

RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE DE 2013

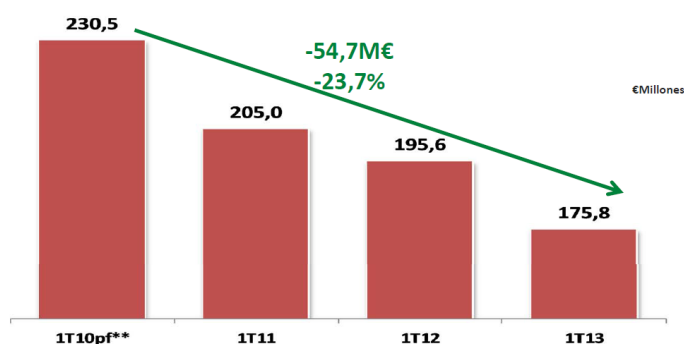
MEDIASET ESPAÑA MEJORA SU MARGEN OPERATIVO CON UN EBITDA DE 23M€ GRACIAS A SU POLÍTICA DE AJUSTE DE COSTES Y A UN BALANCE LIBRE DE DEUDA FINANCIERA

- **En un contexto todavía de crisis la compañía mejora sus márgenes con un EBITDA ajustado de 23,1M€ (margen sobre ingresos netos del 11,7%) y un EBIT de 18,8M€, con un margen sobre ingresos que también aumenta hasta el 9,6%**
- **Mediaset España ha vuelto a demostrar su capacidad de adaptación a la adversidad del mercado con la flexibilidad que le otorga su elevado porcentaje de contenidos de producción propia, un modelo de negocio que le ha permitido reducir un 10% sus costes operativos totales en el trimestre**
- **Publiespaña confirma su liderazgo del mercado con una cuota de inversión del 44,1% obtenida por los 179,2M€ de ingresos brutos de publicidad de los dos multiplex de Mediaset España**
- **Estos ingresos, sumados al resultado de Publimedia Gestión (12M€) y a la explotación de la marca Mediaset España desde el Área Comercial (16,7M€) arrojan unos ingresos netos totales de 196,6M€**
- **Mediaset España ha sumado casi un punto de *share* sobre el primer trimestre del año pasado situándose como el operador de televisión líder de audiencia con un 28,3% en total día, un 30,3% en *target comercial* y un 27,3% en *prime time***
- **Es igualmente el grupo audiovisual con mayor seguimiento en la red, con 16,5 millones de usuarios únicos en marzo**

Un modelo de negocio único basado en la **producción propia intensiva que otorga una elevada flexibilidad ante los costes**; una **solidez financiera** sin parangón en el mercado, con un balance **libre de deuda financiera** y una **posición de caja positiva**; y una **gestión publicitaria eficaz** que ofrece al anunciante una política comercial **diferenciada y respetuosa**, son las claves que han permitido nuevamente a Mediaset España erigirse en el primer trimestre de 2013 como el grupo de televisión líder del sector audiovisual a gran distancia de su inmediato competidor.

La compañía ha cerrado dicho periodo como el primer grupo de televisión en abierto en audiencia, cuota de mercado, facturación, márgenes y *cash flow*, todo ello sin endeudamiento financiero y con unos **costes operativos totales un 10% inferiores respecto al mismo periodo del año pasado (177,8M€ frente a los 197,6M€ del primer trimestre de 2012).**

Mediaset España ha alcanzado estas magnitudes gracias a esta capacidad de intervención sobre los gastos que sólo un modelo de gestión como éste permite, con más de un 90% de producción propia en su canal principal y una media cercana al 60% en conjunto, a través del cual **en los últimos tres años ha reducido casi una cuarta parte (-23,7%) sus costes operativos con respecto al primer trimestre desde 2010:**



**Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

Esta capacidad de gestionar estratégicamente los costes de parrilla ha permitido a la compañía compensar otros gastos como sus inversiones en derechos deportivos, lo que ha resultado clave para que Mediaset España haya alcanzado este trimestre una mejora de sus márgenes operativos.

El beneficio neto se ha situado en 12,5 millones de euros. Este resultado mejora hasta un **beneficio neto ajustado de 16,3 millones de euros** si se aísla el impacto neto de las amortizaciones de intangibles correspondientes a Cuatro y Digital+, derivadas de la asignación definitiva del precio de adquisición de activos y pasivos de estas sociedades (*Purchase Price Allocation, PPA*).

Mediaset España mejora sus márgenes de explotación

El **resultado bruto de explotación (EBITDA ajustado)** se ha situado en **23,1 millones de euros** y el **resultado neto de explotación (EBIT)** en **18,8 millones de euros**, lo que representa un crecimiento en los **márgenes operativos**, que se sitúan en un **11,7%** y el **9,6%** sobre **ingresos netos**, respectivamente.

Estos **márgenes al alza, únicos entre los medios de comunicación españoles**, cobran especial relevancia en el actual contexto económico en general y del mercado publicitario en particular, marcado en este primer trimestre por una **caída del mercado publicitario en televisión del 15,7%** según Infoadex.

A ello se suma además una **solidez financiera sin parangón entre los operadores de televisión, con una posición financiera neta final de 66,8 millones de euros**, que confiere a la compañía una posición privilegiada para afrontar posibles oportunidades de negocio en ámbitos como, por ejemplo, la adquisición de derechos deportivos con los que fortalecer aún más su oferta.

Publiespaña lidera el mercado con 179,2M€ de ingresos brutos de publicidad por los ocho canales de Mediaset España, un 44,1% de la cuota de inversión

Por lo que respecta a los ingresos, Publiespaña ha confirmado en el arranque del año su **liderazgo del mercado con una cuota de inversión del 44,1% obtenida por los 179,2M€ de ingresos brutos de publicidad obtenidos con la gestión de Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, LaSiete, Boing, Energy, Divinity y Nueve**. Esta cifra, sumada al resultado de **Publimedia Gestión (12M€)**, se traduce en unos **ingresos brutos publicitarios de 191,2 millones de euros**.

La explotación de la marca **Mediaset España desde el Área Comercial** se ha situado durante el primer trimestre en **16,7 millones de euros**.

Los **ingresos netos totales han ascendido a 196,6 millones de euros**.

Mediaset España, grupo de comunicación líder de audiencia con Telecinco como referente de la televisión

Pese a la fuerte contención de costes, **Mediaset España ha sumado casi un punto de share sobre el primer trimestre del año pasado, situándose como la oferta de televisión líder absoluta del sector audiovisual con un 28,3% en total día**, una cifra que crece 2 puntos en *target comercial* hasta alcanzar un 30,3% de *share*. En la franja de máximo consumo Mediaset España ha experimentado asimismo un crecimiento de 1,2 puntos sobre el primer trimestre de 2012 hasta alcanzar un 27,3% de *share*.

Por cadenas, **Telecinco** ha cerrado el primer trimestre como referente de la televisión con un **13,3% de share en total día situándose como líder absoluto del prime time con un 13,5% de cuota de pantalla**.

Este liderazgo de audiencias se ha extendido nuevamente a Internet, donde Mediaset España ha vuelto ser el grupo audiovisual con mayor seguimiento en la red, alcanzando **16,5 millones de usuarios únicos en marzo**.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

