

Madrid, 27 de febrero de 2014

## **MEDIASET ESPAÑA OBTIENE UN EBITDA DE 87,2M€, MEJORA SU EBIT UN 44% Y ALCANZA EN 2013 UN BENEFICIO NETO AJUSTADO DE 49,3M€**

- Ha mejorado un 34% su EBITDA ajustado respecto a 2012 con 87,2M€, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 10,5%. El EBIT ha crecido un 44%, situándose en 70,2M€ con un margen sobre ingresos netos del 8,5%
- Mediaset España cierra el ejercicio con un sólido balance libre de deuda y con una posición financiera neta positiva de 93,5M€
- A través de Publiespaña la compañía ha mantenido el liderazgo del mercado publicitario en televisión con una cuota de inversión del 43,7%
- Mediaset España ha alcanzado una facturación total de 802,2 millones de euros de ingresos publicitarios brutos totales en 2013
- Mediaset España ha liderado en 2013 el ocio y la información audiovisual a través de la oferta de contenidos para televisión e Internet propuesta por sus ocho canales y sus desarrollos *web*, liderando también la participación de los usuarios en redes sociales

Con una destacada **mejora de sus márgenes operativos**, una sólida **posición financiera positiva**, un **balance libre de deuda** y un **beneficio neto ajustado de 49,3 millones de euros**. Así ha concluido Mediaset España 2013, un año aún marcado por la fuerte caída del mercado publicitario en televisión, que ha experimentado una contracción del 6,2%, pese a lo cual **Publiespaña ha vuelto a liderar la inversión publicitaria televisiva con una cuota de mercado del 43,7%** (fuente Infoadex).

La oferta audiovisual de Mediaset España ha cerrado el ejercicio como la preferida por los espectadores que consumen contenidos tanto en televisión como en Internet y otros soportes, así como entre los usuarios de redes sociales, donde se ha erigido como el grupo de televisión de mayor participación. Y todo ello con una nueva **contención de los costes operativos totales (-9,8%)** que sin embargo no ha afectado al liderazgo de audiencia, la cual ha aumentado con respecto a 2012 hasta situarse en un 29% de *share* con su conjunto de canales.

### **Mediaset España mejora sus márgenes con un EBITDA ajustado de 87,2M€ y un EBIT de 70,2M€**

El acierto en la toma de decisiones estratégicas de producción y programación orientadas a la contención del gasto ofreciendo a su vez contenidos de calidad ha sido clave para compensar la caída del mercado, permitiendo a Mediaset España **obtener**

**una mejora del 34% en su resultado bruto de explotación (EBITDA ajustado) con 87,2 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 10,5%; y un crecimiento del 44% en su resultado neto de explotación (EBIT) hasta situarse en 70,2 millones de euros, lo que representa un margen del 8,5% sobre ingresos netos.**

A la clave de este aumento ha contribuido un año más la eficaz estrategia de gestión de **los costes operativos (748,6M€), que Mediaset España ha reducido en un 9,8%** respecto al año anterior a pesar del lanzamiento del canal Nueve y de la emisión en 2013 de eventos deportivos como la Copa Confederaciones de Fútbol y el Eurobasket.

**El beneficio neto ajustado ha ascendido a 49,3 millones de euros,** lo que supone un margen del 6% sobre ingresos.

El impacto de las amortizaciones de intangibles de Cuatro y Digital+ derivadas de la asignación definitiva del precio de adquisición de activos y pasivos de estas sociedades (*Purchase Price Allocation, PPA*) y el impacto neto del test de deterioro realizado sobre la participación en DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. en aplicación de las normas internacionales de contabilidad arroja finalmente un **beneficio neto contable de 4,2 M€.**

Este resultado positivo confirma el excelente balance de Mediaset España en 2013, un año que concluye nuevamente **libre de deuda y con una posición financiera neta positiva de 93,5M€.**

**Mediaset España lidera el mercado publicitario con 802,2M€ de ingresos brutos de publicidad y Publiespaña alcanza una cuota de mercado del 43,7% en televisión**

Respecto al total de los ingresos publicitarios alcanzados (que incluyen soportes propios y de terceros), una política comercial adaptada a la evolución del entorno audiovisual ha permitido a Mediaset España mantenerse en la vanguardia del mercado publicitario audiovisual con una facturación total **de 802,2 millones de euros de ingresos publicitarios brutos totales en 2013.**

Por lo que respecta a Publiespaña, la compañía ha cerrado el año como **líder del mercado publicitario televisivo en nuestro país con una cuota de mercado del 43,7% (estimación Infoadex).**

**Por otro lado, Mediaset España ha obtenido 60,3 millones de euros procedentes principalmente de la venta de derechos de coproducción cinematográfica, así como de los desarrollos interactivos con la audiencia y *merchandising* llevados a cabo desde la Dirección Comercial.**

**Mediaset España, grupo audiovisual líder de audiencia en televisión, el de mayor tráfico en Internet y de mayor participación de sus contenidos en redes sociales**

Mediaset España ha liderado en 2013 el ocio y la información audiovisual de los espectadores a través de la oferta de contenidos multipantalla para televisión, móviles e Internet propuesta por sus canales (Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Divinity, Energy, Boing, La Siete y Nueve); el grupo de *webs* audiovisuales con mayor

seguimiento en la red (Telecinco.es, Cuatro.com y Divinity.es) y la plataforma líder de contenidos de televisión (Mitele.es), liderando además a través de sus contenidos la participación de los usuarios en redes sociales. En este sentido, según Global In Media, sus contenidos han generado el **55% de los comentarios relacionados con la televisión con más de 53 millones de menciones.**

La compañía ha cerrado 2013 como el **grupo de televisión líder de audiencia de forma absoluta.** Su familia de canales se ha situado como la oferta de mayor seguimiento por los espectadores con una media del **29% de share en total día**, una cifra histórica que ha crecido 9 décimas respecto al dato de 2012 y que ha aumentado asimismo 2 puntos en **target comercial hasta alcanzar un 31% de share.** En la franja de máximo consumo Mediaset España ha alcanzado un 27,6% de *share*, con un *target* comercial que se eleva hasta el 28,7%.

Por cadenas, **Telecinco (13,5%) ha vuelto a erigirse por undécimo año consecutivo como la cadena comercial preferida** por los espectadores tanto en total día, convirtiéndose en la primera opción 200 días del año, como en el horario estelar (13,4%); mientras que **Cuatro (6%) ha alcanzado un excelente posicionamiento** en el perfil de espectadores más demandado por los anunciantes con un 7,3% de *share* en el *target* comercial del total día y un 7,4% en *prime time*.

Mediaset España ha consolidado este año su **estrategia multicanal liderando el mercado de audiencias en los canales temáticos con un acumulado del 9,6% de share**, 1,3 puntos más respecto a 2012 (8,3%). A estas cifras han contribuido **Factoría de Ficción (2,9%)**, el canal temático más visto de la televisión en abierto con su oferta de series, comedia y cine; **Divinity**, referente para mujeres jóvenes y urbanas con un 3,6% en féminas de 16 a 44 años; **Energy**, con una programación dedicada a hombres de 25 a 44 años, entre los que ha acumulado un 2,5% de *share*; **Boing** como oferta líder de las televisiones comerciales entre niños y niñas de 4 a 12 años con un 13,5% en dicho segmento; **La Siete (1,2%)** y **Nueve (0,7%)**.

La capacidad de Mediaset España de entretener, informar y acompañar a los espectadores ha vuelto a destacar en 2013 por la extensión de su oferta más allá del televisor, confirmándose como **la compañía de medios audiovisuales de mayor éxito en la red a nivel nacional** con una media mensual de **5,1 millones de visitantes únicos, 1.400 millones de páginas vistas** en todo el año y casi **1.900 millones de vídeos vistos en 2013** (fuente Comscore), lo que representa casi el 50% del consumo de vídeos de los principales grupos de televisión en España.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



 @mediasetcom