

## RESULTADOS PRIMER SEMESTRE DE 2013

### **MEDIASET ESPAÑA MEJORA SU MARGEN OPERATIVO CON 55,5M€ DE EBITDA Y ALCANZA UN BENEFICIO NETO DE 30,1 M€**

- La compañía ha logrado un EBITDA ajustado de 55,5M€ con un margen sobre ingresos netos del 13% y un EBIT de 47,2M€, con un margen sobre ingresos que se sitúa en el 11%
- La gestión de sus derechos deportivos y su elevado porcentaje de producción propia, que ha contribuido a la reducción de los costes operativos en un 14,2%, han otorgado a Mediaset un resultado neto de 30,1M€ y una posición de caja de 75,8M€, todo ello libre de deuda
- Grupo Publiespaña confirma su liderazgo del mercado publicitario de televisión con una cuota de inversión del 44,1% (dato Infoadex) obtenida por los 387,9M€ de ingresos brutos de publicidad de los dos multiplex de Mediaset España
- Esta facturación, sumada al resultado de los otros ingresos publicitarios (30,3M€) y a la explotación de la marca Mediaset España desde el Área Comercial (33,7M€) arrojan unos ingresos netos totales de 427M€
- Mediaset España se ha consolidado en el escenario multipantalla como el grupo de comunicación preferido por los espectadores que consumen contenidos audiovisuales en televisión e internet y que participan de ellos a través de las redes sociales
- Sus canales han sumado 8 décimas de *share* sobre el primer semestre del año pasado, situándose como la oferta de televisión líder absoluta con un 28,8% en total día y un *target comercial* del 30,8%
- Es el grupo audiovisual líder de Internet entre las televisiones con 16,6 millones de visitantes únicos en junio y 353 millones de páginas vistas (datos Nielsen)
- Mediaset España se sitúa asimismo a la cabeza del grupo de medios más participado en redes sociales. Según Tuitele, en junio ha generado casi el 70% de los comentarios relacionados con la televisión en Twitter

Mediaset España ha cerrado el primer semestre del año como el grupo de televisión líder del sector audiovisual a gran distancia de su inmediato competidor. Su **liderazgo creciente en audiencia** y su hegemonía en **cuota de mercado**, con una facturación publicitaria en línea con las previsiones tras la incorporación de los nuevos derechos deportivos, sumadas a una **nueva reducción de los costes** han permitido a la compañía **mejorar sus márgenes operativos** y alcanza un beneficio neto de **30,1 millones de euros**, todo ello con un **balance libre de deuda** y una **posición de caja positiva**.

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*), el beneficio arroja un **resultado neto ajustado de 37,7 millones de euros**.

### **Mediaset España mejora sus márgenes de explotación**

El **resultado bruto de explotación (EBITDA ajustado)** se ha situado en **55,5 millones de euros** y el **resultado neto de explotación (EBIT)** en **47,2 millones de euros**, lo que representa un crecimiento en los **márgenes operativos**, que se sitúan en un **13%** y un **11%** sobre ingresos netos, respectivamente.

Estos **márgenes al alza**, **únicos entre los medios de comunicación españoles**, cobran especial relevancia en el actual mercado publicitario, marcado en este primer semestre por una **caída en televisión del 12,8%** según Infoadex.

A la obtención de estos márgenes ha contribuido de forma muy significativa la eficacia de la estricta política de costes por la cual **Mediaset España ha reducido un 14,2% sus costes operativos**, pasando de un gasto de **438 millones de euros** en el primer semestre de 2012 a **375,9 millones** en la primera parte de 2013.

Esta reducción se debe en gran medida al impacto de la comparativa con los costes de la Eurocopa de Fútbol emitida por Telecinco en junio de 2012. No obstante, la compañía ha demostrado en este semestre una vez más la **elevada capacidad operativa de adaptar el gasto de su parrilla a la realidad del mercado publicitario**, materializando ahorros significativos gracias a la flexibilidad que le otorga su modelo intensivo de producción propia.

### **Grupo Publiespaña lidera el mercado con 387,9M€ de ingresos brutos de publicidad por los ocho canales de Mediaset España, un 44,1% de la cuota de inversión**

Publiespaña ha confirmado en la primera parte del año su **liderazgo del mercado con una cuota de inversión del 44,1%** (dato Infoadex) obtenida por los **387,9M€ 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 los **otros ingresos publicitarios (30,3M€)**, se traduce en unos **ingresos brutos publicitarios de 418,2 millones de euros**.

La explotación de la marca **Mediaset España desde el Área Comercial** se ha situado durante el primer semestre en **33,7 millones de euros**. Con todo ello, los **ingresos netos totales han ascendido a 427 millones de euros**.

### **Mediaset España, grupo de comunicación líder de audiencia en televisión, internet y participación social**

Mediaset España se ha consolidado en el escenario multipantalla como el grupo de comunicación preferido por los espectadores que consumen contenidos audiovisuales en televisión e internet y que participan de ellos a través de las redes sociales.

Pese a la contención de costes, sus canales **han sumado 8 décimas de *share* sobre el primer semestre del año pasado, situándose como la oferta de televisión líder absoluta del sector audiovisual con un 28,8% en total día**, una cifra que crece 2 puntos en *target comercial* hasta alcanzar un 30,8% de *share*. En la franja de máximo consumo Mediaset España ha alcanzado un 27,2% de *share*, con un *target comercial* que se eleva hasta el 28,6%.

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

La capacidad de Mediaset España de entretener, informar y acompañar a los espectadores se ha extendido a las distintas pantallas con las que la compañía ha enriquecido sus contenidos de televisión, erigiéndose como el **grupo audiovisual líder de Internet entre las televisiones con 16,6 millones de visitantes únicos en junio y 353 millones de páginas vistas, según Nielsen**.

Mediaset España se sitúa asimismo a la cabeza del grupo de medios más participado en redes sociales. Según Tuitele, en el mes de junio ha generado casi el **70% de los comentarios relacionados con la televisión en Twitter, acumulando 1,2 millones de personas comentando sus contenidos sólo en esta red social**, tres veces más que su inmediato competidor. En el conjunto de las principales redes sociales (**Facebook, Twitter y blogs**), **Telecinco ha encajado el pasado mes de junio una nueva victoria consecutiva de impacto social tras situarse como la primera televisión en superar los 8 millones de comentarios mensuales y casi 4 millones de usuarios, mostrando una tendencia al alza progresiva, según Global In Media**.

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET**españa.



 @mediasetcom