	8,5	34,5	112,5
Altri movimenti	(2,3)	18,8	1,8	0,8	(28,3)	(9,2)
Disinvestimenti	(2,2)	(15,4)	(2,1)	(1,2)	(1,0)	(21,9)
Aggregazioni di impresa	-	0,9	1,2	0,1	-	2,2
Attività non correnti possedute per la vendita	-	(10,4)	-	-	-	(10,4)
Saldo finale 31/12/2005	209,9	631,4	84,6	94,1	34,2	1.054,2

FONDI AMMORTAMENTO E SVALUTAZIONE	Terreni e fabbricati	Impianti e macchinari	Attrezzature industriali e commerciali	Altri beni	Immobilizzazioni materiali in corso e acconti	Totale
Saldo iniziale 1/1/2004	(64,0)	(394,3)	(50,2)	(49,8)	-	(558,3)
Altri movimenti	(16,0)	(21,3)	0,2	5,1	-	(32,0)
Disinvestimenti	-	15,8	0,3	-	-	16,1
Ammortamenti (Svalutazioni)/Ripristini	(4,7)	(45,2)	(4,7)	(10,3)	-	(64,9)
Aggregazioni di impresa	-	-	-	-	-	-
Saldo finale 31/12/2004	(84,7)	(445,0)	(54,4)	(55,0)	-	(639,1)
Altri movimenti	11,1	3,2	(0,4)	0,2	-	14,1
Disinvestimenti	1,3	14,6	1,9	1,1	-	18,9
Ammortamenti (Svalutazioni)/Ripristini	(6,2)	(46,8)	(5,5)	(10,3)	-	(68,8)
Aggregazioni di impresa	-	-	-	-	-	-
Attività non correnti possedute per la vendita	-	2,2	-	-	-	2,2
Saldo finale 31/12/2005	(78,5)	(471,8)	(58,4)	(64,0)	-	(672,7)

SALDO NETTO	Terreni e fabbricati	Impianti e macchinari	Attrezzature industriali e commerciali	Altri beni	Immobilizzazioni materiali in corso e acconti	Totale
Saldo iniziale 1/1/2004	101,9	144,6	23,8	30,7	19,5	320,5
Acquisizioni	4,4	39,5	5,4	10,3	25,9	85,5
Altri movimenti	5,5	11,9	0,5	0,2	(16,3)	1,8
Disinvestimenti	-	(0,6)	(0,3)	-	(0,1)	(1,0)
Ammortamenti (Svalutazioni)/Ripristini	(4,7)	(45,2)	(4,7)	(10,3)	-	(64,9)
Aggregazioni di impresa	-	-	-	-	-	-
Saldo finale 31/12/2004	107,1	150,2	24,7	30,9	29,0	341,9
Acquisizioni	22,6	42,3	4,6	8,5	34,5	112,5
Altri movimenti	8,8	22,0	1,4	1,0	(28,3)	4,9
Disinvestimenti	(0,9)	(0,8)	(0,2)	(0,1)	(1,0)	(3,0)
Ammortamenti (Svalutazioni)/Ripristini	(6,2)	(46,8)	(5,5)	(10,3)	-	(68,8)
Aggregazioni di impresa	-	0,9	1,2	0,1	-	2,2
Attività non correnti possedute per la vendita	-	(8,1)	-	-	-	(8,1)
SALDO NETTO FINALE 31/12/2005	131,4	159,7	26,2	30,1	34,2	381,6

I principali incrementi del periodo sono relativi a:

- fabbricati: 18,5 milioni di euro relativo all'acquisto dello stabile direzionale sito in Cologno Monzese in viale Europa 48;
- impianti e macchinari: 36,3 milioni di euro relativi ad impianti di trasmissione e telediffusione, di cui 24,2 milioni di euro riguardanti la nuova tecnologia multiplex digitale;

- immobilizzazioni in corso e acconti relativi a progetti in fase di ultimazione riguardanti principalmente impianti multiplex digitale (20,9 milioni di euro), impianti di telediffusione, postazioni ed apparecchiature varie.

Il valore delle attività possedute per la vendita si riferisce alla riclassifica degli apparati digitali che, sulla base degli accordi stipulati a fine esercizio, saranno ceduti a terzi nel 2006.

Nella voce "Terreni e Fabbricati" è compreso il valore di un immobile adibito ad uso ufficio sito in Roma e oggetto di un leasing finanziario iscritto in bilancio ai seguenti valori:

	2005	2004
Costo storico	5,2	5,2
Fondo ammortamento	(0,2)	(0,2)
Valore netto contabile	4,9	5,0

I prospetti seguenti riportano le principali informazioni relative a tale contratto:

Durata	8 anni
Scadenza	dicembre 2009
Valore originario di riscatto	0,5
Tasso di riferimento iniziale	3,60%
Indicizzazione	Euribor a 3 mesi

	Pagamenti minimi dovuti per il leasing		Valore attuale dei pagamenti minimi dovuti per il leasing	
	2005	2004	2005	2004
Debiti per leasing finanziario	3,3	4,0	3,0	3,6
<i>esigibili entro un anno</i>	0,7	0,4	0,6	0,6
<i>esigibili entro cinque anni</i>	2,6	3,6	2,4	3,0
dedotti gli addebiti per oneri finanziari	(0,3)	(0,4)	-	-
Valore attuale dei debiti per locazioni finanziarie	3,0	3,6	3,0	3,6

Il fair value del debito è prossimo al valore contabile.

6.2 Diritti televisivi

Di seguito si riportano le movimentazioni relative agli ultimi due esercizi per il costo originario, i fondi ammortamento e svalutazione ed il valore netto. Si precisa che la voce *altri movimenti* include riclassifiche relative alla capitalizzazione di anticipi precedentemente versati a fornitori (classificati negli esercizi precedenti nella voce *altre immobilizzazioni immateriali*) per i quali è stata perfezionata nel corso del periodo la formalizzazione dei contratti o è avvenuto il completamento della produzione, annulli di contratti e diritti contrattualmente scaduti.

	COSTO STORICO	FONDO AMMORTAMENTO	VALORE NETTO
Saldo iniziale 1/1/2004	5.600,9	(3.668,0)	1.932,9
Acquisizioni	718,1	-	718,1
Altri movimenti	(690,8)	806,0	115,2
Disinvestimenti	(90,2)	86,6	(3,6)
Ammortamenti	-	(766,1)	(766,1)
(Svalutazioni)/Ripristini	-	-	-
Aggregazioni di impresa	-	-	-
Saldo finale 31/12/2004	5.538,0	(3.541,5)	1.996,5
Acquisizioni	708,3	-	708,3
Altri movimenti	(319,1)	449,0	129,9
Disinvestimenti	(133,9)	99,1	(34,8)
Ammortamenti	-	(724,6)	(724,6)
(Svalutazioni)/Ripristini	-	11,2	11,2
Attività non correnti possedute per la vendita	(15,7)	7,9	(7,7)
Saldo finale 31/12/2005	5.777,6	(3.698,9)	2.078,7

Gli incrementi complessivi del 2005 risultano pari a 824,0 milioni di euro (837,9 milioni di euro nel corso dell'esercizio 2004) e si riferiscono ad acquisti per 708,3 milioni di euro (718,1 milioni di euro al 31 dicembre 2004), a capitalizzazioni di anticipi precedentemente versati a fornitori (classificati al 31 dicembre 2004 nella voce **immobilizzazioni in corso e acconti**), per 115,6 milioni di euro (114,0 milioni di euro al 31 dicembre 2004), ed alla riclassifica per 20,0 milioni di euro del diritto di prima negoziazione e prelazione (contabilizzato al 31 dicembre 2004 nella voce **altre immobilizzazioni immateriali**), in seguito alla sottoscrizione dell'accordo con Juventus F.C. S.p.A. avente per oggetto, la trasmissione delle partite interne del campionato italiano, degli allenamenti e di un trofeo amichevole per le stagioni sportive 2007/2008 e 2008/2009.

I disinvestimenti netti sono relativi alla cessione a Telecom Italia dello sfruttamento ADSL dei diritti delle partite del campionato di calcio di serie A relative al girone di ritorno della stagione 2004/2005 e tutte le partite delle stagioni 2005/2006 e 2006/2007.

I diritti non ancora in decorrenza al 31 dicembre 2005 ammontano complessivamente a 488,3 milioni di euro circa (452,3 milioni di euro circa al 31 dicembre 2004).

La voce **Attività non correnti possedute per la vendita** include la riclassifica relativa al valore di carico della library di diritti televisivi dei canali tematici pari a 7,7 milioni di euro che sulla base degli accordi stipulati a fine 2005 saranno oggetto di cessione a Sky Italia S.p.A.

I ripristini per 11,2 milioni di euro sono imputabili all'adeguamento del fondo svalutazione relativo ai diritti che hanno esaurito i passaggi disponibili ma non sono ancora scaduti, per aggiornarlo all'effettivo valore residuo di riferimento.

6.3 Avviamento e differenze da consolidamento

Di seguito si riportano le movimentazioni relative agli ultimi due esercizi per il valore netto:

	Avviamento	Differenze da consolidamento	Totale
Saldo iniziale 1/1/2004	9,7	308,4	318,1
Acquisizioni	-	78,3	78,3
Altri movimenti	-	-	-
Disinvestimenti	-	-	-
Svalutazioni/(Ripristini)	-	-	-
Aggregazioni di impresa	-	-	-
Saldo finale 31/12/2004	9,7	386,7	396,4
Acquisizioni	-	0,1	0,1
Altri movimenti	-	-	-
Disinvestimenti	-	(24,6)	(24,6)
Svalutazioni/(Ripristini)	(9,7)	-	(9,7)
Aggregazioni di impresa	0,9	5,6	6,5
SALDO NETTO FINALE 31/12/2005	0,9	367,8	368,8

Nell'esercizio 2005 la variazione della voce **avviamento** è relativa per -9,7 milioni di euro alla svalutazione dell'avviamento Jumpy e per 0,9 milioni di euro all'avviamento presente nella società Home Shopping Europe S.p.A. acquisita dal gruppo nel corso del 2005.

Le **differenze da consolidamento** si riducono per 24,6 milioni di euro per effetto della cessione del 1,9% del capitale della società Gestelevision Telecinco. La variazione in aumento è da imputare interamente agli effetti dell'aggregazione di impresa avente per oggetto le attività riconducibili al Gruppo HSE, come più dettagliatamente illustrato nella successiva nota 20.

Al 31 Dicembre 2005 gli avviamenti e le differenze di consolidamento sono stati sottoposti all'impairment test richiesto dallo IAS 36. Tale valutazione effettuata almeno annualmente è stata svolta a livello delle unità generatrici di flussi finanziari (Cash Generating Units, CGU) alle quali il valore degli avviamenti sono imputati. Il prospetto seguente mostra nei due esercizi l'allocazione dell'avviamento complessivo alle rispettive CGU prima dell'effettuazione dell'impairment test:

(valori in milioni di euro)

	31/12/2005	31/12/2004
Telecinco	353,7	378,3
teleshopping	6,5	0,0
multimedia	9,7	9,7
altre	8,5	8,4
Totale	378,4	396,4

La quota di avviamento più rilevante è quella generata in seguito alle acquisizioni della partecipazione di controllo in Gestevision Telecinco, il cui valore recuperabile è stato determinato assumendo come miglior approssimazione del fair value della partecipazione la capitalizzazione di Borsa del titolo Telecinco. Sulla base della quotazione media registrata nel 2005 pari a 18,38 euro per azione (a fronte di un valore puntuale al 30/12/2005 di 21,32 euro per azione), il valore di mercato della quota di partecipazione del 50,1% detenuta da Mediaset, escludendo la quantificazione del premio di controllo, risultava pari a 2.267,7 milioni di euro.

Il valore recuperabile delle altre CGU, tutte individuate nel segmento delle attività italiane, è stato invece determinato attraverso la stima del loro valore in uso, calcolato come valore attuale dei flussi di cassa operativi prospettici desunti dai più recenti budget e piani aziendali approvati dal Consiglio d'Amministrazione di Mediaset S.p.A.

Gli avviamenti oggetto d'impairment sulla base della stima del valore in uso sono relativi:

- per 6,5 milioni di euro al goodwill generato in seguito all'acquisizione nel 2005 delle attività di Home Shopping Europe S.p.A., imputato all'unità di business identificata dal brand Mediashopping, attraverso il quale il Gruppo opera in Italia nel settore del **teleshopping**;
- per 9,7 milioni di euro al goodwill generato nel 2001 attraverso l'acquisizione delle attività internet di Jumpy, imputato all'area **Multimedia** nella quale sono riunite le attività svolte in Italia nell'ambito dei new media (internet, teletext, servizi multimediali)
- la quota residuale pari a 8,5 milioni di euro si riferisce ai goodwill generati per lo più in fase di formazione o completamento dell'assetto societario di Gruppo, imputati alle **attività televisive core**.

Le principali assunzioni utilizzate per il calcolo del valore d'uso riguardano il tasso di attualizzazione e il tasso di crescita dei flussi oltre i 5 anni di piano.

In particolare per tutte le CGU è stato applicato un tasso di attualizzazione pari ad un costo medio ponderato del capitale dell'8,8% per i flussi positivi (corrispondente a tassi lordi compresi tra il 5,3% e l'11,7%) e del 3,5% per i flussi negativi, mentre il tasso di crescita utilizzato per estrapolare i flussi finanziari oltre l'orizzonte di pianificazione è pari al 2%.

Tra le principali assunzioni alla base delle previsioni finanziarie delle CGU oggetto di valutazione si segnala quella relativa alla data dello switch-off delle trasmissioni analogiche, fissata in base all'attuale normativa al 31 dicembre 2008, evento al quale è legata l'evoluzione della penetrazione dei decoder per la ricezione del segnale digitale terrestre.

A causa dei cambiamenti all'interno del contesto competitivo e di business, il confronto tra il valore d'uso e il valore di carico ha portato alla rilevazione di una perdita di valore durevole dell'unità **Multimedia** che ha condotto alla svalutazione integrale dell'avviamento presente in tale CGU per 9,7 milioni di euro ed alla conseguente svalutazione iscritta nel conto economico nella voce *Perdite/(Ripristini) di valore delle immobilizzazioni*.

Per le altre CGU non sono invece emerse indicazioni che tali attività possano aver subito perdita di valore.

6.4 Altre immobilizzazioni immateriali

COSTO ORIGINARIO	Diritti di brevetto ind. e dell'ingegno	Marchi	Concessioni	Immobilizzazioni immateriali in corso e acconti	Altre immobilizzazioni immateriali	Totale
Saldo iniziale 1/1/2004	90,7	134,5	28,2	200,1	18,3	471,8
Acquisizioni	7,0	0,2	6,8	141,5	73,9	229,4
Altri movimenti	(0,6)	(0,2)	0,1	(114,1)	(24,3)	(139,1)
Disinvestimenti	-	-	-	(0,1)	(1,4)	(1,5)
Aggregazioni di impresa	-	-	-	-	-	-
Saldo finale 31/12/2004	97,1	134,5	35,1	227,4	66,5	560,6
Acquisizioni	8,0	0,8	10,0	148,8	41,6	209,2
Altri movimenti	8,8	-	0,2	(125,5)	(25,8)	(142,3)
Disinvestimenti	0,5	-	(0,9)	(0,2)	-	(0,6)
Aggregazioni di impresa	0,2	-	115,7	-	14,5	130,4
Saldo finale 31/12/2005	114,6	135,3	160,1	250,5	96,8	757,3

FONDI AMMORTAMENTO E SVALUTAZIONE	Diritti di brevetto ind. e dell'ingegno	Marchi	Concessioni	Immobilizzazioni immateriali in corso e acconti	Altre immobilizzazioni immateriali	Totale
Saldo iniziale 1/1/2004	(77,1)	(128,0)	(5,9)	(34,2)	(17,1)	(240,6)
Altri movimenti	1,1	1,2	-	0,3	22,6	25,2
Disinvestimenti	-	-	-	-	1,4	1,4
Ammortamenti (Svalutazioni)/Ripristini	(12,0)	(1,2)	(8,8)	-	(4,9)	(26,9)
Aggregazioni di impresa	-	-	-	(6,5)	(11,5)	(18,0)
Saldo finale 31/12/2004	(88,0)	(128,0)	(14,7)	(40,4)	(9,5)	(280,6)
Saldo iniziale 1/1/2005	(88,0)	(128,0)	(14,7)	(40,4)	(9,5)	(280,6)
Altri movimenti	-	-	-	-	(2,5)	(2,5)
Disinvestimenti	-	-	0,6	-	-	0,6
Ammortamenti (Svalutazioni)/Ripristini	(11,6)	(1,1)	(7,2)	-	(0,0)	(19,9)
Aggregazioni di impresa	-	-	-	(3,0)	11,5	8,5
Aggregazioni di impresa	-	-	-	-	-	-
Saldo finale 31/12/2005	(99,6)	(129,1)	(21,3)	(43,4)	(0,5)	(293,9)

SALDO NETTO	Diritti di brevetto ind. e dell'ingegno	Marchi	Concessioni	Immobilizzazioni immateriali in corso e acconti	Altre immobilizzazioni immateriali	Totale
Saldo iniziale 1/1/2004	13,6	6,5	22,3	165,9	1,2	209,5
Acquisizioni	7,0	0,2	6,8	141,5	73,9	229,4
Altri movimenti	0,5	1,0	0,1	(113,8)	(1,7)	(113,9)
Disinvestimenti	-	-	-	(0,1)	-	(0,1)
Ammortamenti (Svalutazioni)/Ripristini	(12,0)	(1,2)	(8,8)	-	(4,9)	(26,9)
Aggregazioni di impresa	-	-	-	(6,5)	(11,5)	(18,0)
Saldo finale 31/12/2004	9,1	6,5	20,4	187,0	57,0	280,0
Acquisizioni	8,0	0,8	10,0	148,8	41,6	209,2
Altri movimenti	8,8	-	0,2	(125,5)	(28,3)	(144,8)
Disinvestimenti	0,5	-	(0,3)	(0,2)	-	(0,0)
Ammortamenti (Svalutazioni)/Ripristini	(11,6)	(1,1)	(7,2)	-	(0,0)	(19,9)
Aggregazioni di impresa	-	-	-	(3,0)	11,5	8,5
Aggregazioni di impresa	0,2	-	115,7	-	14,5	130,4
Saldo finale 31/12/2005	15,0	6,2	138,8	207,1	96,2	463,3

La voce **brevetti e diritti di utilizzo delle opere dell'ingegno** si riferisce principalmente a software relativi ad applicativi aziendali, sistemi di accesso condizionato per l'attività di pay-per-view (CAS) e sistemi di gestione dei contenuti. Tra gli incrementi nel corso dell'esercizio di tale voce, 6,6 milioni di euro si riferiscono alla capitalizzazione di un modulo del sistema informativo per la gestione del ciclo attivo, iscritto nei precedenti esercizi nella voce *immobilizzazioni immateriali in corso e acconti*.

La voce **marchi**, si riferisce al marchio "Jumpy", iscritto nel corso dell'esercizio 2001, per effetto dell'acquisizione del ramo d'azienda di Jumpy S.p.A. relativo alle attività editoriali del portale omonimo. Tale marchio viene ammortizzato in 120 mesi sulla base della prevista utilità futura.

La voce **Concessioni** include gli investimenti per l'acquisizione del diritto d'uso di frequenze da operatori locali destinate allo sviluppo del multiplex del sistema trasmissivo relativo alla Televisione Digitale Terrestre. A partire dal 2005 è stato rivisto il periodo di vita utile residua, alla luce dell'innovazione legislativa di cui alla Legge 12/04 e dei provvedimenti amministrativi da cui si desume la continuità secondo il legislatore e l'Autorità di regolamentazione che dovrà intercorrere tra l'attuale fase transitoria e la fase definitiva del sistema digitale per quanto riguarda l'utilizzazione delle attuali reti e delle frequenze di trasmissione. Tale cambio di stima ha determinato un effetto complessivo nel periodo in esame pari a circa 7,5 milioni di euro di minori ammortamenti. La variazione del periodo include gli acquisti di frequenze da operatori locali per l'incremento della copertura del primo multiplex e l'acquisto delle frequenze avvenuto attraverso l'operazione di aggregazione di impresa avente ad oggetto le attività del Gruppo HSE di cui si da descrizione nella successiva nota.

La voce **immobilizzazioni in corso e acconti**, al 31 dicembre 2005 si riferisce principalmente ad acconti versati a fornitori per acquisto di diritti, per anticipi su doppiaggi, per opzioni sulla realizzazione di programmi e ad attivazioni di produzioni. Gli incrementi di periodo, pari a 148,8 milioni di euro, si riferiscono ad anticipi versati da RTI e Telecinco a fornitori di diritti, di cui 37,0 milioni di euro relativi ad acconti sulla realizzazione di fiction a lunga serialità destinate alle reti Mediaset.

I decrementi sono sostanzialmente riconducibili a completamenti di produzioni e perfezionamento di contratti in definizione al 31 dicembre 2004, con conseguente riclassificazione nella voce **diritti televisivi** per 115,7 milioni di euro.

La voce **altre immobilizzazioni immateriali**, si riferisce quasi esclusivamente al diritto di prima negoziazione e prelazione dei diritti televisivi criptati dei principali club calcistici di Serie A. Gli incrementi si riferiscono per 36,5 milioni di euro ai corrispettivi versati ad alcuni club di Serie A (Juventus, Lazio e Sampdoria) a fronte dei diritti di opzione e prima negoziazione acquisiti, relativi ai diritti televisivi criptati di tali club a partire dalla stagione 2007/2008, a cui si è aggiunto nel 2005 il diritto di opzione per diritti della Juventus per la stagione 2009/2010. I decrementi, come precedente commentato nella voce diritti televisivi e cinematografici sono da imputarsi alla riclassifica in tale voce del diritto di prima negoziazione relativo alla Juventus per 20,0 milioni di euro in seguito all'esercizio di tale diritto da parte di Mediaset in sede di acquisizione dei diritti relativi alle stagioni 2007/2009.

Al 31 dicembre 2005 è stato ripristinato il valore originario dei diritti, stornando la svalutazione di 11,5 milioni di euro, effettuata nello scorso esercizio, per tener conto, sulla base delle evidenze allora disponibili, di possibili diverse condizioni contrattuali prevedibili all'epoca in cui tali diritti sarebbero stati negoziati.

6.5 Partecipazioni in società collegate/ a controllo congiunto

Nel prospetto seguente sono riepilogati le quote detenute ed i valori di carico delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto nei due esercizi di riferimento:

	31/12/2005		31/12/2004	
	quota di possesso	valore di carico (mio €)	quota di possesso	valore di carico (mio €)
Imprese collegate:				
Multipark Madrid	-	-	18,2%	2,4
Titanus Elios S.p.A.	29,6%	9,4	29,5%	9,2
Aprok Imagen S.L.	20,2%	0,9	20,8%	0,7
Publici Television S.A.	25,2%	1,0	26,0%	0,9
Canal Factoria de Fiction S.A.	20,2%	0,4	20,8%	0,4
Red de Televisión Digital Valencia S.A.	25,2%	1,5	-	-
Altre		0,3		0,9
Totale		13,5		14,5
Imprese a controllo congiunto				
Boing S.p.A.	51,0%	3,6	51,0%	5,1
Fascino P.G.T. S.r.l.	50,0%	8,4	50,0%	8,0
Press TV S.p.A.	50,0%	0,3	50,0%	1,1
Mediavivere S.r.l.	50,0%	3,1	50,0%	1,6
Totale		15,4		15,8
Saldo		28,9		30,3

Si segnala che il valore della partecipazione detenuta in Fascino PGT S.r.l. incorpora un goodwill pari a 7,2 milioni di euro il cui valore, sottoposto a impairment test annuale, non ha evidenziato perdite durevoli.

Il prospetto seguente illustra i principali dati economico-patrimoniali delle società collegate ed a controllo congiunto:

Esercizio 2005	Totale Attività	Totale Patrimonio netto	Totale Passività	Totale Ricavi	Risultato di esercizio
Aprok Imagen S.L.	3,9	2,1	1,8	6,6	0,8
Boing S.p.A.	8,4	7,1	1,3	2,8	(2,9)
Canal Factoria de Fiction S.A.	2,2	1,1	1,1	3,5	0,5
Europortal Jumpy Espana S.A.	1,1	(1,8)	2,9	1,3	(1,1)
Fascino P.G.T. S.r.l.	14,6	1,6	13,0	62,5	0,6
Press TV S.p.A.	6,6	0,6	6,0	9,8	(1,5)
Mediavivere S.r.l.	17,6	6,3	11,3	49,8	5,4
Premiere Megaplex S.A.	1,9	(1,8)	3,7	1,3	(1,9)
Publici Television S.A.	2,9	1,9	1,0	26,1	1,5
Red de Televisión Digital Valencia S	3,0	3,0	-	-	-
Titanus Elios S.p.A.	32,4	31,4	1,0	3,1	0,6
Totale	94,6	51,5	43,1	166,8	2,0

Esercizio 2004	Totale Attività	Totale Patrimonio netto	Totale Passività	Totale Ricavi	Risultato di esercizio
Aprok Imagen S.L.	2,7	1,8	0,9	6,2	0,7
Boing S.p.A.	-	-	-	-	-
Canal Factoria de Fiction S.A.	2,1	0,9	1,2	2,8	0,4
Europortal Jumpy Espana S.A.	0,8	(0,6)	1,4	1,0	(0,7)
Fascino P.G.T. S.r.l.	22,8	1,6	21,2	49,4	0,9
Press TV S.p.A.	8,2	2,2	6,0	13,3	(0,8)
Mediavivere S.r.l.	11,6	3,2	8,4	31,7	2,5
Multipark Madrid	7,8	6,9	0,9	2,7	0,4
Premiere Megaplex S.A.	4,0	0,1	3,9	1,7	(0,2)
Publici Television S.A.	2,7	1,8	0,9	25,3	1,4
Red de Televisión Digital Valencia S	-	-	-	-	-
Titanus Elios S.p.A.	31,2	30,8	0,4	3,0	0,6
Totale	93,9	48,7	45,2	137,1	5,2

6.6 Altre attività finanziarie

I seguenti prospetti evidenziano il valore alle date di chiusura degli ultimi due esercizi e la movimentazione intervenuta nel corso del 2005 delle altre attività finanziarie:

	Saldo al 31/12/2004	Incrementi	Smobilizzi	Adeguamenti di Fair Value / Impairment	Attività non correnti possedute per la vendita	Saldo al 31/12/2005
Partecipazioni	106,4	-	(4,7)	(51,2)	(2,1)	48,4
Crediti finanziari (quota oltre 12 mesi)	3,5	53,7	(0,6)	-	-	56,6
Attività finanziarie disponibili per la vendita	108,8	1,6	(25,7)	-	-	84,9
Totale	218,7	55,3	(31,0)	(51,2)	(2,1)	189,9

La principale variazione nella voce **partecipazioni** è relativa alla svalutazione per 50,7 milioni di euro della partecipazione del 2,73% detenuta in HOPA S.p.A per 96,3 milioni di euro come già segnalato al 31 dicembre 2004, nell'ambito dell'accordo sottoscritto in data 6 dicembre 2002 tra Mediaset S.p.A. e Fingruppo Holding S.p.A., Mediaset deteneva, per un corrispettivo pari 40.000 euro, un'opzione di vendita incondizionata alla stessa Fingruppo della quota di partecipazione del 2,73%, corrispondente a n. 37.289.973 azioni, detenuta in HOPA S.p.A. per un valore che in funzione del diverso periodo di esercizio (comunque non oltre il gennaio 2008) è pari rispettivamente a 1,33 euro e 1,44 euro per azione diminuibile per l'importo dei dividendi distribuiti da HOPA S.p.A. A metà gennaio il Consiglio di Amministrazione di Mediaset S.p.A. ha deciso di esercitare la propria opzione di vendita a Fingruppo Holding S.p.A. della propria partecipazione in HOPA. Le altre variazioni si riferiscono per 4,7 milioni di euro al rimborso di quote detenute nella società Convergenza S.C.A., per effetto delle quali è stata realizzata una plusvalenza di 1,2 mi-

lioni di euro, e all'adeguamento di -0,6 milioni di euro della partecipazione detenuta in Euromedia Luxembourg Two S.A., il cui valore residuo viene riclassificato tra le *attività disponibili per la vendita*.

L'incremento dei **crediti finanziari** si riferisce per 49,2 milioni di euro al credito vantato nei confronti di British Telecom relativo alla cessione della partecipazione in Albacom S.p.A. avvenuta in data 4 febbraio 2005. Come già commentato nel Bilancio al 31 dicembre 2004, a fronte di tale credito è stato costituito un fondo rischi pari a 34,6 milioni di euro risultante dalla differenza tra il valore dello stesso e 14,6 milioni di euro, valore minimo previsto contrattualmente nell'operazione di closing della cessione della partecipazione. Tale voce include inoltre il finanziamento di 4,5 milioni di euro erogato dalla controllata Publitalia '80 S.p.A. alla partecipata Radio e Reti S.r.l.

Le variazioni nelle attività finanziarie **disponibili per la vendita** sono relative principalmente alla cessione delle quote di uno dei tre fondi di investimento mobiliare gestiti attraverso ABS Finance Fund. Tale società è costituita con una struttura ad ombrello ("umbrella fund"), organizzata cioè in fondi di investimento, che sono amministrati separatamente, ma giuridicamente considerati come un "unicum".

Al 31 dicembre il Gruppo Mediaset risulta pertanto sottoscrittore di quote di investimento in due comparti, che investono prevalentemente in titoli ad elevato rating assegnato da agenzie quali Moody e S&P. I benchmark di riferimento dei due comparti sottoscritti sono allineati a quelli presenti sul mercato per fondi aventi natura di investimento similari.

6.7 Attività per imposte anticipate e passività fiscali differite

	31/12/2005	31/12/2004
Imposte anticipate	283,0	257,8
Imposte differite passive	(118,3)	(71,0)
Posizione netta	164,7	186,8

I seguenti prospetti evidenziano separatamente per attività e passività la movimentazione relativa ai due esercizi di imposte anticipate e differite.

ATTIVITA' PER IMPOSTE ANTICIPATE	Saldo al 1/1	(Addebiti)/accrediti a Conto Economico	(Addebiti)/accrediti a Patrimonio Netto	Aggregazioni di impresa	Altri movimenti	Saldo al 31/12
Esercizio 2004	278,0	-20,8	2,5		-1,9	257,8
Esercizio 2005 (*)	261,0	0,2		22,6	(0,7)	283,0

(*) il dato al 1° gennaio 2005 è inclusivo dell'effetto generato in sede di prima applicazione dallo IAS 39

Le movimentazioni a conto economico si riferiscono principalmente all'utilizzo di imposte anticipate stanziate su svalutazione di partecipazioni effettuate in esercizi precedenti e su attività fiscali generate da operazioni di conferimento e cessione di partecipazioni infragruppo.

Sono imputate direttamente al patrimonio netto le attività fiscali relative alle valutazioni attuariali dei piani a benefici definiti e alla movimentazione delle riserve di copertura dei flussi di cassa futuri.

L'effetto relativo alle aggregazioni di impresa è riferibile all'iscrizione in sede di allocazione del prezzo di acquisto di attività per imposte anticipate su perdite fiscali della società Home Shopping Europe S.p.A. come descritto nella nota 20.

Non sono state stanziate attività fiscali per imposte anticipate relative alle perdite fiscali riportabili (pari a 185,0 milioni di euro) della controllata Mediaset Investment S.a.r.l. in quanto ad oggi non sussiste la certezza del recupero di tali perdite.

PASSIVITA' PER IMPOSTE DIFFERITE	Saldo al 1/1	(Addebiti)/accrediti a Conto Economico	(Addebiti)/accrediti a Patrimonio Netto	Aggregazioni di impresa	Altri movimenti	Saldo al 31/12
Esercizio 2004	(88,2)	15,2			1,9	(71,0)
Esercizio 2005 (*)	(72,6)	(11,3)	0,5	(35,6)	0,7	(118,3)

(*) il dato al 1° gennaio 2005 è inclusivo dell'effetto generato in sede di prima applicazione dallo IAS 39

Le movimentazioni a conto economico si riferiscono principalmente al rilascio e allo stanziamento di imposte differite per allineare le vite utili fiscali a quelle economiche.

L'effetto relativo alle aggregazioni di impresa è riferibile sia ai debiti fiscali esistenti al momento dell'acquisizione di Home Shopping Europe, sia all'iscrizione di imposte differite passive originatesi sull'iscrizione del fair value di intangibili specifici effettuata in sede di allocazione del prezzo di acquisto, così come descritto nella nota 20.

La voce altri movimenti si riferisce a compensazioni effettuate al fine di evidenziare la posizione netta delle componenti fiscalmente rilevanti generate per i piani a benefici definiti.

7 ATTIVITA' CORRENTI

7.1 Rimanenze

La voce in oggetto alla fine del periodo è così composta:

	Lordo	Svalutazioni	31/12/2005 Valore netto	31/12/2004 Valore netto
Materie prime, sussidiarie e di consumo	7,8	(3,3)	4,5	4,4
Prodotti in corso di lavorazione e semilavorati	1,9	-	1,9	7,4
Lavori in corso su ordinazione	-	-	-	-
Prodotti finiti e merci	23,3	(4,3)	19,1	15,5
Totale	33,0	(7,5)	25,5	27,3

La variazione delle rimanenze, rilevata come costo durante l'esercizio, è pari a 4,0 milioni di euro. Sono state altresì effettuate svalutazioni per 0,3 milioni di euro e ripristini di precedenti svalutazioni di 0,5 milioni di euro.

Le **materie prime, sussidiarie e di consumo** comprendono principalmente parti di ricambio per apparecchiature radiotelevisive; la svalutazione riguarda i materiali a lento rigiro, per i quali si è provveduto ad un adeguamento del valore, al fine di allinearli a quello di presumibile realizzo.

I **prodotti in corso di lavorazione e semilavorati** sono principalmente riferibili a scenografie e produzioni televisive in corso di realizzazione.

I **prodotti finiti e merci** includono principalmente:

- produzioni televisive in carico a R.T.I. S.p.A. per 14,5 milioni di euro (12,3 milioni di euro al 31 dicembre 2004);
- giacenze di smart card relative all'attività di Mediaset Premium per 1,2 milioni di euro;
- prodotti destinati all'attività di "cambio merce" svolta da Promoservice Italia S.r.l. per 0,7 milioni di euro (1,2 milioni di euro al 31 dicembre 2004);
- prodotti destinati all'attività di teleshopping per 2,0 milioni di euro.

In tale voce sono compresi 2,9 milioni di euro acquisiti attraverso l'aggregazione d'impresa con il Gruppo Home Shopping Europe.

7.2 Crediti commerciali

Tale voce alla fine del periodo è così composta:

	Saldo al 31/12/2005	Saldo al 31/12/2004
Crediti verso clienti	994,1	899,4
Crediti verso imprese controllate	0,1	0,1
Crediti verso imprese collegate	3,5	2,4
Crediti verso impresa controllante	2,2	2,3
Crediti verso imprese Gruppo Fininvest e Gruppo Mediolanum	12,9	10,2
Totale	1.012,7	914,4

Tutti i crediti commerciali risultano esigibili entro 12 mesi. Il loro valore di carico approssima il fair value.

I **crediti verso clienti**, al 31 dicembre 2005 si riferiscono per 877,0 milioni di euro, al netto del fondo svalutazione, a crediti relativi alla vendita di spazi pubblicitari (806,2 milioni di euro al 31 dicembre 2004) di cui 164,7 milioni di euro

relativi al Gruppo Telecinco e 3,0 milioni di euro relativi a Publieurope Ltd. Nella voce sono inoltre inclusi crediti verso Telecom Italia per 19,2 milioni a fronte della cessione dello sfruttamento ADSL relativo ai diritti delle squadre di calcio del campionato di Serie A, 6,2 milioni di euro relativi alla vendita di carte prepagate e 46,2 milioni di euro a crediti per la cessione di diritti e produzioni televisive relativi a società del Gruppo Mediaset e del Gruppo Telecinco.

Il dettaglio dei crediti verso imprese controllate, collegate e relative al Gruppo Fininvest è esposto nella successiva nota 22 (*rapporti con parti correlate*).

7.3 Altri Crediti e attività correnti

	Saldo 31/12/2005			Saldo al 31/12/2004
	Totale	Scadenza in anni		
		Entro 1	Oltre 1	
Crediti verso altri	138,3	136,3	2,0	179,9
Ratei e risconti	206,5	206,5	0,0	33,4
Totale	344,8	342,8	2,0	213,3

La voce **crediti verso altri** comprende:

- *Crediti verso l'erario* relativi principalmente anticipi per imposte sul reddito pari a 6,0 milioni di euro;
- *anticipi a fornitori, collaboratori ed agenti* corrisposti a professionisti e fornitori dell'area pubblicità e a fornitori, artisti e professionisti per produzioni televisive per 14,9 milioni di euro;
- *anticipi a dipendenti* erogati per trasferte di lavoro per 1,7 milioni di euro;
- *crediti* per 63,8 milioni di euro nei confronti di società di factor, per cessione di crediti commerciali con clausola pro soluto, per i quali il regolamento finanziario da parte del factor non è ancora avvenuto alla data di chiusura del periodo.

I crediti ceduti nel periodo a società di factor con clausola pro soluto ammontano complessivamente a 249,2 milioni di euro (274,9 milioni di euro al 31 dicembre 2004). I crediti non ancora maturati al 31 dicembre 2005 sono pari a 58,3 milioni di euro; 1,0 milioni di euro di tali crediti risulta incassato anticipatamente.

Il saldo include inoltre 18,0 milioni di euro nei confronti di Europa TV S.p.A. per il versamento dell'anticipo sul contratto preliminare avente ad oggetto le frequenze di tale società, come successivamente nella nota 23 (*impegni di investimento e garanzie*).

Il finanziamento concesso ad Albacom S.p.A. incluso nel saldo al 31 dicembre 2004, pari a 19,5 milioni di euro è stato interamente incassato nel corso del 2005.

Nella voce **ratei e risconti attivi** le voci più significative si riferiscono a:

- diritti per le partite di Champion League della stagione 2005/2006, pari a 16,2 milioni di euro acquisiti dalla società Union des Associations Europeennes de Football;
- diritti per le partite del campionato di serie A delle stagioni 2005-2008, pari a 157,2 milioni di euro acquisiti dalla Lega Calcio, che vengono imputati a conto economico al manifestarsi del singolo evento;
- costi smart card e vouchers pari a 10,0 milioni di euro rilevati per la correlazione con i ricavi relativi alle loro vendite.

7.4 Attività finanziarie correnti

	31/12/2005	31/12/2004
Crediti finanziari (quota entro 12 mesi)	3,9	2,1
Titoli	24,8	66,8
Attività finanziarie per derivati di negoziazione	11,9	-
Attività finanziarie per derivati di copertura	4,3	-
Attività finanziarie per derivati non di copertura	8,8	-
Totale	53,7	68,9

La voce **titoli** si riferisce a titoli obbligazionari quotati e non detenuti dalla Capogruppo Mediaset S.p.A. per 11,3 milioni di euro ed a titoli obbligazionari di Stato detenuti da Gestevision Telecinco per 1,5 milioni di euro e da fondi comuni di investimento per 12,0 milioni di euro.

Le **Attività finanziarie per derivati di negoziazione** si riferiscono per 0,3 milioni di euro al fair value del diritto di opzione call relativo a n. 37.724.240 azioni ordinarie Telecom Italia ad un prezzo di esercizio di 3,6051 euro per azione esercitabile entro dicembre 2007 acquisito nell'ambito degli accordi del dicembre 2002 tra Mediaset e Holinvest e per 11,6 milioni di euro al fair value, determinato sulla base di una valutazione indipendente, di contratti di e-

quity swap stipulati nel 2003 tra Mediaset e una primaria banca italiana con l'obiettivo di diversificare la propria esposizione in settori coerenti con l'attività del Gruppo. Le variazioni di fair value complessivamente relative a tali attività, pari a + 11,3 milioni di euro, sono state contabilizzate fra i **proventi ed oneri finanziari**.

La voce **Attività finanziarie per derivati di copertura** si riferisce al fair value degli strumenti derivati utilizzati dal Gruppo ai fini della propria attività di copertura delle esposizioni valutarie connesse a impegni per futuri acquisti di diritti televisivi denominati in valuta estera (*forecast transaction*)

La voce **Attività finanziarie non di copertura** si riferisce sia al fair value di strumenti derivati che coprono le variazioni del fair value degli elementi iscritti in bilancio.

Nella successiva nota 11.5 viene riportata la posizione netta relativa a strumenti finanziari di copertura.

7.5 Disponibilità liquide e mezzi equivalenti

Tale voce risulta così composta:

	31/12/2005	31/12/2004
Depositi bancari e postali	497,9	293,6
Denaro e valori in cassa	0,2	0,1
Totale	498,1	293,7

Per l'analisi delle variazioni delle disponibilità liquide si rimanda al prospetto di rendiconto finanziario consolidato.

Di seguito viene fornita la composizione della **posizione finanziaria netta consolidata** indicando per ognuna delle voci esposte il riferimento alla relativa nota di commento.

	31/12/2005	31/12/2004
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti (nota 7.5)	498,1	293,7
Titoli e attività finanziarie correnti (nota 7.4)	39,0	67,4
Attività finanziarie disponibili per la vendita (nota 6.6)	84,9	108,8
Totale attività finanziarie	622,0	469,9
Debiti verso banche non correnti (nota 10.2)	(235,1)	(240,1)
Debiti verso banche (quota corrente) (nota 11.1)	(729,7)	(164,4)
Debiti verso altri finanziatori non correnti (nota 10.2)	(6,4)	(3,0)
Debiti verso altri finanziatori (quota corrente) (nota 11.4)	(8,8)	(0,4)
Totale passività finanziarie	(980,0)	(407,9)
Posizione finanziaria netta	(358,0)	62,0

8 ATTIVITA' E PASSIVITA' NON CORRENTI POSSEDUTE PER LA VENDITA

Il valore complessivo delle attività non correnti possedute per la vendita è pari a 18,0 milioni di euro e si riferisce:

- per 8,2 milioni di euro agli apparati digitali che, sulla base di accordi formalizzati a fine 2005, sono stati ceduti a terzi al 1 gennaio 2006;
- a 7,8 milioni di euro al valore di carico della library dei diritti televisivi che alimentavano la programmazione dei 4 canali tematici che RTI cedeva a Sky. A seguito della rinegoziazione degli accordi tra Mediaset e Sky Italia sottoscritti a Dicembre 2005, tale library è stata ceduta a Sky Italia nel corso del 2006;
- per 2,1 milioni di euro al valore di realizzo della quota di partecipazione dell'11,76% detenuta dalla controllata Mediaset Investment S.a.r.l in Euromedia Luxemburg Two S.A. (società a cui fa capo il fondo Euromedia Venture Fund) a seguito della messa in liquidazione della società deliberata dall'Assemblea degli azionisti lo scorso 28 ottobre 2005. In relazione a tale operazione è stato riclassificato tra le **passività non correnti correlate ad attività possedute per la vendita** il debito residuo relativo alle quote sottoscritte e non versate di tale partecipazione per 1,5 milioni di euro.

COMMENTI ALLE PRINCIPALI VOCI DEL PASSIVO

(valori in milioni di euro)

9 CAPITALE E RISERVE

Le principali poste componenti il patrimonio netto e le relative variazioni sono le seguenti:

9.1 Capitale sociale

Al 31 dicembre 2005 il capitale sociale del Gruppo Mediaset, coincidente con quello della Capogruppo, è interamente sottoscritto e versato e risulta costituito da n° 1.181.227.564 azioni ordinarie da nominali 0,52 euro ciascuna per un controvalore di 614,2 milioni di euro. Nessuna variazione è intervenuta nel periodo in esame.

9.2 Riserva da sovrapprezzo azioni

Al 31 dicembre 2005 la riserva da sovrapprezzo azioni, coincidente con quella della Capogruppo, ammonta a 275,2 milioni di euro (739,7 milioni di euro al 31 dicembre 2004). La variazione intervenuta nell'esercizio pari a 464,5 è riferibile per 74,7 milioni di euro quale integrazione per la distribuzione dei dividendi, come da delibera dell'assemblea degli azionisti del 29 aprile 2005 e dalla riclassifica nella voce Altre Riserve per 389,8 milioni di euro. Quest'ultima variazione è inclusa nel prospetto di movimentazione del patrimonio netto nella voce *altri movimenti*. Si precisa che la tale riclassifica è stata possibile in quanto la Riserva da sovrapprezzo azioni è divenuta libera e disponibile ai sensi del combinato disposto dagli artt. 2430 e 2431 c.c..

9.3 Azioni proprie

Tale voce accoglie le azioni di Mediaset S.p.A. acquistate in forza delle delibere delle Assemblee Ordinarie degli Azionisti del 24 aprile 2002, del 16 aprile 2003, del 27 aprile 2004 e del 29 aprile 2005, che prevedono una delega del Consiglio di Amministrazione per acquisti fino ad un massimo di 70.000.000 di azioni (5,92% del capitale sociale). Tale delega è valevole fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2005 e comunque per un periodo non superiore a 18 mesi dalla data della delibera assembleare.

	Esercizio 2005		Esercizio 2004	
	Numero	Valore a bilancio	Numero	Valore a bilancio
Saldo iniziale	1.957.000	17,3	3.064.000	21,9
Aumenti	51.791.627	488,3	11.711.951	108,0
Diminuzioni	(6.978.627)	(68,3)	(12.818.951)	(112,4)
Saldo finale	46.770.000	437,3	1.957.000	17,3

Al 31 dicembre 2005 il valore delle azioni proprie detenute in portafoglio è pari a 437,3 milioni di euro, equivalenti a n. 46.770.000 azioni, di cui n. 3.840.000 azioni destinate ai piani di stock option deliberati e n. 42.930.000 azioni destinate al piano di riacquisto delle azioni proprie deliberato in data 13 settembre 2005 e 8 novembre 2005.

Nel corso dell'esercizio, al fine di stabilizzare l'andamento del titolo, di soddisfare le esigenze del piano di stock option e di portare a termine il programma di buyback deliberato, sono state acquistate complessivamente n. 51.791.627 azioni e vendute n. 6.978.627 azioni.

Sono inoltre incluse in tale voce, per la quota di competenza del Gruppo, le azioni proprie detenute dalla controllata Gestelevision Telecinco a copertura dei propri piani di stock option. Al 31 dicembre 2005 Gestelevision Telecinco deteneva infatti n. 1.450.000 di azioni proprie per un importo complessivo di 26,5 milioni di euro.

9.4 Altre riserve

	31/12/2005	31/12/2004
Riserva legale	122,8	96,0
Altre Riserve	424,5	29,1
Totale	547,3	125,1

La variazione delle **Altre Riserve** riflette principalmente il giroconto per 389,8 milioni di euro dalla riserva sovrapprezzo azioni, divenuta libera e disponibile ai sensi del combinato disposto degli artt. 2430 e 2431 c.c.

La voce include inoltre gli effetti, pari a 0,9 milioni di euro relativi ad utili, imputati direttamente a patrimonio netto, realizzati da attività di compravendita di azioni proprie effettuata a fini di stabilizzazione del titolo ed a 0,7 milioni di euro derivanti dalla valutazione a patrimonio netto di società precedentemente iscritte al costo.

9.5 Riserve da valutazione

	31/12/2005	31/12/2004
Strumenti finanziari a copertura dei flussi di cassa	3,2	-
Attività finanziarie disponibili per la vendita	0,1	-
Piani di Stock Option	14,8	7,4
Utili/(Perdite) attuariali	(11,6)	(5,0)
Totale	6,5	2,4

La **Riserva da valutazione di strumenti finanziari a copertura dei flussi di cassa** è costituita nell'ambito della valutazione degli strumenti derivati qualificati per la copertura del rischio cambio e di interesse.

La **Riserva da valutazione per attività finanziarie** disponibili per la vendita si riferisce alla variazione del fair value di partecipazioni di minoranza e delle quote nella SICAV ABS Finance Fund.

La **Riserva per Piani di Stock Option** accoglie la contropartita della quota di costo maturata al 31 dicembre 2005, determinata ai sensi dell'IFRS 2, per i Piani di Stock Option triennali assegnati da Mediaset negli esercizi 2003, 2004 e 2005 e dalla controllata Telecinco nell'esercizio 2005 per la quota di competenza del Gruppo.

La **Riserva da valutazione di utili e perdite attuariali** accoglie le componenti attuariali relative alla valutazione dei piani a benefici definiti, imputate direttamente a patrimonio netto.

Il seguente prospetto illustra le movimentazioni intervenute nel corso dell'esercizio per tali riserve:

Riserve da valutazione	Saldo al 1/1	Incrementi/ (Decrementi)	Trasferimenti al Conto Economico	Rettifica del valore iniziale dell'elemento coperto	Variazioni di Fair Value	Imposte differite	Saldo al 31/12
Strumenti finanziaria di copertura dei flussi di cassa futuri	(6,1)	-	6,5	(3,4)	9,7	(3,5)	3,2
Attività finanziarie disponibili per la vendita	(0,7)	-	-	-	0,8	-	0,1
Piani di stock option	7,4	7,4	-	-	-	-	14,8
Utili/(perdite) attuariali su Piani a benefici definiti	(5,0)	(9,9)	-	-	-	3,3	(11,6)
Totale	(4,4)	(2,5)	6,5	(3,4)	10,5	(0,3)	6,5

Il valore delle riserve di valutazione dei derivati di copertura e delle attività finanziarie disponibili per la vendita al 1 Gennaio 2005 corrisponde alla rilevazione iniziale effettuata in sede di prima applicazione dello IAS 39. Le variazioni intervenute nell'esercizio, relativamente agli strumenti finanziari per la gestione del rischio di interesse riguardano per 6,5 milioni di euro i trasferimenti a conto economico degli oneri finanziari maturati e liquidati a fronte dell'interest rate swap a copertura del finanziamento in pool stipulato da Mediaset. Le variazioni delle riserve contabilizzate nell'ambito della valutazione degli strumenti finanziari a copertura del rischio cambio si riferiscono per -3,4 milioni di euro alla rettifica del valore d'iscrizione iniziale dei diritti televisivi acquisiti nell'esercizio e per 9,7 milioni di euro a variazioni nel fair value di tali strumenti. La variazione delle riserve costituite a fronte della valutazione di attività finanziarie disponibili per la vendita è relativa alla rivalutazione della partecipazione detenuta in Convergenza S.C.A.

9.6 Utili (perdite) esercizi precedenti

La variazione intervenuta rispetto al 31 dicembre 2004 è relativa alla distribuzione dei dividendi distribuiti dalla capogruppo nel corso dell'esercizio.

10 PASSIVITA' NON CORRENTI

10.1 Trattamento di fine rapporto

I benefici a favore dei dipendenti che rientrano secondo la disciplina italiana nel trattamento di fine rapporto (TFR) vengono considerati dallo IAS 19 come "benefici successivi al rapporto di lavoro" del tipo "a benefici definiti" e sono pertanto soggetti alla valutazione attraverso la metodologia attuariale "Projected Unit Credit Method".

La procedura per la determinazione dell'obbligazione del Gruppo nei confronti dei dipendenti è stata svolta da un attuario indipendente secondo le seguenti fasi:

- Proiezione del TFR già maturato alla data di valutazione e delle future quote che verranno maturate fino all'istante aleatorio di risoluzione del rapporto di lavoro o di liquidazione parziale delle somme maturate a titolo di anticipazione del TFR;
- Attualizzazione alla data di valutazione dei flussi di cassa attesi che il Gruppo riconoscerà in futuro ai propri dipendenti;
- Riproporzionamento delle prestazioni attualizzate in base all'anzianità maturata alla data di valutazione rispetto all'anzianità attesa all'istante aleatorio di liquidazione da parte del Gruppo.

La valutazione del TFR secondo lo IAS 19 è stata effettuata "ad personam" e a popolazione chiusa, ovvero sono stati effettuati calcoli analitici su ciascun dipendente presente alla data di valutazione nel Gruppo Mediaset, senza tenere conto dei futuri ingressi in azienda.

Il modello di valutazione attuariale si fonda sulle cosiddette basi tecniche, che costituiscono le ipotesi di natura demografica ed economico-finanziaria relative ai parametri coinvolti nel calcolo.

In sintesi, le assunzioni adottate sono state le seguenti:

Ipotesi demografiche

Probabilità di decesso	Tavola di sopravvivenza ISTAT, distinta per età e sesso, del 1991
Probabilità di uscita dal Gruppo	Percentuali di pensionamento, dimissioni/licenziamenti, scadenza del contratto sono state ricavate dall'osservazione dei dati aziendali di ciascuna società del Gruppo. Le probabilità adottate sono state distinte per età, sesso e qualifica contrattuale (Impiegati, Quadri e Dirigenti). Nelle valutazioni attuariali è stato considerato un orizzonte temporale di sviluppo pari a 60 di età per le donne e 65 anni per gli uomini.
Anticipazione del TFR	Le frequenze di anticipazione e le percentuali medie di TFR richieste a titolo di anticipo sono state desunte dall'osservazione dei dati storici di ciascuna Società del Gruppo.
Previdenza complementare	Coloro che devolvono interamente il proprio TFR alla previdenza complementare sollevano la Società da impegni in termini di TFR e non costituiscono oggetto di valutazione. Per gli altri dipendenti è stata invece considerata la situazione al momento della valutazione (mancata o parziale adesione alla previdenza complementare).

Ipotesi economico-finanziarie

Tasso di inflazione Scenario inflazionistico in linea con quanto indicato nei Documenti di Programmazione Economico Finanziaria più recenti: per la valutazione del fondo TFR delle Società del Gruppo Mediaset al 31 dicembre 2005 è stato preso come riferimento il DPEF 2006 - 2009, nel quale l'inflazione ha un trend decrescente fino all'1,6% osservato in corrispondenza del 2008. Oltre tale anno è stata ipotizzata un tasso di inflazione costante pari all'1,6%

Tassi di attualizzazione Curva dei tassi risk free relativa a titoli obbligazionari di aziende del mercato Euro di primaria qualità (con un rating minimo di A+) rilevata alla data di valutazione.

Incrementi retributivi Incrementi retributivi rilevati puntualmente per Società, per classi di anzianità e categoria contrattuale, al netto dell'inflazione programmata, variabili a secondo del livello di inquadramento aziendale dall'1,0% al 3,5% annuo.

La valutazione attuariale evidenzia un valore del fondo TFR al 31 dicembre 2005 pari a 132,0 milioni di euro, con una crescita di 18,1 milioni di euro rispetto all'esercizio precedente. La movimentazione del fondo è riepilogata in sintesi come segue:

	Esercizio 2005	Esercizio 2004
Fondo al 1/1	115,9	104,0
Passività assunte in seguito ad acquisizioni di società	0,9	-
Costo relativo alle prestazioni di lavoro correnti (service cost)	9,8	8,9
(Utili)/perdite attuariali	9,9	7,5
Oneri finanziari (interest cost)	3,3	2,3
Indennità liquidate	(7,8)	(6,8)
Altri movimenti/Aggregazioni di impresa	0,1	0,0
Fondo al 31/12	132,0	115,9

Come precedentemente segnalato, il Gruppo si avvale dell'opzione prevista dallo IAS 19 (par. 93.A-D), contabilizzando utili e perdite attuariali direttamente a patrimonio netto.

10.2 Debiti e passività finanziarie

	Saldo al 31/12/2005	Saldo al 31/12/2004
Debiti verso banche	235,1	240,1
Debiti verso altri finanziatori	6,4	3,0
Debiti verso imprese controllate	0,0	-
Debiti verso imprese collegate	0,9	-
Debiti verso controllante	-	-
Debiti verso imprese del Gruppo Fininvest e del Gruppo Mediolanum	-	-
Altre passività finanziarie	0,5	-
Totale	243,0	243,1

I debiti verso banche pari a 235,1 milioni di euro sono relativi ad un contratto di finanziamento a medio/lungo termine con Mediobanca S.p.A. per un importo complessivo pari a 235,0 milioni di euro di cui 160,0 milioni di euro rappresentati da un finanziamento con piano di ammortamento a rate costanti a partire dal quinto anno e una linea di credito revolving di 75,0 milioni di euro a cinque anni a tasso variabile parametrato all'EURIBOR e maggiorato di uno spread, proporzionale alla durata dell'utilizzo e compreso tra 12,5 e 15,0 Basis Point. All'interno dello stesso contratto esiste inoltre un'opzione con scadenza 2006 per ulteriori 75,0 milioni di euro alle stesse condizioni. Si segnala che nel corso del 2005 i debiti verso banche, relativi al finanziamento in pool di 300,0 milioni di Euro con primari istituti di credito si sono ridotti di 120,0 milioni di euro rimborsati anticipatamente e la restante quota di 20,0 milioni di euro è stata riclassificata nella voce "debiti verso banche" in quanto in scadenza entro la fine del 2006.

Per entrambi i finanziamenti la prossima data di revisione del tasso relativo al finanziamento in pool è il 28 febbraio 2006.

Nel prospetto seguente sono riportati i tassi di interesse effettivi e gli oneri finanziari addebitati a conto economico relativi ai finanziamenti in essere:

	IRR	Oneri Finanziari	Fair Value
Finanziamento Mediobanca	2,8%	0,4	161,5
Finanziamento in pool	3,0%	6,0	120,2

Entrambi i contratti di finanziamento prevedono la verifica semestrale dei seguenti covenant finanziari:

1. posizione finanziaria netta/EBITDA consolidati non superiore a 1,5;
2. EBITDA/oneri finanziari netti consolidati non inferiore a 10;

tali parametri sino ad oggi sono stati rispettati

I debiti verso altri finanziatori sono relativi a debiti verso società di leasing e finanziamenti agevolati concessi al Gruppo Telecinco.

10.3 Fondi per rischi e oneri

La composizione e la movimentazione di tali fondi è la seguente:

	Esercizio 2005	Esercizio 2004
Fondi al 1/1	165,9	114,3
Accantonamenti	79,0	102,3
Utilizzi	(49,7)	(50,7)
Oneri Finanziari	0,7	1,4
Altri movimenti/Aggregazioni di impresa	0,7	(1,4)
Fondi al 31/12	196,4	165,9
Di cui:		
Entro 12 mesi	149,1	90,0
Oltre 12 mesi	47,3	75,9
Totale	196,4	165,9

I fondi rischi ed oneri si riferiscono per 87,5 milioni di euro all'area geografica Italia e per 108,9 milioni di euro al Gruppo Telecinco

In tale voce è compreso lo stanziamento effettuato lo scorso 31 dicembre 2004 pari a 34,6 milioni di euro a fronte del credito vantato nei confronti di British Telecom PLC a seguito delle operazioni di cessione della partecipazione in Albacom S.p.A.

Al netto di tale importo, i fondi rischi sono principalmente riferibili a *cause legali* per 63,8 milioni di euro (46,2 milioni di euro al 31 dicembre 2004), a *controversie con il personale* per 15,9 milioni di euro (13,8 milioni di euro al 31 dicembre 2004), a *rischi contrattuali* relativi principalmente al rischio di sottoutilizzo delle risorse artistiche rispetto a quanto contrattualmente previsto per 49,8 milioni di euro (41,9 milioni di euro al 31 dicembre 2004).

Si segnala infine che il procedimento penale 22694/2001 (altrimenti noto come *Diritti Televisivi*) è in fase di udienza preliminare che si è aperta ritualmente il 28 ottobre 2005.

In tale udienza Mediaset S.p.A. si è costituita parte civile allo scopo di seguire l'andamento del processo, nel contraddittorio tra accusa e difesa, ed accertare l'eventuale sussistenza di lesioni patrimoniali a danno della società.

La costituzione di parte civile di Mediaset S.p.A. ha carattere esplorativo e prudenziale rispetto alle ipotesi accusatorie di cui ai capi di imputazione contenuti nell'avviso di fissazione dell'udienza preliminare.

Mediaset ribadisce che i propri amministratori e dirigenti sono estranei alle ipotesi formulate dalla Pubblica Accusa, perché la società ha sempre acquisito i diritti a prezzi di mercato.

II PASSIVITA' CORRENTI

II.1 Debiti verso banche

	Saldo al 31/12/2005	Saldo al 31/12/2004
Finanziamenti	120,0	60,0
Linee di credito	609,7	104,3
Totale	729,7	164,3

Tale voce si è incrementata rispetto all'esercizio precedente per effetto di nuovi contratti stipulati con primari istituti di credito.

I finanziamenti sono relativi alla quota corrente del contratto di finanziamento con un pool di banche precedentemente commentato nella nota 10.2.

Le linee di credito si riferiscono ad anticipazioni a brevissimo termine a revoca, con scadenza convenzionalmente fissata ad un anno rinnovabile. L'aumento della voce è imputabile al maggior utilizzo conseguente principalmente al finanziamento dell'operazione di riacquisto delle azioni proprie. Tali linee di credito sono a tasso variabile. Il fair value coincide con il valore di iscrizione. Al 31 dicembre 2005 il 40% circa delle linee di credito totali disponibili era committed.

II.2 Debiti verso fornitori

	Saldo 31/12/2005			Saldo al 31/12/2004
	Totale	Scadenza in anni		
		Entro 1	Oltre 1	
Debiti verso fornitori	1.076,6	765,5	311,1	732,6
Acconti	18,8	18,8	-	17,5
Debiti verso imprese controllate	1,0	1,0	-	0,0
Debiti verso imprese collegate	21,0	21,0	-	22,4
Debiti verso controllante	0,9	0,9	-	1,2
Debiti verso imprese del Gruppo Fininvest e del Gruppo Mediolanum	108,0	179,6	71,6	134,5
Totale	1.226,3	986,8	382,7	908,2

Le principali variazioni intercorse rispetto al 31 dicembre 2004 sono così analizzabili:

- debiti per acquisto diritti per 619,0 milioni di euro (378,7 milioni di euro al 31 dicembre 2004) di cui 29,5 milioni di euro di pertinenza del Gruppo Telecinco.
- debiti per realizzazione di produzioni televisive e verso collaboratori artistici e professionisti dell'area televisiva per 129,9 milioni di euro (267,2 milioni di euro al 31 dicembre 2004). La quota relativa al consolidamento del Gruppo Telecinco è pari a 90,6 milioni di euro;
- debiti nei confronti di agenzie e fornitori diversi dell'area pubblicità per 14,8 milioni di euro (49,9 milioni di euro al 31 dicembre 2004), di cui 42,3 milioni di euro relativi al Gruppo Telecinco.

La voce debiti verso imprese del Gruppo Fininvest e Gruppo Mediolanum è costituita principalmente da debiti per l'acquisto di diritti televisivi dalla consociata Medusa.

11.3 Debiti tributari

La composizione della voce è la seguente:

	31/12/2005	31/12/2004
Ritenute su redditi di lavoro	13,0	11,5
Imposte correnti	39,4	29,3
Debito IVA	10,3	9,6
Altri debiti	10,9	11,9
Totale	73,5	62,3

11.4 Altre passività finanziarie

	31/12/2005	31/12/2004
Debiti verso altri finanziatori	7,6	0,4
Passività finanziarie su derivati di negoziazione/non designati di copertura	1,2	-
Passività finanziarie su derivati di copertura	-	-
Totale	8,8	0,4

I **debiti verso altri finanziatori**, si riferiscono prevalentemente a debiti verso società di factor con clausola pro-solvendo per 1,9 milioni di euro ed a rapporti finanziari di c/c con società collegate per 4,8 milioni di euro.

11.5 Strumenti derivati di copertura

Di seguito si riportano i valori di attività e passività relativi a strumenti finanziari di copertura, già precedentemente commentati nelle note 7.4 (Attività finanziarie correnti) e 11.4 (Altre passività finanziarie) ai fini di evidenziare la posizione netta del Gruppo.

	31/12/2005	
	Attività	Passività
Contratti forward su valute	9,0	-
Contratti opzioni su valute	3,8	-
IRS (interest rate swap)	-	1,0
Totale	12,8	1,0

Di seguito si espone il nozionale dei contratti di acquisto a termine di valuta in essere al 31 dicembre 2005:

	31/12/2005
Dollari statunitensi (USD)	478,7
Franchi svizzeri (CHF)	25,1
Totale	503,8

Con riferimento alla copertura degli impegni futuri per acquisto diritti, i derivati in essere al 31/12/2005 sono stati stipulati con scadenza 2006-2007, coerentemente con i periodi in cui si presume tali asset saranno contrattualizzati ed iscritti a bilancio. Con riferimento alle coperture dei debiti commerciali, i contratti derivati di copertura in essere al 31/12/2005 sono stati stipulati con scadenze comprese tra gli esercizi 2006-2011 e con riferimento alle scadenze di pagamento effettivo (ove determinabili) o, in assenza di quest'ultime, con la migliore approssimazione al momento disponibile.

11.6 Altre passività correnti

	31/12/2005	31/12/2004
Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale	17,1	16,8
Debiti verso altri	68,1	160,5
Ratei e risconti	53,2	34,3
Totale	138,3	211,6

La voce *debiti verso altri* includeva al 31 dicembre 2004 64,6 milioni di euro di debiti netti per IRES relativi alla quota di compartecipazione al carico fiscale di Gruppo in applicazione dell'accordo di adesione al regime di consolidato nazionale stipulato con la controllante a fine 2004. In conseguenza della ridefinizione dell'assetto azionario della capogruppo Mediaset S.p.A., dal 2005 le società del Gruppo aderiscono al consolidato fiscale direttamente in capo a Mediaset S.p.A. I debiti tributari del Gruppo sono pertanto esposti nella precedente voce *debiti tributari* precedentemente riportati nella nota 11.3.

Nella voce *Ratei e Risconti* sono inclusi risconti passivi per circa 40,0 milioni di euro relativi alla quota dei ricavi generati dalla vendita di carte e ricariche prepagate di competenza dei prossimi esercizi.

CONTO ECONOMICO

12.1 Ricavi delle vendite e delle prestazioni

Di seguito si fornisce la composizione di tali ricavi, evidenziandone le principali tipologie:

	2005	2004
Ricavi pubblicitari televisivi	3.394,6	3.175,6
Altri ricavi pubblicitari	46,0	44,7
Noleggio diritti/programmi	30,0	28,9
Commercializzazione diritti e produzioni televisive	29,7	35,6
Vendita carte prepagate	35,9	-
Vendita merci	22,1	11,2
Realizzazione, noleggio e manutenzione impianti televisivi	12,1	16,1
Altri ricavi	63,6	66,9
Totale	3.634,1	3.379,1

I ricavi per vendita di **pubblicità televisiva** includono: i ricavi, al netto dei ristorni di agenzia, da vendita di spazi pubblicitari sulle tre reti televisive titolari di concessione nazionale da parte di Publitalia '80 S.p.A. e sull'emittente spagnola Telecinco da parte di Publiespana S.A. e Publimedia S.A.; accolgono inoltre ricavi derivanti dall'attività di rivendita di spazi televisivi in cambio di merce, effettuata da Promoservice Italia S.r.l. e la raccolta pubblicitaria netta relativa ai canali televisivi in chiaro e a pagamento trasmessi in tecnica digitale terrestre;

Gli **altri ricavi pubblicitari** si riferiscono principalmente alla raccolta di pubblicità statica e sponsorizzazioni, a ricavi per raccolta pubblicitaria sui siti Internet di proprietà e sui canali tematici realizzati dal Gruppo e di terzi, a servizi commerciali relativi al teletext e a ricavi pubblicitari su mezzi non televisivi realizzati da Publieurope Ltd. e Publimedia S.A.;

I ricavi per **noleggio diritti/programmi** si riferiscono principalmente all'attività di distribuzione alle piattaforme digitali dei palinsesti relativi ai canali tematici;

La voce commercializzazione **diritti e produzioni** si riferisce alla cessione a di diritti principalmente di intrattenimento;

I ricavi da **vendita di carte prepagate** si riferiscono alla vendita delle tessere prepagate commercializzate dal primo semestre 2005 relativamente all'offerta in *pay-per-view* Mediaset Premium;

I ricavi per **vendita merci** si riferiscono in prevalenza alla cessione di beni e servizi ricevuti da Promoservice Italia S.r.l. in cambio di pubblicità e dalla seconda metà del 2005 includono i ricavi per l'attività di Teleshopping svolta dal Gruppo a seguito dell'acquisizione di Home Shopping Europe S.p.A.;

I ricavi per **realizzazione, noleggio e manutenzione di impianti televisivi** riguardano vendite di apparati da parte di Elettronica Industriale S.p.A. a clienti terzi e servizi di noleggio e manutenzione forniti ad altri operatori televisivi;

La voce **altri ricavi** comprende principalmente ricavi derivanti da royalties relative ad attività di merchandising, attività di teleshopping effettuata attraverso l'utilizzo di spazi pubblicitari sulle reti Mediaset precedentemente all'acquisizione di Home Shopping Europe S.p.A., proventi da traffico telefonico originato dall'interazione con alcune produzioni televisive relativo sia alle reti Mediaset sia a Telecinco e vendita di contenuti e servizi multimediali a operatori telefonici.

12.2 Altri ricavi e proventi

La composizione della voce è esposta nel prospetto seguente:

	2005	2004
Affitti e locazioni	13,2	11,5
Plusvalenze da cessione di diritti e altre attività	4,7	-
Altri proventi	26,0	31,0
Totale	43,9	42,5

13.1 Costi del personale

I costi del personale passano, da 409,9 milioni di euro relativi all'esercizio 2004 a 441,0 milioni di euro nell'esercizio 2005 con un incremento complessivo pari a 31,1 milioni di euro.

La voce "Altri costi" include principalmente i costi per Piani di Stock Option pari a 8,1 milioni di euro (4,6 milioni di euro nel 2004), di cui 1,5 relativi ai piani assegnati dal Gruppo Telecinco, i costi relativi alla mensa aziendale per 4,8 milioni di euro (5,1 milioni di euro al 31 dicembre 2004) ed i compensi agli amministratori dipendenti delle società del Gruppo per complessivi 2,7 milioni di euro (2,1 milioni di euro al 31 dicembre 2004).

	2005	2004
Retribuzioni ordinarie	235,2	218,0
Retribuzioni straordinarie	13,8	16,3
Indennità speciali	38,9	34,6
13 ^a e 14 ^a mensilità	31,6	30,2
Ferie maturate non godute	1,3	0,4
Totale salari e stipendi	320,9	299,4
Oneri sociali	85,0	80,2
Trattamento di fine rapporto	9,8	8,9
Trattamento di quiescenza e simili	0,6	0,6
Altri costi	24,7	20,9
Totale costi del personale	441,0	409,9

13.2 Acquisti, prestazioni di servizi e altri costi

	2005	2004
Acquisti materie prime e merci	76,5	63,6
Variazioni magazzino e incremento lavori interni	(92,1)	(91,6)
Consulenze, collaborazioni e prestazioni	194,0	228,4
Realizzazione produzioni e acquisto produzioni	418,3	328,5
Competenze editore e minimi garantiti	20,8	18,7
Spazi pubblicitari e relazioni esterne	18,9	16,4
EDP	17,9	17,1
Altre prestazioni di servizi	335,5	244,3
Totale prestazioni di servizi	1.005,4	853,4
Godimento beni di terzi	162,0	142,1
Accantonamenti per rischi	27,3	28,3
Altri oneri di gestione	48,3	47,2
TOTALE ACQUISTI, PRESTAZIONI DI SERVIZI, E ALTRI COSTI	1.227,3	1.043,0

Nella voce *godimento beni di terzi* sono inclusi 27,3 milioni di euro relativi ad affitti e locazioni prevalentemente relativi a studi televisivi, immobili adibiti ad uso ufficio e siti e postazioni televisive. Gli impegni per affitti e locazioni di durata pluriennale sono pari complessivamente a 35,9 milioni di euro di cui 11,4 milioni di euro previsti nell'esercizio successivo.

13.3 Ammortamenti e svalutazioni

	2005	2004
Ammortamenti diritti televisivi	724,6	766,1
Ammortamenti altre immobilizzazioni immateriali	19,9	26,9
Ammortamenti immobilizzazioni materiali	68,8	64,9
Altre svalutazioni /(ripristini)	(14,3)	20,3
TOTALE AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI	799,0	878,2

In particolare si segnala che il valore degli ammortamenti relativi a diritti televisivi in Italia è pari a 572,8 milioni di euro (611,0 milioni di euro al 31 dicembre 2004); mentre gli ammortamenti relativi al Gruppo Telecinco ammontano a 151,8 milioni di euro (155,1 milioni di euro al 31 dicembre 2004).

13.4 Perdite e ripristini di valore della immobilizzazioni

Nel 2005 è stata rilevata per 9,7 milioni di Euro la svalutazione per perdite di valore dell'avviamento relativo al ramo d'azienda "Jumpy" come precedentemente commentato nella nota 6.3

14 Utili/perdite derivanti da dismissione di attività non correnti

La voce, pari a 43,1 milioni di euro, si riferisce alla plusvalenza realizzata a seguito dalla cessione della quota di partecipazione dell'1,9% detenuta nella controllata Telecinco.

I5 Oneri finanziari

	2005	2004
Oneri per interessi su attività finanziarie	(19,4)	(14,1)
Oneri su titoli	(1,3)	(4,9)
Oneri su strumenti derivati	(4,7)	(2,9)
Altri oneri finanziari	(11,1)	(21,7)
Perdite su cambi	(57,6)	(52,3)
Totale oneri finanziari	(94,1)	(95,9)

I6 Proventi finanziari

	2005	2004
Proventi per interessi su attività finanziarie	3,4	2,1
Proventi su titoli	1,1	9,2
Proventi su strumenti derivati	16,0	
Altri proventi finanziari	16,6	55,5
Utili su cambi	58,8	47,1
Totale proventi finanziari	96,0	113,9

Le voci **perdite ed utili su cambi** includono sia gli effetti degli strumenti derivati relativi alle operazioni finanziarie di copertura delle esposizioni valutarie connesse a impegni per futuri acquisiti di diritti, sia gli effetti degli strumenti derivati che coprono le variazioni di cambi di elementi iscritti in bilancio.

I7 Risultato delle partecipazioni

La voce comprende la quota di risultato netto delle società valutate con il metodo del patrimonio netto, inclusive di eventuali perdite di valore o ripristini, le svalutazioni delle partecipazioni classificate come disponibili per la vendita incluse nella voce **altre attività finanziarie non correnti**, gli accantonamenti a fondo rischi su partecipazioni, i proventi derivanti dall'incasso di dividendi e le plus/minusvalenze da alienazione.

	31/12/2005	31/12/2004
risultato partecipazioni valutate ad equity	1,9	(64,3)
svalutazione attività finanziarie disponibili per la vendita	(51,3)	(2,1)
plus/(minus)valenze da cessioni	3,8	2,0
dividendi	1,9	1,9
TOTALE RISULTATO DELLE PARTECIPAZIONI	(43,8)	(62,5)

La variazione relativa voce “**valutazione partecipazioni equity**” è principalmente attribuibile all'effetto dell'azzeramento del valore della partecipazione in Albacom S.p.a. come descritto nel bilancio al 31 dicembre 2004.

La voce relativa alle “**svalutazioni di attività destinate alla vendita**” si incrementa per effetto della svalutazione della partecipazione in HOPA S.p.A. pari a 50,7 milioni di euro così come commentato nella nota 6.6.

18 Imposte dell'esercizio

Le imposte dell'esercizio includono imposte correnti per 443,5 milioni di euro e 11,2 milioni di euro relative al saldo netto negativo di oneri e proventi rilevati su differenze temporanee prevalentemente riferibili a utilizzi di imposte anticipate stanziare negli esercizi precedenti a fronte di svalutazioni di partecipazioni.

	31/12/2005	31/12/2004
IRAP	51,3	51,5
Altre imposte correnti	392,2	336,4
Imposte differite	11,1	5,7
Totale	454,6	393,6

Di seguito è riportato il prospetto di raccordo tra l'aliquota fiscale vigente in Italia relativa all'imposta sul reddito delle società per gli esercizi 2004 e 2005 e l'aliquota effettiva di Gruppo.

	2005	2004
Aliquota d'imposta vigente	37,25%	37,25%
Effetto oneri indeducibili IRAP	2,89%	2,17%
Effetto società con tassazione differente da quella italiana	-2,16%	-2,40%
Oneri indeducibili e altre rettifiche di consolidamento che non comportano effetto fiscale	-0,16%	0,60%
Aliquota d'imposta effettiva	37,82%	37,62%

19.1 Utile dell'esercizio e dividendo proposto

Il risultato netto consolidato al 31 dicembre 2005 ammonta a 603,4 milioni di euro rispetto ai 549,6 milioni di euro dell'esercizio precedente. Il dividendo unitario proposto dal Consiglio di Amministrazione all'Assemblea degli Azionisti è pari a 0,43 centesimi per azione, corrispondente ad un esborso complessivo stimato in 489,5 milioni di euro calcolato al netto delle azioni detenute a seguito del piano di riacquisto di azioni proprie.

19.2 Utile per azione

Il calcolo degli utili per azione di base e diluito è basato sui seguenti dati:

	31/12/2005	31/12/2004
Utile netto dell'esercizio (milioni di euro)	603,4	549,6
Numero medio di azioni ordinarie al netto di azioni proprie	1.171.872.054	1.179.096.654
EPS di base	0,51	0,47
Numero medio ponderato di azioni ordinarie per la determinazione degli utili per azione diluiti	1.171.872.054	1.179.194.878
EPS diluiti	0,51	0,47

20. AGGREGAZIONI DI IMPRESA

Nel corso del terzo trimestre dell'esercizio in corso il Gruppo Mediaset ha operato l'acquisizione del complesso aziendale riconducibile al Gruppo Home Shopping Europe. L'operazione è stata perfezionata attraverso l'acquisizione in data 23 luglio 2005 da parte di RTI S.p.A. da Home Shopping Europe Broadcasting S.p.A. del ramo d'azienda relativo ad impianti e frequenze televisive per un corrispettivo di 100 milioni di euro, mentre in data 29 luglio 2005, RTI S.p.A. in esecuzione degli impegni assunti con Convergenza S.C.A. in data 18 marzo 2005 ha acquisito il 100% del capitale sociale di Home Shopping Europe S.p.A. per un ammontare pari a 112,7 milioni di euro, di cui 10 milioni di euro versati lo scorso marzo e 102,7 milioni di euro contestualmente all'acquisizione.

L'esborso finanziario netto del Gruppo Mediaset per tale acquisizione è stata pari a 114,2 milioni di euro, pari alla differenza tra il prezzo pagato pari a 116 milioni di euro (inclusivo di costi accessori direttamente attribuibili all'aggregazione per 3,3 milioni di euro) e le disponibilità liquide nette acquisite pari a 1,8 milioni di euro.

Si riporta di seguito il prospetto riepilogativo dell'ammontare determinato secondo gli IFRS alla data d'acquisizione delle attività e passività complessivamente acquisite attraverso l'aggregazione d'impresa appena descritta:

(valori in milioni di euro)

	Valori di carico dell'impresa acquisita	Adeguamento al Fair Value	Fair value
Attività nette acquisite			
Diritti d'uso frequenze	-	115,7	115,7
Altre imm. immateriali	4,9	10,7	15,6
Immobili, impianti e macchinari	2,2	-	2,2
Attività per imposte anticipate	-	22,6	22,6
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	1,8	-	1,8
Magazzino	2,9	-	2,9
Crediti/(debiti) commerciali	(3,5)	-	(3,5)
Imposte differite	(23,3)	(12,3)	(35,6)
TFR/altre passività	(11,3)	-	(11,3)
Totale attività nette acquisite	(26,3)	136,7	110,4
Goodwill			5,6
Prezzo di acquisizione			116,0
Cassa e banche acquisiti			1,8
Flusso di cassa netto assorbito dall'acquisizione			(114,2)

Ai sensi dell'IFRS 3, alla data di acquisizione, al fine allocare il costo dell'acquisizione è stato determinato il fair value delle attività, passività e passività potenziali dell'impresa tramite il supporto di apposita stima valutativa redatta da un esperto indipendente.

I valori di mercato (fair value) delle attività, passività e passività potenziali identificate risultanti dalla valutazione vengono di seguito dettagliati:

- il valore delle frequenze televisive, determinato utilizzando multipli di recenti transazioni comparabili risulta pari a 115,7 milioni di euro;
- il valore di intangibili specifici generati internamente dall'impresa acquisita legati ai clienti e al marketing, risulta pari complessivamente a 2,4 milioni di euro;
- il valore riconosciuto ad attività fiscali per perdite riportabili, iscrivibili in seguito all'acquisizione in quanto soddisfano i requisiti previsti dallo IAS 12, ammontano a 22,6 milioni di euro.

Complessivamente, al netto di passività fiscali differite per 12,3 milioni di euro, generate sulle differenze temporanee rilevate sui maggiori valori correnti attribuiti alle attività immateriali, il fair value delle attività nette identificate alla data di acquisizione è stato pertanto complessivamente rideterminato in 110,4 milioni di euro.

La differenza tra l'esborso complessivamente sostenuto per l'acquisizione, pari a 116 milioni di euro e il fair value delle attività nette identificabili alla data d'acquisto pari a 110,4 milioni di euro, ha determinato l'iscrizione di un avviamento pari a 5,6 milioni di euro.

Tale avviamento è attribuibile alla creazione di sinergie con i marchi e le attività del gruppo Mediaset nel settore del teleshopping attraverso le diverse piattaforme distributive disponibili. In particolare a partire dal mese di ottobre del 2005 sono state avviate sulle frequenze già digitalizzate acquisite le trasmissioni in digitale terrestre del canale Mediashoping che sfrutta l'omonimo marchio sviluppato da RTI S.p.A. e si avvale del Know-how, delle strutture logistiche, di vendita e di customer care della società acquisita.

A partire dalla data di acquisizione, le società di nuova acquisizione hanno contribuito ai ricavi e all'utile netto consolidato del Gruppo Mediaset rispettivamente per 8,7 milioni di euro e -9,5 milioni di euro. L'impatto sul risultato netto consolidato di periodo inclusivo degli ammortamenti sulle attività immateriali iscritte in sede di allocazione del prezzo pagato è pari a -12,8 milioni di euro.

Se l'acquisizione fosse avvenuta all'inizio dell'esercizio 2005, i ricavi complessivi incrementali del gruppo sarebbero stati pari a 21,8 milioni di euro e il risultato netto sarebbe stato inferiore di circa 3,0 milioni di euro (-8,0 milioni di euro al netto degli ammortamenti sulle attività immateriali iscritte in sede di consolidamento). Si segnala comunque che precedentemente all'acquisizione da parte di Mediaset, le attività e conseguentemente i risultati di Home Shopping Europe, non sono omogenei con quelli successivi all'integrazione poiché l'attività di teleshopping posta in essere da HSE avveniva per il tramite di un canale analogico e con il contributo di vendite di spazi a terzi senza costi aggiuntivi.

21. PAGAMENTI BASATI SU AZIONI

Al 31 dicembre 2005 sono stati oggetto di valutazione ai fini IFRS 2 i piani di stock option assegnati negli esercizi 2003, 2004 e 2005, relativi all'assegnazione di diritti aventi per oggetto azioni ordinarie Mediaset. Tutti i piani rientrano nella categoria dei piani "equity-settled", ossia prevedono assegnazioni di azioni proprie riacquistate sul mercato. Le opzioni deliberate a favore dei dipendenti assegnatari sono vincolate al raggiungimento di target di performance economiche da parte della società e alla permanenza del dipendente all'interno del gruppo per un periodo prefissato.

Le caratteristiche dei tre piani di stock option sono così sintetizzabili:

	Piano 2003	Piano 2004	Piano 2005
Grant date	18/04/2003	22/06/2004	22/06/2005
Vesting Period	dal 01/01/2003 al 31/12/2005	dal 01/01/2004 al 31/12/2006	dal 01/01/2005 al 31/12/2007
Periodo di esercizio	dal 01/01/2006 al 31/12/2007	dal 01/01/2007 al 31/12/2008	dal 01/01/2008 al 31/12/2010
Fair Value	2,41 euro	1,59 euro	1,67 euro
Prezzo di esercizio	7,39 euro	9,07 euro	9,6 euro

Nel corso del 2005 non sono state esercitate opzioni, in quanto il periodo di esercizio del primo piano di stock option deliberato (piano 2003) decorre a partire dal 1 gennaio 2006. In data 22 giugno 2005 è stato attuato il piano previsto per il 2005, con l'assegnazione di n. 3.774.500 opzioni, il cui periodo di esercizio avrà inizio il 1 gennaio 2008. A causa del venir meno delle condizioni per la maturazione delle opzioni (es. uscita del dipendente dal Gruppo Mediaset) risultano decaduti i diritti di esercizio di n. 69.500 stock option, di cui n. 37.500 relative al piano 2003 e n. 16.000 al piano 2004 e n. 16.000 al piano 2005.

Di seguito la sintesi della movimentazione dei piani di stock option:

	Piano 2003	Piano 2004	Piano 2005	Totale
Opzioni in circolazione al 1/1/2004	3.565.500	0	0	3.565.500
Assegnate durante l'esercizio	0	3.565.500	0	3.565.500
Esercitate durante l'esercizio	0	0	0	0
Decadute durante l'esercizio	(67.500)	(150.500)	0	(218.000)
Opzioni in circolazione al 31/12/2004	3.498.000	3.415.000	0	6.913.000
Opzioni in circolazione al 1/1/2005	3.498.000	3.415.000	0	6.913.000
Assegnate durante l'esercizio	0	0	3.774.500	3.774.500
Esercitate durante l'esercizio	0	0	0	0
Decadute durante l'esercizio	(37.500)	(16.000)	(16.000)	(69.500)
Opzioni in circolazione al 31/12/2005	3.460.500	3.399.000	3.758.500	10.618.000

Le stock option sono iscritte a bilancio al loro Fair Value:

- 2,41 euro per le opzioni del piano 2003
- 1,59 euro per le opzioni del piano 2004
- 1,67 euro per le opzioni del piano 2005

Il Fair value delle opzioni è stato determinato secondo il metodo binomiale: in particolare, l'esercizio delle stock option è incorporato nel modello, assumendo che esso avvenga non appena il prezzo dell'opzione risulti superiore ad un multiplo prefissato del prezzo di esercizio. L'eventuale diluizione delle quotazioni dovuta all'emissione di nuove azioni è già scontata dagli attuali prezzi di mercato. I dati utilizzati dal modello sono i seguenti:

- spot price del giorno di valutazione (prezzo di riferimento)
- volatilità storica a 1 anno ex-dividend (calcolata sui prezzi di riferimento) quale migliore approssimazione di quella attesa
- expected dividend-yield calcolato ipotizzando costante nel tempo fino alla scadenza il dividendo distribuito nel corso dell'esercizio
- curva dei tassi euro
- exit-rate dei detentori delle stock option nullo

Le ipotesi sulle principali grandezze assunte nel modello di calcolo sono riportate di seguito:

	Piano 2003	Piano 2004	Piano 2005
Prezzo medio dell'azione	7,784 euro	9,343 euro	9,735 euro
Volatilità storica	43,72%	24,32%	19,09%
Tasso risk-free di riferimento	3,56%	3,75%	2,76%
Dividend Yield atteso	3,12%	2,10%	2,10%

Anche la controllata Telecinco ha in essere il piano di stock option assegnato nel 2005, mentre nel corso dell'esercizio si è concluso il piano avviato nel 2004 in seguito alla quotazione della società sul listino di Borsa di Madrid. Le caratteristiche dei due piani sono sintetizzate nella seguente tabella:

	Piano 2004	Piano 2005
Grant date	23/06/2004	26/07/2005
Vesting Period	dal 24/06/2004 al 23/06/2005	dal 27/07/2005 al 26/07/2008
Periodo di esercizio	dal 24/06/2005 al 24/06/2007	dal 27/07/2008 al 27/07/2010
Fair Value	0,73 euro	3,13 euro
Prezzo di esercizio	10,15 euro	19,70 euro

Di seguito la sintesi della movimentazione dei piani di stock option, assegnati da Telecinco nei due esercizi:

	Piano 2004	Piano 2005	Totale
Opzioni in circolazione al 1/1/2004	0	0	0
Assegnate durante l'esercizio	1.011.231	0	1.011.231
Esercitate durante l'esercizio	(999.981)	0	(999.981)
Decadute durante l'esercizio	0	0	0
Opzioni in circolazione al 31/12/2004	11.250	0	11.250
			0
Opzioni in circolazione al 1/1/2005	11.250	0	11.250
Assegnate durante l'esercizio	0	1.483.500	1.483.500
Esercitate durante l'esercizio	(11.250)	0	(11.250)
Decadute durante l'esercizio	0	0	0
Opzioni in circolazione al 31/12/2005	0	1.483.500	1.483.500

Le ipotesi sulle principali grandezze assunte nel modello di calcolo sono riportate di seguito:

	Piano 2004	Piano 2005
Prezzo medio dell'azione	10,85	22,83
Volatilità storica	22,50%	22,50%
Dividend Yield atteso	4,50%	4,50%

Si segnala infine che le informazioni relative ai compensi ed ai piani di stock option assegnati al personale direttivo chiave del Gruppo sono riportate nel bilancio di esercizio di Mediaset S.p.A.

22. RAPPORTI CON PARTI CORRELATE

Nel prospetto che segue si indicano i principali rapporti patrimoniali ed economici intercorsi nel primo semestre 2005 con “parti correlate”, ai sensi della Comunicazione CONSOB n. DEM 2064231 del 30 settembre 2002 ed in conformità allo IAS 24.

	Crediti finanziari	Crediti	Debiti	Ricavi	Costi	Proventi (oneri) finanziari
Società Controllante						
FININVEST S.P.A.	-	2,2	0,9	2,6	5,4	-
Società Consociate						
ALBA SERVIZI AEROTRASPORTI S.P.A.	-	0,0	0,7	0,1	5,7	-
ARNOLDO MONDADORI EDITORE S.P.A.	-	1,8	0,3	25,3	0,3	-
BANCA MEDIOLANUM S.P.A.	-	0,8	-	3,5	-	-
IL TEATRO MANZONI S.P.A.	-	0,3	0,6	-	0,3	-
MEDIOLANUM VITA S.P.A.	-	-	0,0	-	-	-
MEDUSA FILM S.P.A.	-	0,3	98,2	0,9	0,1	-
MEDUSA CINEMA S.P.A.	-	0,0	0,2	0,1	0,2	-
MEDUSA VIDEO S.R.L.	-	0,1	0,2	0,2	0,4	-
MILAN A.C. S.P.A.	-	2,1	-	0,0	8,6	-
MONRADIO S.P.A.	-	2,0	-	2,7	-	-
PAGINE ITALIA S.P.A.	-	3,2	-	1,6	0,8	-
SERVIZI MILAN S.R.L.	-	-	-	-	0,0	-
QUINTA COMMUNICATION S.A.	-	-	5,9	-	-	-
Altre	-	2,4	2,0	3,7	5,5	-
Totale Controllante e Consociate	-	15,1	108,9	40,7	27,2	-
Società a Controllo Congiunto						
BOING S.P.A.	-	0,9	3,2	2,5	2,8	(0,1)
FASCINO PROD. E GESTIONE TEATRO	-	0,0	8,6	0,1	47,7	0,4
PRESS TV S.P.A.	-	0,0	0,5	0,1	1,4	-
TITANUS ELIOS S.P.A.	-	-	0,0	-	3,1	-
MEDIAVIVERE S.R.L.	-	1,0	7,4	1,8	34,5	1,2
EUROPORTEL JUMPY ESPANA S.A.	-	0,4	0,5	0,2	0,8	0,0
PREMIERE MEGAPLEX S.A.	0,9	0,0	-	-	-	0,0
RED DE TELEVISION DIGITAL VALENCIA S.A.	-	-	-	-	-	-
Società Collegate						
AUDITEL S.R.L.	-	-	-	-	4,9	-
BEIGUA S.R.L.	-	-	-	-	-	-
APROK IMAGEN S.L.	-	0,0	0,5	0,0	2,0	-
CANAL FACTORIA DE FICTION S.A.	-	0,3	0,3	0,9	0,9	(0,1)
PUBLICECI TELEVISION S.A.	-	0,6	-	2,1	-	-
CONSORZIO CAMPUS MULTIMEDIA	-	0,1	-	0,2	0,0	-
Totale Collegate ed a Controllo Congiunto	0,9	3,4	21,0	7,9	98,2	1,3
Altre parti correlate	-	-	0,3	-	0,0	-
TOTALE	0,9	18,4	130,1	48,7	125,4	1,3

In conformità alle comunicazioni CONSOB 97001574 del 20 febbraio 1997 e 98015375 del 27 febbraio 1998 e al principio contabile internazionale IAS 24 si segnala che i rapporti di natura commerciale con il Gruppo Fininvest elencati nella precedente tabella sono regolati alle normali condizioni di mercato.

Si evidenzia che i ricavi nei confronti di società appartenenti al Gruppo Fininvest ed al Gruppo Mediolanum, sono relativi principalmente a vendite di spazi pubblicitari televisivi.

I rapporti inclusi nella voce “Altre parti correlate” fanno riferimento a rapporti di consulenza, e sono riconducibili principalmente al rapporto con la società BGP Consulting.

Si segnala inoltre che nel 2005 il Gruppo Mediaset ha effettuato acquisti di diritti televisivi da società del Gruppo Fininvest per un importo complessivo di 48,6 milioni di euro. In particolare tali acquisti sono relativi per 44,8 milioni di euro alla società Medusa Film S.p.A. e per 3,8 milioni di euro alla società Milan A.C. S.p.A.. Nei confronti di Medusa Film S.p.A. sono stati inoltre perfezionati contratti precedentemente classificati come anticipi per 17,3 milioni di euro e versati nuovi anticipi per 26,9 milioni di euro.

Si segnala infine che Mediaset S.p.A. detiene quote, pari al 19,36% del capitale gestito dalla SICAV ABS Finance Fund, fondo di diritto lussemburghese partecipato al 61,34% da Misa Finance Fund PLC, società appartenente al Gruppo Mondadori, ed al 19,30% da Trefinance S.A., società controllata da Fininvest S.p.A.

23. IMPEGNI DI INVESTIMENTO E GARANZIE

Garanzie personali prestate

Al 31 dicembre 2005 il Gruppo ha in essere fidejussioni a favore di terzi e per conto di società partecipate per 54,7 milioni di euro. La variazione rispetto al 31 Dicembre 2004 (135,1 milioni di euro) è principalmente dovuta all'estinzione della fidejussione prestata nei confronti di Albacom S.p.A. (48,8 milioni di euro).

Impegni

I principali impegni in essere delle società del Gruppo Mediaset sono così riassumibili:

- impegni pluriennali principalmente relativi a contratti di noleggio di canali su satellite con durate variabili che comporteranno esborsi futuri per 119,2 milioni di euro (93,5 milioni di euro al 31 dicembre 2004);
- impegni per collaborazioni artistiche, produzioni televisive, e contratti con agenzie stampa per circa 264,3 milioni di euro (196,4 milioni di euro al 31 dicembre 2004) di cui 21,0 milioni di euro relativi ad impegni per la realizzazione di fiction a lunga serialità;
- impegni per acquisto diritti pari complessivamente a 1.015,7 milioni di euro (1.149,8 milioni di euro al 31 dicembre 2004). Tali impegni futuri si riferiscono principalmente a contratti di "volume deal" che il Gruppo Mediaset ha in essere con alcune delle principali Major americane per assicurarsi la disponibilità di film e produzioni televisive da queste realizzate garantendo la possibilità di effettuare un volume di investimenti in linea con le strategie di Gruppo di potenziamento della library. Si segnala, inoltre, che 174,9 milioni di euro si riferiscono ad impegni nei confronti della consociata Medusa Film S.p.A. ;
- impegni per l'acquisto di nuove apparecchiature, manutenzione della rete di trasmissione, realizzazioni di opere e forniture per le sedi delle società e fornitura di servizi EDP per 16,9 milioni di euro (11,5 milioni di euro al 31 dicembre 2004);
- Impegni di acquisto di immobilizzazioni finanziarie per 185 milioni di euro a seguito dell'accordo stipulato in data 16 dicembre 2005 tra il Gruppo Mediaset e Europa TV S.p.A. avente per oggetto l'acquisizione da parte di Mediaset della partecipazione nella società Newco S.r.l., in una misura compresa tra il 51% e il 100%. A tale società, di nuova costituzione, Europa TV S.p.A. conferirà il ramo d'azienda relativo agli impianti televisivi che saranno successivamente digitalizzati e dedicati integralmente alla nuova rete DVBH. In alternativa il Gruppo Mediaset potrà acquisire il ramo d'azienda. Il perfezionamento di tale contratto è subordinato al rilascio, entro il 15 novembre 2006, del nulla osta da parte delle Autorità regolamentari e di settore.

Conti rischi

I conti rischi includono circa 0,8 milioni di euro di apparecchiature di proprietà di società terze in deposito presso società del Gruppo Mediaset (1,2 milioni di euro al 31 dicembre 2004).

24. PASSIVITA' POTENZIALI GARANTITE DA FININVEST S.P.A.

Così come indicato nel bilancio al 31 dicembre 2004, si precisa che la garanzia rilasciata in data 6 giugno 1996 da Fininvest S.p.A. in favore di Mediaset S.p.A. e delle società da questa controllate, in occasione dell'Offerta Pubblica di Sottoscrizione e di Vendita di azioni di Mediaset S.p.A., è scaduta in data 31 dicembre 2002.

Pertanto, come già segnalato, in data 19 dicembre 2002 è stato stipulato un atto di ricognizione congiunto con la controllante sulla base del quale Fininvest S.p.A. si è impegnata a tenere indenne Mediaset S.p.A. e le sue controllate anche oltre tale scadenza, fino alla data di esaurimento delle conseguenze economiche e patrimoniali degli eventi coperti da garanzia notificati a Mediaset S.p.A. e alle sue controllate entro il 31 dicembre 2002 e comunicati a Fininvest S.p.A. entro il 31 gennaio 2003. In relazione agli oneri già accertati e riflessi nel bilancio per competenza dell'esercizio 2005, Mediaset S.p.A. e le proprie controllate hanno richiesto a Fininvest S.p.A. un indennizzo di oneri per un ammontare di 8,6 milioni di euro .

25. EVENTI SUCCESSIVI AL 31 DICEMBRE 2005

- In data 19 gennaio 2006 Mediaset Investment Sarl ha ceduto a Mediaset Investimenti S.p.A. controllata totalitaria di Mediaset S.p.A. la propria partecipazione, pari al 25,13% del capitale, in Gestelevision Telecinco S.A. per un corrispettivo di 952,8 milioni di euro. In seguito a tale operazione l'intera quota di partecipazione (50,13%) detenuta dal Gruppo Mediaset in Telecinco è detenuta interamente da Mediaset Investimenti S.p.A.

- In data 11 gennaio 2006 Mediaset S.p.A. ha esercitato l'opzione di vendita prevista nei contratti d'acquisto della partecipazione in Hopa stipulati nel dicembre 2002 con Fingruppo (controllante di Hopa) cedendo in data 3 Febbraio 2006 a Fingruppo la partecipazione del 2,73% detenuta in Hopa per un corrispettivo di 45,8 milioni di euro.

- Nel corso del mese di Gennaio, R.T.I. S.p.A. ha formalizzato gli accordi con Inter e Livorno per l'acquisizione dei diritti su tutte le piattaforme distributive ad esclusione dell'UMTS delle partite interne del Campionato di Serie per le stagioni 2007/2008 e 2008/2009 con opzione per la stagione successiva. Sono stati successivamente raggiunti gli accordi con SKy Italia per la cessione dei diritti satellitari. L'accordo con il Livorno prevede inoltre il prolungamento per la stagione 2007/2008 dell'attuale accordo a valere per tutti i diritti con esclusione del satellite.

- In data 7 marzo 2006 RTI S.p.A. e Boing S.p.A. hanno affidato a Promoservice S.p.A., società del Gruppo, la concessione esclusiva per la vendita di spazi pubblicitari nelle trasmissioni in tecnica digitale terrestre relative a Boing, Mediaset Premium e Mediashopping, in precedenza gestite da Publitalia. Con tale operazione Mediaset ottempera alla delibera dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni che con la delibera 136/05 prevedeva per RTI l'obbligo entro 12 mesi di avvalersi di una concessionaria diversa da Publitalia per la raccolta pubblicitaria sulle trasmissioni in tecnica digitale terrestre.

26. TRANSIZIONE AI PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI (IAS/IFRS)

A seguito dell'entrata in vigore del Regolamento (CE) n. 1606/2002 emanato dal Parlamento Europeo e dal Consiglio Europeo nel luglio 2002 le società con titoli ammessi alle negoziazioni in un mercato regolamentato degli Stati membri dell'Unione Europea devono redigere dal 2005 i loro bilanci consolidati conformemente ai principi contabili internazionali (IAS / IFRS) emanati dall'International Accounting Standard Board (IASB) ed omologati in sede comunitaria.

Il Gruppo Mediaset ha adottato tali principi nella redazione del Bilancio consolidato dal 1° gennaio 2005.

La presente nota fornisce le **riconciliazioni** e le relative note esplicative **previste dall'IFRS I – Prima adozione degli IFRS** - del patrimonio netto e del risultato d'esercizio consolidato secondo i precedenti principi (principi contabili italiani) e secondo i nuovi principi:

- alla data di transizione (1° gennaio 2004) che corrisponde all'inizio del primo periodo posto a confronto;
- per il precedente periodo presentato a fini comparativi, ossia il 31 dicembre 2004;
- al 1° gennaio 2005 per evidenziare gli effetti sui saldi patrimoniali derivanti dall'adozione degli IAS 32 e 39 a partire da tale data;

In particolare si segnala che in seguito all'omologazione delle modifiche allo IAS 19 – Benefici ai dipendenti - avvenuta in data 8 novembre 2005 con la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, il Gruppo ha deciso di avvalersi dell'opzione (IAS 19 par. 93 A-D) che, nell'ambito della valutazione attuariale dei Piani a Benefici definiti, consente il riconoscimento di utili e perdite attuariali immediatamente nell'esercizio in cui si manifestano in una riserva di patrimonio netto.

Tale opzione è alternativa al cosiddetto metodo del corridoio che consente invece la rilevazione ed il successivo differimento a conto economico di utili e perdite attuariali solo per la quota eccedente una soglia prefissata, adottata dal Gruppo Mediaset in sede di redazione delle situazioni infrannuali 2005 e nell'esercizio comparativo 2004.

L'adozione di tale opzione in sede di predisposizione del bilancio al 31 dicembre 2005 ha pertanto richiesto la rideeterminazione del Fondo Trattamento di fine rapporto e conseguentemente del Patrimonio netto consolidato del 31 dicembre 2004, rispetto ai valori indicati nei prospetti comparativi preliminari pubblicati in occasione della redazione della prima situazione consolidata infrannuale del 2005. L'effetto complessivo sul patrimonio netto consolidato al 31 dicembre 2004 derivante da tale adeguamento ammonta a -5,0 milioni di euro.

Si segnala inoltre che rispetto a tali prospetti preliminari sono state effettuate riclassifiche in alcune voci del Conto Economico dell'esercizio comparativo 2004, principalmente relative all'esposizione di alcune tipologie di recuperi costo a diretta deduzione del costo del personale e dei costi per servizi ed all'inclusione tra gli altri costi del personale di oneri precedentemente iscritti tra i costi per servizi. Tali riclassifiche non hanno prodotto alcun impatto sul Risultato Operativo, sul Risultato Netto e sul Patrimonio Netto consolidato relativo all'esercizio 2004 già presentati nei prospetti di riconciliazione in occasione della pubblicazione del primo bilancio intermedio 2005.

26.1 Riconciliazioni richieste dall'IFRS I

Come richiesto dall'IFRS I, alla data di transizione ai nuovi principi (1° gennaio 2004) è stata redatta una situazione patrimoniale consolidata nella quale:

- sono state rilevate tutte e solo le attività e le passività iscrivibili in base ai nuovi principi;
- sono state valutate le attività e le passività nei valori che si sarebbero determinati qualora i nuovi principi fossero stati applicati retrospettivamente;
- sono state riclassificate le voci precedentemente indicate in bilancio secondo modalità diverse da quelli previste dagli IFRS.

L'effetto dell'adeguamento ai nuovi principi dei saldi iniziali delle attività e delle passività è stato rilevato a patrimonio netto, in apposita riserva di utili a nuovo al netto dell'effetto fiscale di volta in volta rilevato al fondo imposte differite o nelle attività per imposte anticipate.

In sede di prima applicazione, la rielaborazione della situazione patrimoniale alla data di transizione ai nuovi principi, ha richiesto alcune scelte propedeutiche fra le **esenzioni facoltative previste dall'IFRS I**.

Le principali opzioni adottate dal Gruppo Mediaset hanno riguardato:

- l' applicazione, a partire dal 1 gennaio 2005 senza la redazione di situazioni comparative 2004, dei principi contabili IAS 32 e 39 relativi alla classificazione, misurazione e valutazione di attività e passività finanziarie;
- le operazioni di aggregazioni di imprese precedenti la data di transizione non sono state oggetto di revisione retrospettiva, attraverso cioè la rideterminazione del valore corrente di attività e passività riferite al momento dell'acquisizione da parte del Gruppo;
- il mantenimento del costo storico (in alternativa al *fair value*) come criterio di valutazione per le immobilizzazioni materiali e immateriali successivamente all'iscrizione iniziale;

26.2 Effetti dell'adozione degli IFRS sulla Situazione Patrimoniale al 1° gennaio 2004

Di seguito viene riportato il prospetto riepilogativo dello Stato Patrimoniale consolidato alla data di transizione riclassificato secondo il criterio della distinzione delle attività e passività "correnti e non correnti".

Stato Patrimoniale al 1 gennaio 2004 <i>Milioni di euro</i>	Secondo i principi nazionali	Riclassifiche	Rettifiche IAS/IFRS	Effetti della conversione agli IAS/IFRS	IAS/IFRS
Immobilizzazioni materiali	313,2	7,9	-0,6	7,3	320,5
Diritti televisivi	1.923,6	9,5	-0,2	9,3	1.932,9
Avviamento e differenze di consolidamento	318,1	-	-	-	318,1
Altre immobilizzazioni immateriali	231,8	-17,4	-4,9	-22,3	209,5
Partecipazioni	21,1	-	0,4	0,4	21,6
Altre attività finanziarie	221,0	-	-	-	221,0
Imposte differite attive	174,7	82,1	21,1	103,3	278,0
ATTIVITA' NON CORRENTI	3.203,6	82,1	15,8	97,9	3.301,5
Attività non correnti possedute per la vendita	-	-	-	-	-
Rimanenze	17,3	-	0,4	0,4	17,7
Crediti commerciali	817,0	-	-1,3	-1,3	815,7
Altri crediti e attività correnti	234,5	-2,7	-	-2,7	231,7
Attività finanziarie correnti	106,2	-21,9	-	-21,9	84,3
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	318,5	-	-	-	318,5
ATTIVITA' CORRENTI	1.493,3	-24,6	-0,8	-25,5	1.467,9
TOTALE ATTIVITA'	4.696,9	57,5	15,0	72,5	4.769,4
Capitale sociale	614,2	-	-	-	614,2
Riserva da sovrapprezzo azioni	739,7	-	-	-	739,7
Altre riserve	227,8	-	-5,4	-5,4	222,5
Azioni proprie	-	-21,9	-	-21,9	-21,9
Risultati di esercizi precedenti	1.009,9	-	-	-	1.009,9
Utili/(perdite) a nuovo	-	-	16,7	16,7	16,7
Patrimonio netto Gruppo	2.591,6	-21,9	11,4	-10,5	2.581,1
Patrimonio netto terzi	240,9	-	7,4	7,4	248,3
PATRIMONIO NETTO	2.832,6	-21,9	18,8	-3,1	2.829,5
TFR	106,9	-	-2,9	-2,9	104,0
Passività fiscali differite	-	79,4	8,8	88,2	88,2
Debiti e passività finanziarie	308,6	-	-0,4	-0,4	308,2
Fondi per rischi e oneri	59,6	-	-1,7	-1,7	57,9
PASSIVITA' NON CORRENTI	475,1	79,4	3,8	83,2	558,3
Passività non correnti possedute per la vendita	-	-	-	-	-
Debiti verso banche	400,1	-	-	-	400,1
Debiti verso fornitori	778,3	-	2,5	2,5	780,9
Fondi per rischi e oneri	65,4	-	-8,9	-8,9	56,5
Altre passività finanziarie	2,2	-	-	-	2,2
Altre passività correnti	143,2	-	-1,2	-1,2	141,9
PASSIVITA' CORRENTI	1.389,2	-	-7,6	-7,6	1.381,6
TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	4.696,9	57,5	15,0	72,5	4.769,4

Le principali riclassifiche hanno riguardato la rilevazione separata di attività per imposte anticipate e passività per imposte differite, l'iscrizione delle azioni proprie a riduzione del patrimonio netto e la riclassifica di anticipi nella voce diritti televisivi relativi al Gruppo Telecinco per tener conto dei criteri di riconoscimento della titolarità dei diritti stessi in conformità con i requisiti previsti dallo IAS 38.

Nel prospetto seguente si evidenziano le principali nature delle rettifiche effettuate:

Stato Patrimoniale al 1 gennaio 2004 /Millioni di euro	Secondo i principi nazionali	1 Riclassifiche	2 IAS 38 Attività immateriali	3 IAS 16 Immobili, impianti e macchinari	4 IAS 18 Ricavi	5 IFRS 2 Stock Options	6 IAS 19 Benefici per i dipendenti	7 IAS 37/38 Debiti m/i/ Fondi rischi	8 IAS 20 Contributi pubblici	9 Altri	Effetti della conversione agli IAS/IFRS	IAS/IFRS
Immobilizzazioni materiali	313,2	7,9	-0,2	-0,4							7,3	320,5
Diritti televisivi	1.923,6	9,5	3,6					-3,8			9,3	1.932,9
Avviamento e differenze di consolidamento	318,1										-	318,1
Altre immobilizzazioni immateriali	231,8	-17,4	-4,3							-0,5	-22,3	209,5
Partecipazioni	21,1									0,4	0,4	21,6
Altre attività finanziarie	221,0									-	-	221,0
Imposte differite attive	174,7	82,1	1,1	1,2			2,0	1,1	0,5	15,3	103,3	278,0
ATTIVITA' NON CORRENTI	3.203,6	82,1	0,1	0,7	-	-	2,0	-2,7	0,5	15,2	97,9	3.301,5
Attività non correnti possedute per la vendita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rimanenze	17,3									0,4	0,4	17,7
Crediti commerciali	817,0									-1,3	-1,3	815,7
Altri crediti e attività correnti	234,5	-2,7								-2,7	-2,7	231,7
Attività finanziarie correnti	106,2	-21,9								-21,9	-21,9	84,3
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	318,5									-	-	318,5
ATTIVITA' CORRENTI	1.493,3	-24,6	-	-	-	-	-	-	-	-0,8	-25,5	1.467,9
TOTALE ATTIVITA'	4.696,9	57,5	0,1	0,7	-	-	2,0	-2,7	0,5	14,4	72,5	4.769,4
Capitale sociale	614,2										-	614,2
Riserva da sovrapprezzo azioni	739,7										-	739,7
Altre riserve	227,8					2,9			-8,9		-5,4	222,5
Azioni proprie	-	-21,9									-21,9	-21,9
Risultati di esercizi precedenti	1.009,9										-	1.009,9
Utili/(perdite) a nuovo	-		-3,5	-0,9		-2,9		-1,9	8,1	13,3	16,7	16,7
Patrimonio netto Gruppo	2.591,6	-21,9	-3,5	-0,2	5,3	-	-1,9	-0,7	-0,8	13,3	-10,5	2.581,1
Patrimonio netto terzi	240,9									7,4	7,4	248,3
PATRIMONIO NETTO	2.832,6	-21,9	-3,5	-0,2	5,3	-	-1,9	-0,7	-0,8	20,7	-3,1	2.829,5
TFR	106,9						-2,9				-2,9	104,0
Passività fiscali differite	-	79,4		1,0		3,1	1,1	0,6		3,0	88,2	88,2
Debiti e passività finanziarie	308,6									-0,4	-0,4	308,2
Fondi per rischi e oneri	59,6							-1,7			-1,7	57,9
PASSIVITA' NON CORRENTI	475,1	79,4	-	1,0	3,1	-	-1,9	-1,1	-	2,6	83,2	558,3
Passività non correnti possedute per la vendita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Debiti verso banche	400,1										-	400,1
Debiti verso fornitori	778,3		3,6					-1,0		-0,1	2,5	780,9
Fondi per rischi e oneri	65,4									-8,9	-8,9	56,5
Altre passività finanziarie	2,2										-	2,2
Altre passività correnti	143,2						5,8	0,1	1,3	-1,2	-1,2	141,9
PASSIVITA' CORRENTI	1.389,2	-	3,6	-	-8,4	-	5,8	-0,9	1,3	-9,0	-7,6	1.381,6
TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	4.696,9	57,5	0,1	0,7	-	-	2,0	-2,7	0,5	14,4	72,5	4.769,4

Il prospetto seguente e le successive note esplicative sintetizzano, con indicazione separata per area geografica, le principali variazioni (esprese laddove rilevato al netto dell'effetto fiscale) intervenute alla data di transizione sul Patrimonio netto consolidato di Gruppo, richiamando per numero e tipologia le rettifiche già evidenziate nel prospetto precedente.

Prospetto di riconciliazione del Patrimonio netto di Gruppo al 1 Gennaio 2004	Italia	Spagna	Elisioni/rettifiche consolidamento	Gruppo
Patrimonio netto secondo i principi nazionali	2.567,2	498,2	-473,8	2.591,6
1. Riclassifiche	-21,9	0,0		-21,9
2. Immobilizzazioni immateriali	-3,5	0,0		-3,5
3. Immobilizzazioni materiali	-0,2	0,0		-0,2
4. Diverso criterio di riconoscimento dei ricavi	5,3	0,0		5,3
5. Pagamenti basati su azioni - Stock Option	0,0	0,0		0,0
6. Benefici per i dipendenti	-1,9	0,0		-1,9
7. Attualizzazione di debiti e fondi rischi a medio-lungo termine	-0,7	0,0		-0,7
8. Contributi pubblici	-0,8	0,0		-0,8
9. Altre	5,2	15,5	-7,4	13,3
Totale adeguamenti IAS/IFRS	-18,6	15,5	-7,4	-10,5
Patrimonio netto IAS/IFRS	2.548,7	513,7	-481,2	2.581,1

- Riclassifiche (IAS 1):** le azioni proprie precedentemente iscritte tra le attività correnti vengono riclassificate a riduzione del patrimonio netto
- Immobilizzazioni immateriali (IAS 38):** alcune tipologie di costi pluriennali (costi di impianto e ampliamento, ricerca e pubblicità, costi di sviluppo marchi prodotti internamente e costi di sviluppo di siti web) non sono più capitalizzabili; i valori netti contabili alla data di transizione sono stati pertanto stornati con contropartita risultata a nuovo;
- Immobilizzazioni materiali (IAS 16):** sono stati rideterminati i valori dei fabbricati con un effetto positivo netto di 1,6 milioni di euro scorporando la componente non più ammortizzabile, attribuita in sede di transizione ai terreni (in origine acquisiti congiuntamente al fabbricato); sono stati inoltre eliminati per 3,1 milioni di euro i valori residui di fabbricati rivalutati (ai sensi della L.413 del 1991), in quanto conseguenti ad una rivalutazione non mantenibile in mancanza di evidenza circa il fair value della stessa.
- Riconoscimento dei ricavi (IAS 18):** I ricavi derivanti dalla cessione di diritti limitata nel tempo non possono essere differiti lungo la durata della licenza di sfruttamento ma vengono riconosciuti al momento della cessione; alla data di transizione vengono pertanto riconosciuti nel patrimonio netto d'apertura i ricavi differiti a tale data.
- Pagamenti basati su azioni - Stock Option (IFRS 2):** alla data di transizione è stato contabilizzato il Piano di Stock option assegnato nel 2003 non ancora maturato alla data del 1° gennaio 2005, attraverso la determinazione del fair value dei diritti assegnati alla data di assegnazione (grant date). Il costo così determinato è stato ripartito lungo il Vesting period (2003-2005) periodo entro il quale sono soddisfatte le condizioni "non di mercato" alle quali è subordinato l'esercizio del diritto (performance aziendali e permanenza del dipendente) determinando una variazione del risultato a nuovo di -2,9 milioni di euro. Il costo del piano del tipo "equity settled" trova contropartita in apposita riserva di patrimonio netto.
- Benefici ai dipendenti (IAS 19):** relativamente ai benefici successivi al rapporto di lavoro, la rideterminazione della passività maturata verso i dipendenti a titolo di TFR attraverso la metodologia attuariale ha determinato un effetto positivo sugli utili a nuovo per 2,2 milioni di euro. Relativamente ai benefici correnti, il diverso criterio di competenza temporale di alcune componenti del costo del personale ha determinato un impatto negativo sugli utili a nuovo pari a 4,1 milioni di euro.
- Attualizzazione di debiti e fondi rischi a medio e lungo termine (IAS 37/38):** l'attualizzazione delle passività per rischi con previsioni di esborso finanziario oltre l'esercizio ha determinato maggiori utili a nuovo per 1,1 milioni di euro; sono stati inoltre rideterminati i valori di licenze pluriennali relative a diritti televisivi e dei debiti originariamente iscritti ad un controvalore che incorporava un tasso di interesse implicito con un effetto sugli utili a nuovo di -1,8 milioni di euro.

- 8. Contributi pubblici (IAS 20):** i contributi avrebbero dovuto essere contabilizzati come proventi nello stesso periodo di vita utile dei cespiti finanziati; pertanto la riserva pari a 8,9 milioni di euro a fronte dei contributi ricevuti è stata stornata con contropartita utili a nuovo per 8, 1 milioni di euro.
- 9. Altre variazioni:** sono dovute, relativamente alle attività in Italia, alla cancellazione di fondi rischi stanziati a fronte della possibile perdita su piani di stock option non coperti, e relativamente alle attività spagnole, al riconoscimento di attività per imposte anticipate in applicazione dello IAS 12 per 15,3 milioni di euro.

Si segnala che gli effetti sul risultato a nuovo (al netto della fiscalità differita) derivanti da differenze di criteri di rilevazione e valutazione di attività e passività ammontano a +16,7 milioni di euro (di cui 8,7 milioni di euro relative alle attività in Italia); l'effetto di alcune rettifiche trova invece contropartita in altre riserve di patrimonio per -5,4 milioni di euro.

26.3 Conto Economico 2004

Di seguito viene riportato la riconciliazione del Conto Economico 2004:

Conto economico 2004 <i>Milioni di euro</i>	Secondo i principi nazionali	Riclassifiche	Rettifiche IAS/IFRS	Effetti della conversione agli IAS/IFRS	IAS/IFRS
Ricavi netti consolidati	3.441,6	-9,6	-10,3	-19,9	3.421,6
Costo lavoro	-402,5	-6,9	-0,5	-7,4	-409,9
Costi operativi	-1.064,6	11,1	10,4	21,6	-1.043,0
Costi operativi	-1.467,1	4,2	10,0	14,2	-1.453,0
Margine Operativo Lordo	1.974,5	-5,4	-0,4	-5,8	1.968,7
Ammortamenti e svalutazioni	-892,5	4,9	9,5	14,4	-878,2
Ris. Operativo ante amm.to goodwill Telecinco	1.082,0	-0,5	9,1	8,6	1.090,5
Amm.to differenza consolidamento Telecinco	-47,8		47,8	47,8	-
Risultato Operativo	1.034,2	-0,5	56,9	56,4	1.090,5
(Oneri)/Proventi finanziari	27,3	-2,7	-6,7	-9,3	18,0
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	-67,2	3,8	1,0	4,8	-62,5
(Oneri)/Proventi straordinari	0,6	-0,6	-	-0,6	-
Risultato ante imposte	994,9	0,0	51,2	51,2	1.046,1
Imposte sul reddito	-390,9	-	-2,8	-2,8	-393,6
Risultato netto attività in funzionamento	604,0	0,0	48,5	48,5	652,5
Risultato netto di attività discontinue	-	-	-	-	-
Risultato netto	604,0	0,0	48,5	48,5	652,5
(Utile)/perdita di competenza di terzi azionisti	-103,7		0,8	0,8	-102,9
Risultato netto di competenza del Gruppo	500,2	0,0	49,3	49,3	549,6

Le principali riclassifiche sono state operate al fine di ripartire sulle singole linee del conto economico le componenti positive e negative rilevate come oneri e proventi straordinari secondo i precedenti principi contabili, di esporre alcune tipologie di recuperi costo a diretta deduzione del costo del personale e dei costi operativi e di riclassificare alcuni oneri precedentemente iscritti tra i costi per servizi negli altri costi del personale.

Per effetto degli adeguamenti effettuati, analizzati nei prospetti seguenti, i **ricavi netti consolidati** passano da 3441,6 a 3.421,7 milioni di euro, il **Risultato Operativo** passa da 1034,2 a 1090,5 milioni di euro, principalmente per il venir meno dell'ammortamento relativo ai goodwill, il **Risultato netto** di competenza del Gruppo da 500,2 a 549,6 milioni di euro.

Il prospetto seguente evidenzia le principali nature di riclassifiche e adeguamenti effettuati:

	Secondo	1	2	3	4	5	6	7	8	Effetti della	IAS/IFRS
	i principi	Riclassifiche	Costi	Goodwill	Ricavi	Stock	Benefici	Passività/	Altre	conversione	
	nazionali		pluriennali			Option	ai dipendenti	Fondi		agli IAS/IFRS	
Ricavi	3.441,6	-9,6			-10,4				0,1	-19,9	3.421,6
Costo lavoro	-402,5	-6,9				-4,6	4,1			-7,4	-409,9
Costi operativi	-1.064,6	11,1	-1,2		11,7				-0,0	21,6	-1.043,0
Margine Operativo Lordo	1.974,5	-5,4	-1,2		1,2	-4,6	4,1		0,1	-5,8	1.968,7
Ammortamenti e svalutazioni	-892,5	4,9	2,5	5,5				1,0	0,5	14,4	-878,2
Ris. Operativo ante amm.to goodwill Telecinco	1.082,0	-0,5	1,3	5,5	1,2	-4,6	4,1	1,0	0,5	8,6	1.090,5
Amm.to differenza consolidamento Telecinco	-47,8			47,8							-
Risultato Operativo	1.034,2	-0,5	1,3	53,3	1,2	-4,6	4,1	1,0	0,5	56,4	1.090,5
(Oneri)/Proventi finanziari	27,3	-2,7					-2,3	-2,5	-1,8	-9,3	18,0
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	-67,2	3,8		1,0					0,0	4,8	-62,5
(Oneri)/Proventi straordinari	0,6	-0,6								-0,6	-
Risultato ante imposte	994,9	0,0	1,3	54,3	1,2	-4,6	1,8	-1,6	-1,3	51,2	1.046,1
Imposte sul reddito	-390,9								-2,8	-2,8	-393,6
Risultato netto attività in funzionamento	604,0	0,0	1,3	54,3	1,2	-4,6	1,8	-1,6	-4,0	48,5	652,5
Risultato netto di attività discontinue										-	-
Risultato netto	604,0	0,0	1,3	54,3	1,2	-4,6	1,8	-1,6	-4,0	48,5	652,5
(Utile)/perdita di competenza di terzi azionisti	-103,7								0,8	0,8	-102,9
Risultato netto di competenza del Gruppo	500,2	0,0	1,3	54,3	1,2	-4,6	1,8	-1,6	-3,2	49,3	549,6

Il prospetto seguente e le successive note esplicative sintetizzano, con indicazione separata per area geografica, le principali variazioni intervenute alla data di transizione sul risultato netto consolidato di Gruppo, richiamando per numero e tipologia le rettifiche già evidenziate nel prospetto precedente. Si precisa che gli effetti fiscali delle rettifiche sono inclusi nella voce "Altre".

Prospetto di riconciliazione del risultato netto dell'esercizio 2004	Italia	Spagna	Elisioni/ rettifiche consolidamento	Gruppo
Risultato netto secondo i principi nazionali	435,9	215,9	-151,6	500,2
1. Riclassifiche				0,0
2. Costi non capitalizzabili	1,3			1,3
3. Goodwill	6,5		47,8	54,3
4. Criterio riconoscimento ricavi	1,2			1,2
5. Pagamenti basati su azioni - Stock Option	-4,6			-4,6
6. Benefici per i dipendenti	1,8			1,8
7. Attualizzazione di debiti e fondi rischi a medio-lungo termine	-1,6	-0,2		-1,7
8. Altre	-2,3	-1,6	0,8	-3,0
Totale adeguamenti IAS/IFRS	2,4	-1,7	48,6	49,3
Risultato netto IAS/IFRS	438,3	214,2	-102,9	549,6

Di seguito vengono illustrate le principali variazioni intervenute sulle principali voci del conto economico 2004, richiamando per numero e natura le rettifiche precedentemente indicate:

Ricavi

- 1. Riclassifiche (IAS1):** vengono riclassificati proventi straordinari per 2,8 milioni di euro, non più evidenziabili come voce autonoma e recuperi costo per 12 milioni di euro vengono esposti a diretta deduzione dei costi.
- 4. Diverso criterio di riconoscimento dei ricavi (IAS18):** I ricavi da cessioni limitate di diritti vengono riconosciuti al momento della cessione e non ripartite lungo la durata del periodo di licenza, con effetto positivo di 1,2 milioni di euro; le vendite di spazi pubblicitari in cambio merce (e il relativo costo per l'acquisto della merce) sono rilevati al fair value delle merci ricevute, con un effetto di "storno" di ricavi e costi di 11,7 milioni di euro.

Costo del lavoro

- 1. Riclassifiche (IAS1):** vengono riclassificati a diretta deduzione degli altri costi del personale 0,9 milioni di euro relativi a riaddebiti di costi del personale precedentemente iscritti tra gli altri proventi. Sono inoltre riclassificati tra i costi del personale le spese per la mensa e i compensi agli amministratori dipendenti di società del Gruppo per complessivi 7,4 milioni di euro.
- 5. Pagamenti basati su azioni - Stock Option (IFRS2):** il fair value dei diritti assegnati che si ritiene saranno maturati al termine del *Vesting period*, viene ripartito *pro-rata temporis* dall'esercizio di assegnazione fino al termine del periodo di maturazione. Nel 2004 è stato pertanto rilevato il costo di competenza dell'esercizio, pari a 4,6 milioni di euro relativo ai piani di stock option assegnati nel 2003 e nel 2004;
- 6. Benefici per i dipendenti (IAS 19):** il diverso trattamento contabile dei benefici ai dipendenti liquidati entro 12 mesi determina un maggior costo di 0,9 milioni di euro; la differenza rispetto all'accantonamento TFR a fini civili-stici della quota maturata dal dipendente nell'esercizio (quota denominata "current service cost"), sulla base del calcolo attraverso metodologia attuariale del TFR, determina un minor costo per 4,9 milioni di euro.

Costi operativi

1. **Riclassifiche (IAS 1):** sono stati riclassificati tra i costi operativi costi straordinari non più evidenziabili come voci autonome per 3,3 milioni di euro e riclassificati a diretta deduzione dei costi per servizi 11,5 milioni di euro relativi principalmente a recuperi costi per sublocazioni, contributi pubblici su costi di produzione e riaddebiti alla controllante a fronte di oneri coperti da garanzia.
2. **Costi non capitalizzabili (IAS 38):** sono stati contabilizzati a conto economico costi pluriennali sostenuti nell'esercizio per 1,2 milioni di euro.
4. **Diverso criterio di riconoscimento dei ricavi (IAS 18):** il costo delle merci corrispondentemente al valore dei ricavi da vendita di pubblicità correlati, è stato riadeguato per 11,7 milioni di euro.

Ammortamenti svalutazioni

2. **Costi non capitalizzabili (IAS 38):** sono stati stornati per 2,5 milioni di euro ammortamenti su costi pluriennali non capitalizzabili
3. **Goodwill (IAS 36/38):** la quota di ammortamento cessante relativa al goodwill Jumpy e a differenze di consolidamento relativamente alle attività italiane è pari a 5,5 milioni di euro; la quota di ammortamento cessante relativa al goodwill di Telecinco è pari a 47,8 milioni di euro.
7. **IAS 38:** sono rilevati minori ammortamenti per 0,9 milioni di euro a fronte della rideterminazione del valore di diritti originariamente iscritti a valori inclusivi di interesse implicito.

Oneri finanziari

6. **Benefici per i dipendenti (IAS 19):** viene rilevato l'onere finanziario figurativo (*interest cost*) determinato nell'ambito della metodologia di calcolo attuariale del TFR per 2,3 milioni di euro.
7. **Attualizzazione di debiti e fondi rischi a medio-lungo termine (IAS 37/38)** sono rilevati oneri finanziari e da adeguamento di utili su cambi derivanti dall'attualizzazione di debiti pluriennali per 1,1 milioni di euro; l'attualizzazione dei fondi rischi con scadenza stimata oltre l'esercizio determina oneri finanziari per 1,4 milioni di euro.
9. **Altre:** vengono stornati utili da compravendita di azioni proprie non più rilevabili a conto economico ma a patrimonio netto.