



SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 0186-23-2020	Data/Ora Ricezione 11 Marzo 2020 07:54:26	MTA
--	---	-----

Societa' : MEDIASET

Identificativo : 128566

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : MEDIASETN01 - BIANCHI

Tipologia : REGEM; 3.1; 1.1

Data/Ora Ricezione : 11 Marzo 2020 07:54:26

Data/Ora Inizio : 11 Marzo 2020 07:54:27

Diffusione presunta

Oggetto : IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
MEDIASET HA VERIFICATO LE MISURE
ADOTTATE SULL'EMERGENZA
SANITARIA IN ATTO E APPROVATO IL
BILANCIO DI GRUPPO 2019

Testo del comunicato

Vedi allegato.

COMUNICATO STAMPA

Consiglio di Amministrazione Mediaset 10 marzo 2020

**IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE MEDIASET
HA VERIFICATO LE MISURE ADOTTATE
SULL'EMERGENZA SANITARIA IN ATTO
E APPROVATO IL BILANCIO DI GRUPPO 2019**

Bilancio Consolidato

Ricavi netti: 2.925,7 milioni di euro

Cresce il Risultato operativo (Ebit): 354,6 milioni di euro

Cresce la Generazione di cassa: 263,5 milioni di euro

In calo i Costi totali: -20,6%

Cresce l'Utile netto: 190,3 milioni di euro

Ascolti tv: le reti Mediaset leader sia in Italia che in Spagna
Canale 5 e Telecinco prime reti nei rispettivi paesi sul target commerciale

Sviluppo internazionale: avviato il progetto MFE-MEDIAFOREUROPE
conseguito il ruolo di primi azionisti in ProSiebenSat.1Media

Il Consiglio di Amministrazione di Mediaset, riunitosi sotto la Presidenza di Fedele Confalonieri, ha in primo luogo verificato e aggiornato tutte le misure adottate dal Gruppo per affrontare con efficienza l'emergenza sanitaria in atto, e ha quindi esaminato il bilancio consolidato del Gruppo Mediaset al 31 dicembre 2019 e approvato il progetto di bilancio della capogruppo Mediaset Spa.

L'esercizio 2019 è stato caratterizzato dall'avviamento del progetto di sviluppo internazionale MFE-MEDIAFOREUROPE, dall'investimento nel broadcaster tedesco ProSiebenSat.1Media e da una gestione che ha consentito la crescita degli Utili al netto delle poste straordinarie dell'esercizio 2018 nonostante le oggettive difficoltà registrate dal settore media a livello nazionale e internazionale.

Decisamente superiori alle stime aziendali anche tre indicatori strutturali: registrano una decisa crescita il 'Risultato operativo' e la 'Generazione di cassa', mentre i 'Costi totali' vedono una netta riduzione.

Il 2019, infine, è stato anche l'anno in cui Mediaset ha ridefinito in Italia il perimetro del proprio core business con la conseguenza che, sul lato 'Ricavi', è opportuno confrontare l'andamento rispetto al 2018 a perimetro omogeneo, quindi al netto del contributo pubblicitario di importanti eventi sportivi presenti nei palinsesti italiani dello scorso anno come la Champions League Free, l'offerta Calcio Pay e soprattutto, sia in Italia sia in Spagna, l'impatto dell'esclusiva assoluta dei Campionati Mondiali di Calcio.

Questi i principali dati di Bilancio 2019 approvati dal Consiglio di Amministrazione.

- **I ricavi netti consolidati** ammontano a **2.925,7 milioni di euro** rispetto ai 3.401,5 milioni di euro del 2018: un andamento che, come spiegato, è effetto del nuovo perimetro del core business definito nel corso del 2019.

In particolare, i ricavi in Italia si sono assestati a **1.982,1 milioni di euro** rispetto ai 2.421,4 milioni di euro dell'anno precedente, dato che riflette la netta riduzione dei ricavi caratteristici di Premium assenti nel secondo semestre. In Spagna sono stati pari a **946,2 milioni di euro** rispetto ai 981,6 milioni del 2018. Entrambi i dati risentono degli effetti della flessione del mercato pubblicitario in Italia e Spagna, dove comunque le nostre due società hanno registrato risultati migliori rispetto al mercato.

I ricavi pubblicitari lordi di Mediaset España sono pari a **916,5 milioni di euro** rispetto ai 963,6 milioni di euro dell'esercizio precedente e confermano la leadership di mercato nel Paese. In Italia, dove il mercato pubblicitario nel 2019 ha chiuso in negativo a -5,1%, i ricavi pubblicitari televisivi lordi di Mediaset si sono assestati a **1.939,0 milioni di euro** rispetto ai 2.112,2 milioni di euro del 2018. A parità di perimetro (considerando i fattori di discontinuità sopra citati) l'andamento organico della raccolta pubblicitaria Mediaset 2019 risulta quindi pari a -3,6%, un dato migliore di quello del mercato che – depurato per omogeneità dei Mondiali di Calcio – registra un risultato del -4,2%.
- **I Costi totali** (costo del personale, altri costi operativi, ammortamenti e svalutazioni) sono calati in Italia a **1.890,8 milioni di euro** rispetto ai 2.604,3 milioni del 2018 (-20,6%). Riduzione del 6,0% anche per i costi totali in Spagna (dai 724,7 milioni di euro del 2018 a **681,3 milioni di euro**).
- **Il Risultato operativo (Ebit)** cresce con decisione a **354,6 milioni di euro** rispetto ai 73,7 del 2018. In Italia, l'Ebit torna in positivo per **91,3 milioni di euro** rispetto ai -182,9 milioni di euro del precedente esercizio su cui incidevano svalutazioni dei diritti pay pari a 162,7 milioni di euro. In ulteriore crescita l'Ebit in Spagna: **264,9 milioni di euro** rispetto ai 256,9 milioni di euro del 2018.
- **Il Risultato netto di Gruppo** si attesta a **190,3 milioni di euro** rispetto ai 97,4 milioni di euro del 2018 calcolati al netto delle operazioni straordinarie che avevano caratterizzato lo scorso esercizio (ad esempio, la plusvalenza realizzata con l'operazione EITowers) e che portavano il Risultato 2018 a 468,2 milioni di euro.

Nel dettaglio delle aree geografiche, in Italia il Risultato netto è positivo per **76,3 milioni di euro** rispetto ai 364,8 milioni di euro del 2018 che comprendevano le citate poste straordinarie. In Spagna il dato positivo migliora raggiungendo i **211,7 milioni di euro** rispetto ai 200,3 milioni di euro dell'anno precedente.
- **L'Indebitamento finanziario netto consolidato**, escludendo gli investimenti compiuti per l'acquisizione del 15,1% del broadcaster tedesco ProsiebenSat.1Media e le passività contabilizzate ai sensi del Principio contabile IFRS 16 in vigore dal 2019, si attesta a **768,8 milioni di euro** rispetto ai 736,4 milioni di euro del 31 dicembre 2018. Considerando le citate componenti, la posizione finanziaria netta si posiziona a 1.348,3 milioni di euro.

La **Generazione di cassa** caratteristica di Gruppo è positiva per **263,5 milioni di euro** in deciso miglioramento rispetto al 2018 (211,7 milioni di euro).
- **Ascolti televisivi.** Nel nuovo scenario con concorrenza multiplatforma sempre più estesa, le reti Mediaset riescono a migliorare gli ascolti rispetto al 2018 e a rafforzare la leadership sui target più pregiati sia in Italia sia in Spagna.

In Italia, Mediaset è leader sul target commerciale con il **35.1%** di share in **prima serata** (+0.3 punti rispetto al 2018) e il **34.0%** nelle **24 ore** (+0.5 punti). **Canale 5** è stata la rete italiana più vista nel target commerciale sia in **prima serata (16.6%)** sia nelle **24 ore (16.0%)**. **Italia 1** è terza rete italiana - la più vista dopo le due ammiraglie - in **prima serata (7,2%)** e nel **totale giornata (6,8%)**; da segnalare infine la crescita di ascolti sul pubblico

totale della nuova **Retequattro**: grazie ai contenuti originali in **prima serata** conquista il 4,7% con una crescita del **+15%** rispetto al 2018.

In Spagna, le reti televisive Mediaset España mantengono la leadership assoluta nelle **24 ore** con il **28,9%** di share. **Telecinco** si conferma rete spagnola più vista nel **totale giornata (14,8%)** e in **prima serata (14,8%)**.

BILANCIO DELLA CAPOGRUPPO MEDIASET S.P.A.

Bene anche l'andamento della capogruppo Mediaset Spa che chiude l'esercizio 2019 con un **risultato netto di 126,0 milioni di euro** rispetto ai 111,8 milioni di euro del 2018.

In relazione alla destinazione dell'utile di esercizio realizzato dalla società nell'esercizio 2019 ammontante a **126,0 milioni di euro**, considerando che in sede di esecuzione della fusione transfrontaliera per incorporazione di Mediaset e Mediaset España in MFE-MEDIAFOREUROPE (la "**Fusione**") è previsto il trasferimento a quest'ultima delle componenti del patrimonio netto complessivo di Mediaset, il Consiglio di Amministrazione, con l'obiettivo di rendere ancora più solida la struttura patrimoniale e finanziaria della società e dotarla di ulteriori risorse disponibili per cogliere - anche dopo la Fusione - opportunità di mercato in ambito internazionale, ritiene opportuno che l'ammontare corrispondente a detto utile continui a permanere nel patrimonio netto della società, con relativa conversione in una componente della riserva straordinaria.

OPERAZIONI 2019 PER L'ESPANSIONE INTERNAZIONALE DEL GRUPPO

- **Avviamento del progetto MFE-MEDIAFOREUROPE.** Nel quadro di sviluppo internazionale del Gruppo, il 7 giugno 2019 è stato avviato il progetto di fusione transfrontaliera per incorporazione di Mediaset Spa e Mediaset España in MFE-MEDIAFOREUROPE. L'obiettivo dell'operazione è creare un gruppo pan-europeo nel settore dell'entertainment e dei media che benefici di una dimensione che permetta di essere competitivi e aumentare il raggio di azione ad altre nazioni in Europa. La creazione di una holding di diritto olandese risponde alla necessità di trovare una sede neutrale e adeguata alla realizzazione di un progetto internazionale. La costituzione di MFE rappresenta un passo importante verso lo sviluppo di una società media pienamente integrata, che possa diventare leader nel mercato europeo dell'intrattenimento lineare e non lineare. Punti di forza, le piattaforme tecnologiche di proprietà e i dati di profilazione dei clienti messi a fattor comune che consentiranno di competere all'interno di un mercato dei media in continua evoluzione.

- **Conseguimento del ruolo di primo azionista in ProSiebenSat.1Media.** Nel corso dell'esercizio, Mediaset Spa ha acquisito il 9,6% del capitale di ProSiebenSat.1Media e Mediaset España ne ha successivamente acquistato un ulteriore 5,5%. La partecipazione del Gruppo Mediaset ha così raggiunto al 31 dicembre 2019 il 15,1%, conseguendo il ruolo di primo azionista nel principale broadcaster privato tedesco ad azionariato diffuso.

BILANCIO DI SOSTENIBILITA' (DNF)

Il Consiglio di Amministrazione ha anche approvato la "Dichiarazione consolidata non finanziaria" (Dnf) redatta ai sensi del D-Lgs. 254/2016.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

L'esercizio 2019 è stato positivo e ha consentito un rafforzamento strutturale del Gruppo rispetto all'esercizio precedente. In più, nei primi due mesi del 2020 Mediaset in Italia ha registrato una decisa crescita degli ascolti televisivi, radiofonici e online che hanno generato un positivo andamento dei ricavi pubblicitari (+2,1%).

Nelle ultime settimane tuttavia la visibilità sul 2020 è significativamente diminuita a causa dell'emergenza COVID-19. Le forti incertezze e i timori per le ripercussioni sociali ed economiche dell'allarme sanitario dipenderanno anche dalla tempestività con cui saranno definite misure monetarie e fiscali a sostegno dei settori e degli operatori più esposti. Allo stato

attuale non è dunque possibile formulare previsioni attendibili circa la durata e gli impatti dell'emergenza sulla gestione e i risultati di Gruppo.

In tale contesto, il Gruppo sta operando su due fronti complementari: da un lato, implementando con determinazione lo sviluppo internazionale e gli altri progetti strutturali di medio periodo, dall'altro approntando tutte le misure necessarie finalizzate a contenere eventuali impatti negativi sul mercato pubblicitario al fine di salvaguardare i risultati economici e la generazione di cassa.

Si segnala infine che a seguito del perfezionamento della Fusione MFE, la cui tempistica è attualmente condizionata alla definizione dei procedimenti legali in corso promossi da Vivendi, sono destinati a realizzarsi i vantaggi generati dalle sinergie e dalle nuove opportunità offerte dalle dimensioni pan-europee.

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Mediaset S.p.A., Luca Marconcini, dichiara, ai sensi del comma 2 art. 154-bis, del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Cologno Monzese, 11 marzo 2020

Direzione Comunicazione e Immagine

Tel. +39 0225149301

Fax +39 0225149271

e-mail: direzionecomunicazione@mediaset.it

www.mediaset.it/corporate/

Investor Relations Department

Tel. +39 0225147008

Fax +39 0225148535

e-mail: investor.relations@mediaset.it

<http://www.mediaset.it/investor>

Conto economico consolidato riclassificato e sintetico
valori in milioni di euro

	2019	2018 (*)
Ricavi netti consolidati	2.925,7	3.401,5
Costo del personale	(498,2)	(497,0)
Acquisti, prestazioni di servizi e costi diversi	(1.490,2)	(1.838,4)
Costi operativi	(1.988,4)	(2.335,4)
Margine operativo lordo (EBITDA)	937,3	1.066,1
Ammortamenti e svalutazioni diritti	(479,0)	(884,2)
Altri Ammortamenti e Svalutazioni	(103,7)	(108,2)
Ammortamenti e svalutazioni	(582,7)	(992,4)
Risultato Operativo (EBIT)	354,6	73,7
(Oneri) / Proventi finanziari	10,0	(16,2)
Risultato delle partecipazioni	17,1	6,4
Risultato ante imposte	381,7	64,0
Imposte sul reddito	(93,9)	(19,3)
(Utile)/perdita di competenza di terzi azionisti	(97,5)	(96,5)
Risultato netto attività in funzionamento	190,3	(51,8)
Risultato netto attività discontinue		520,0
Risultato di competenza del Gruppo Mediaset	190,3	468,2

(*) Risultati economici e valori patrimoniali 2018 riesposti per recepire retroattivamente gli impatti del processo di allocazione contabile degli avviamenti in capo a partecipate

Stato patrimoniale consolidato riclassificato e sintetico
valori in milioni di euro

	31/12/2019	31/12/2018
Diritti televisivi e cinematografici	974,7	972,2
Avviamenti	796,7	794,1
Altre immobilizzazioni immateriali e materiali	968,8	822,5
Partecipazioni e altre attività finanziarie	1.026,6	568,9
Capitale circolante netto e altre attività/passività	541,0	500,9
Fondo trattamento di fine rapporto	(69,2)	(68,9)
Capitale investito netto	4.238,7	3.589,6
Patrimonio netto di Gruppo	2.477,9	2.409,4
Patrimonio netto di terzi	412,5	443,7
Patrimonio netto	2.890,4	2.853,1
Posizione Finanziaria Netta Indebitamento/(Liquidità)	1.348,3	736,4

Mediaset Board of Directors' Meeting 10 March 2020

**THE BOARD OF DIRECTORS OF MEDIASET
VERIFIES ALL OF THE MEASURES IMPLEMENTED
TO FACE THE CURRENT HEALTH EMERGENCY AND
APPROVES THE GROUP'S 2019 RESULTS**

Consolidated results

Net revenues: €2,925.7 million

Increased operating profit (EBIT): €354.6 million

Cash generation growth: €263.5 million

Reduced costs: -20.6%

Increase in Net profit: €190.3 million

TV ratings: Mediaset channels are leaders in both Italy and Spain
Canale 5 and Telecinco the top channels in their respective countries
in the commercial target

<p>International development: launch of the MFE-MEDIAFOREUROPE project Process completed making Mediaset the major shareholder of ProSiebenSat.1Media</p>
--

The Board of Directors of Mediaset, which met under the chairmanship of Fedele Confalonieri, began by verifying and updating all of the measures put in place by the Group to effectively deal with the current health emergency in the country and then proceeded to examine and approve the Group's Consolidated Annual Report for the year to 31 December 2019, as well as the Annual Report of the parent company Mediaset SpA.

The year 2019 was characterised by the launch of the international development project MFE-MEDIAFOREUROPE, the investment in the German broadcaster ProSiebenSat.1Media and management of the year that led to an increase in profit, net of extraordinary charges in 2018, despite the objective difficulties in the media sector, both nationally and internationally.

Three of the structural indicators were also decidedly up on the company's forecasts, with marked increases in "Operating profit", and "Cash generation", while there was also a significant reduction in "Total costs".

Finally, 2019 was also the year in which, in Italy, Mediaset redefined the scope of its core business, with the result that, on the revenues side, it is worth the Group's performance compared with 2018 on a comparable basis, i.e. net of the advertising revenues contribution deriving from big sports events in the schedule that year, such as the Champions League Free, the Calcio Pay offer and, above all, in both Italy and Spain, the impact of the absolutely exclusive rights to the football World Cup.

Highlights from the Group's 2019 Results, approved by the Board of Directors, are as follows:

- **Consolidated net revenues** totalled **€2,925.7 million**, compared with €3,401.5 million in 2018. A performance which, as indicated, is the result of the new scope of the core business defined during 2019.

In particular, revenues in Italy amounted to **€1,982.1 million**, compared with €2,421.4 million in the previous year, a figure that reflects the marked reduction in the characteristic revenues generated by Premium and absent in the second half. In Spain, the figure was **€946.2 million**, compared with €981.6 million of 2018. Both figures reflect the downturn in the advertising market in Italy and Spain, where, in any case, the two companies recorded results that were better than the market.

Mediaset España's gross advertising revenues came to **€916.5 million**, compared with €963.6 million in the previous year, confirming the company's leadership in the country. In Italy, where the total advertising market in 2019 was down by -5.1%, Mediaset's gross television advertising revenues came to **€1,939.0 million**, compared with €2,112.2 million in 2018. On a comparable basis (taking account of the abovementioned changes) the organic trend in Mediaset's advertising sales in 2019 were down by -3.6%, which was better than the market which - excluding the revenues generated by the World Cup - was down by -4.2%.

- **Total costs** (labour costs, other operating costs, amortisation and depreciations) fell in Italy to **€1,890.8 million**, compared with €2,604.3 million in 2018 (-20.6%). There was also a 6.0% fall in total costs in Spain (from €724.7 million in 2018 to **€681.3 million**).

- There was a marked increase in the Group's **consolidated operating profit (EBIT)** which came to **€354.6 million**, compared with €73.7 in 2018. In Italy, the EBIT result turned positive, at **€91,3 million**, compared with -€182.9 million for the previous year, which was affected by the writedown of pay-TV rights for a total of €162.7 million. Meanwhile, in Spain there was a further rise in EBIT, up to **€264.9 million**, compared with €256.9 million in 2018.

- The Group's **consolidated net profit** came to **€190.3 million**, compared with €97.4 million in 2018, net of the extraordinary operations that characterised the previous year (e.g. the capital gains deriving from the EiTowers operation) which resulted in a result for 2018 of €468.2 million.

A breakdown by geographic area shows that in Italy net profit came to **€76.3 million**, compared with the €364,8 million for 2018, which included the aforementioned extraordinary contributions. In Spain there was a further improvement, taking the figure to **€211.7 million**, from the €200.3 million of the previous year.

- **Consolidated net financial debt**, excluding investments for the acquisition of a 15.1% stake in the German broadcaster ProSiebenSat.1Media and losses attributed by IFRS 16 in force from 2019, amounted to **€768.8 million**, compared with €736.4 million on 31 December 2018. Given the aforementioned components, the net financial position came to €1,348.3 million.

The Group's characteristic **cash generation** in the period amounted to **€263.5 million**, a marked improvement compared with 2018 (€211.7 million).

- **TV ratings.** In the increasingly competitive multiplatform landscape, Mediaset's channels managed to improve their ratings compared with 2018 and reinforced their leadership in the premium targets both Italy and Spain.

In Italy, Mediaset is the leader in the commercial target with a **prime time share** of **35.1%** (+0.3 points on 2018) and **34.0%** in the **24 hours** (+0.5 points). **Canale 5** was the most popular channel in the commercial target in both **prime time (16.6%)** and the **24 hours (16.0%)**. **Italia 1** was Italy's third channel – the most popular after the two flagship channels – in **prime time (7.2%)** and the **24 hours (6.8%)**; and also of note was the increase in the

total audience of **Retequattro**, which, thanks to original **prime time** content gained a 4.7% share, an increase of **+15%** compared with 2018.

In Spain, the Mediaset España channels maintained their absolute leadership in the **24 hours** with a **28.9%** share. **Telecinco** confirmed its position as Spain's most popular channel across the **entire day (14.8%)** and in **prime time (14.8%)**.

RESULTS OF THE PARENT COMPANY MEDIASET S.P.A.

The parent company Mediaset Spa also ended 2019 positively, with a **net profit of €126.0 million**, compared with €111.8 million in 2018.

With regard to the allocation of profit for the period, amounting to **€126.0 million**, given that on completion of the cross-border merger by incorporation of Mediaset and Mediaset España into MFE-MEDIAFOREUROPE (the "**Merger**") it is foreseen that the sum be transferred to the former as a component of Mediaset's total net assets. In fact, in order to ensure greater solidity for the assets and financial structure of the company, also after the merger, and to have full access to adequate resources in order to seize all eventual opportunities in the international market, the Board of Directors believes that, it is appropriate that the sum corresponding to the profit remains part of the net assets of the company, and be converted into a component of the extraordinary reserve.

OPERATIONS IN 2019 FOR THE INTERNATIONAL EXPANSION OF THE GROUP

- **The launch of the MFE-MEDIAFOREUROPE project.** In the context of the Group's international development, on 7 June 2019 the process began for the cross-border merger by incorporation of Mediaset SpA and Mediaset España into MFE-MEDIAFOREUROPE. The aim of the operation was the creation of a pan-European group operating in the entertainment and media sector that can benefit from a scale that will enable it to compete and expand its reach to other European countries. The creation of a holding company, incorporated under Dutch legislation, meets the need for a neutral headquarters able to realise an international project. The creation of MFE marks an important step forward in the development of a fully integrated media company able to become a leader in the linear and non-linear European entertainment market. Strong points include the ownership of the technological platforms and the aggregation of customer data profiling that will make it possible to compete on equal terms in a continuously evolving media market.

- **Completion of the operation making the Group the major shareholder of ProSiebenSat.1Media.** During the year, Mediaset SpA acquired 9.6% of the share capital of ProSiebenSat.1Media and Mediaset España subsequently acquired a further 5.5%. As a result, the Mediaset Group's stake, as of 31 December 2019, reached 15.1%, making it the major shareholder in Germany's leading private commercial broadcaster with a broad-based shareholder structure.

SUSTAINABILITY REPORT

The Board of Directors also approved the Sustainability Report (the so-called "Consolidated non-financial declaration), pursuant to Legislative Decree 254/2016.

FORECAST FOR THE FULL YEAR

The positive performance recorded in 2019 has made possible a structural strengthening of the Group compared with the previous year. In addition, the first months of 2020 Mediaset in Italy recorded a marked rise in TV, radio and online ratings which, in turn, generated positive results in terms of advertising revenues (+2.1%).

However, visibility has diminished significantly in recent weeks due to the Covid-19 emergency. Great uncertainty and concerns about the social and economic impact of the health crisis will depend to a great extent on how rapidly and effectively monetary and fiscal policies will be implemented to support the most exposed sectors and operators. As things stand, it is not

currently possible to make reliable forecasts about the duration or the effects of the emergency on the management and results of the Group.

Consequently, the Group is operating on two complementary fronts: on the one hand, pursuing international development with determination, alongside other mid-term structural projects, and, on the other, putting in place all the necessary measures to contain the eventual negative impact on the advertising market with a view to safeguarding the Group's results and cash generation.

Finally, it should be noted that, following the completion of the MFE, the timing of which is dependent on ongoing legal proceedings brought by Vivendi, the Group expects to benefit from both synergies and the new opportunities offered by the pan-European scale.

The executive responsible for the preparation of the Mediaset S.p.A. accounts, Luca Marconcini, declares that, as per para. 2 art. 154-bis, of the Single Finance Bill, that the accounting information contained in this press release corresponds to that contained in the company's books.

Cologno Monzese, 11 March 2020

Department of Communications & Corporate Image

Tel. +39 0225149301

Fax +39 0225149271

e-mail: direzionecomunicazione@mediaset.it

www.mediaset.it/corporate/

Investor Relations Department

Tel. +39 0225147008

Fax +39 0225148535

e-mail: investor.relations@mediaset.it

<http://www.mediaset.it/investor>

Highlights from the consolidated income statement

in €m

	2019	2018 (*)
Consolidated net revenues	2,925.7	3,401.5
Labour costs	(498.2)	(497.0)
Procurement, services and other costs	(1,490.2)	(1,838.4)
Operating costs	(1,988.4)	(2,335.4)
Gross operating profit (EBITDA)	937.3	1,066.1
Amortisation of rights	(479.0)	(884.2)
Other amortisation and depreciations	(103.7)	(108.2)
Total amortisation and depreciations	(582.7)	(992.4)
Operating profit (EBIT)	354.6	73.7
Financial income /(charges)	10.0	(16.2)
Income/(charges) from investments	17.1	6.4
Profit before taxation	381.7	64.0
Income taxes	(93.9)	(19.3)
Minority interest (profit)/loss	(97.5)	(96.5)
Net profit from operations	190.3	(51.8)
Net result from discontinued operations		520.0
Profit/Loss for the Mediaset Group	190.3	468.2

(*) 2018 results and balance sheet values restated to retroactively acknowledge the impacts of the accounting allocation process on the goodwill of stakes held

Highlights from the consolidated balance sheet

in €m

	31/12/2019	31/12/2018
Television and film rights	974.7	972.2
Goodwill	796.7	794.1
Other tangible/intangible assets	968.8	822.5
Financial assets	1,026.6	568.9
Net working capital & other assets/liabilities	541.0	500.9
Severance indemnity reserve	(69.2)	(68.9)
Net invested capital	4,238.7	3,589.6
Net Group assets	2,477.9	2,409.4
Shareholders' equity and minority interest	412.5	443.7
Net assets	2,890.4	2,853.1
Net financial position Debt/(Liquidity)	1,348.3	736.4

Fine Comunicato n.0186-23

Numero di Pagine: 12