

RESULTADOS I SEMESTRE DE 2014

Es líder en rentabilidad, audiencia, facturación, cuota de mercado y cash-flow

MEDIASET ESPAÑA ALCANZA LOS MÁRGENES OPERATIVOS MÁS ALTOS DEL SECTOR AUDIOVISUAL TRAS AUMENTAR CASI UN 60% SU EBITDA (88,05M€) Y UN 70% SU EBIT (80,09M€)

- Sin tener en cuenta el ajuste contable del valor de venta de la participación en DTS el beneficio neto, que asciende a 21,37M€, habría alcanzado los 50,2 M€
- Mediaset España ha incrementado casi un 60% su EBITDA ajustado respecto al primer semestre de 2013 con 88,05M€ (+32,5M€), lo que supone un margen sobre ingresos netos del 18,8%. El EBIT ha crecido un 70%, situándose en 80,09M€ con un margen sobre ingresos netos del 17,1%
- Publiespaña consolida su liderazgo en facturación y cuota de mercado con un 44,3%, según Infoadex. Los ingresos brutos de publicidad han crecido un 6,8% respecto al primer semestre de 2013 hasta los 446,5M€, mientras que los ingresos netos por publicidad se han situado finalmente en 426,08M€, un 8,3% más que en el primer semestre del año pasado
- Mediaset España ha registrado una facturación neta total de 467,99M€, cifra a la que ha contribuido el Mundial de Fútbol de Brasil y el éxito cinematográfico “Ocho Apellidos Vascos”
- La compañía ha mantenido sus costes (387,9M€) prácticamente en línea respecto al mismo periodo de 2013, con su habitual balance libre de deuda y con una posición financiera neta de 152,7M€, lo que supone un incremento de casi 77M€ sobre el mismo periodo de 2013
- Mediaset España es líder de audiencia con el dato semestral más alto de su historia tras crecer en total día (30,2%), *prime time* (29,2%) y sus respectivos *targets* comerciales (32,3% y 30,5%)
- Por cadenas, Telecinco (14,6%) se sitúa como la televisión líder en España tras crecer 1,1 puntos respecto al primer semestre de 2013. En el horario estelar (15,6%) ha crecido 2,1 puntos

RESULTADOS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2014

- Mediaset España incrementa un 88,4% su EBITDA ajustado con 61,2 millones de euros, pasando de un margen sobre ingresos del 14,1% en el segundo trimestre de 2013 a un 22,9% en el segundo trimestre de 2014
- El EBIT del segundo trimestre se ha situado en 57,4 millones de euros, lo que representa un incremento del 102,6% sobre el mismo periodo del año pasado, alcanzando un margen sobre ingresos del 21,5%
- Los ingresos brutos de publicidad de Mediaset España, situados en 251,9 millones de euros, han registrado un crecimiento del 11%, una cifra muy por encima del incremento estimado del 8% para el mercado de la televisión. La compañía ha liderado el mercado publicitario del segundo trimestre con una cuota del 45,5% según Infoadex

Mediaset España ha cerrado el primer semestre de 2014 como la compañía de comunicación **líder de audiencia, facturación, cuota de mercado, rentabilidad y cash-flow**, con los **márgenes operativos más altos** entre las empresas de medios, con unos **ingresos que han crecido por encima del mercado** (especialmente en el último trimestre gracias al Mundial), con un **balance libre de deuda** y con la **posición financiera más sólida** del sector media español.

Mediaset España mejora sus márgenes hasta situarlos en el entorno del 20% con un EBITDA ajustado de 88,05M€ y un EBIT de 80,09M€ en el primer semestre

En estos seis meses la compañía ha obtenido un **EBITDA ajustado de 88,05M€ (+32,5M€)**, lo que supone un **margen sobre ingresos netos del 18,8%**. El EBIT, por su parte, **ha crecido un 70%**, situándose en **80,09M€**, la cifra más alta de los últimos tres años, con un **margen sobre ingresos netos del 17,1%**.

Los márgenes mejoran aún más **por lo que respecta al segundo trimestre**, período en el que **Mediaset España ha incrementado un 88,4%** su EBITDA ajustado con **61,2 millones de euros**, pasando de un **margen sobre ingresos del 14,1%** en el segundo trimestre de 2013 a un **22,9%** en el segundo trimestre de 2014.

El EBIT del segundo trimestre se ha situado por su parte en **57,4 millones de euros**, lo que representa un **incremento del 102,6%** sobre el mismo periodo del año pasado, alcanzando un **margen sobre ingresos del 21,5%**.

Mediaset España, líder en cuota de mercado y facturación, crece por encima del mercado de la televisión

Mediaset España ha obtenido unos **ingresos totales netos de 467,99 millones de euros**, lo que representa un **crecimiento del 9,6%** sobre los ingresos de la primera parte de 2013.

El grueso de esta cantidad procede de **Publiespaña**, que con un **44,3%** ha liderado la **cuota de mercado publicitario en televisión** según Infoadex. Los **ingresos brutos de publicidad han ascendido a 446,5 millones de euros**, un **6,8%** más que el primer semestre de 2013, lo que representa un crecimiento superior al del mercado de la televisión (**5,7%** según Infoadex). Por su parte, **los ingresos netos han crecido un 8,3%** respecto al mismo periodo de 2013 con **426,08M€**.

Estas cifras también mejoran porcentualmente durante el **segundo trimestre de 2014**, durante el cual **los ingresos brutos de publicidad de Mediaset España**, situados en **251,9 millones de euros**, han registrado un **crecimiento del 11%**, una cifra muy por encima del **incremento estimado del 8%** para el mercado de la televisión.

La compañía ha liderado el mercado publicitario del segundo trimestre con una **cuota del 45,5%** según Infoadex.

Mediaset España mantiene sus costes en línea con el primer semestre de 2013

Mediaset España ha incrementado sus ingresos manteniendo **sus costes (387,9M€)** prácticamente en línea con el mismo periodo de 2013 (**379,8M€**), aún incluyendo los derechos del Campeonato del Mundo de Fútbol de Brasil.

Además, ha cerrado la primera parte de 2014 con su habitual balance libre de deuda y con una **posición financiera neta final de 152,7M€, cifra que supone un incremento de casi 77M€ sobre el mismo periodo de 2013.**

Como resultado, la compañía ha obtenido un **beneficio de 21,37 millones de euros tras la venta de DTS** y de las amortizaciones de intangibles derivadas de la asignación definitiva del precio de adquisición de activos y pasivos. **Sin tener en cuenta el ajuste contable del valor de venta de la participación en DTS, el beneficio neto habría sido de 50,2 millones de euros.**

Mediaset España (30,2%) alcanza el dato semestral más alto de su historia con Telecinco (14,6%) como la televisión líder

Entre enero y junio **Mediaset España ha alcanzado su mejor registro semestral histórico con un 30,2% de share en total día**, 1,4 puntos más que en el mismo periodo de 2013.

En *prime time*, **Mediaset España ha obtenido un 29,2% de cuota de pantalla**, registrando igualmente un incremento del 2 puntos sobre el primer semestre del pasado año. El **target comercial** del conjunto de canales de la compañía ha crecido también 1,5 y 1,9 puntos, respectivamente, hasta situarse en un **32,3% de share en total día y un 30,5% en prime time.**

Por cadenas, **Telecinco se ha consolidado como el motor de la industria audiovisual alzándose nuevamente como la televisión preferida** por los espectadores de forma absoluta en total día (**14,6%**) con **1,1 puntos más que en el primer semestre de 2013. La cadena ha ampliado su distancia sobre sus competidores, con una ventaja de 0,9 puntos sobre la segunda televisión en España.**

En *target comercial*, Telecinco ha crecido este semestre 1,3 puntos hasta situarse en un 14% de cuota de pantalla.

En el horario de máxima audiencia, Telecinco ha liderado igualmente de forma absoluta con el mayor crecimiento de todas las televisiones respecto al mismo semestre de 2013 (+2,1 puntos) hasta alcanzar un destacado 15,6% de *share*.

En el perfil de espectadores preferido por los anunciantes, denominado *target comercial*, Telecinco ha registrado igualmente en *prime time* un incremento de 2,4 puntos sobre el primer semestre del año pasado con un 14,7% de cuota de pantalla.

Cuatro ha alcanzado por su parte un excelente posicionamiento en este demandado perfil por los clientes con un 7,8% de *share* en el *target comercial* del total día (crece 0,5 puntos respecto al mismo periodo de 2013), por delante de su inmediato competidor, y un 7% del *prime time*. La cadena ha cerrado la primera parte del año con un 6,4% en total día y un 5,7% en horario estelar.

Por lo que respecta a los canales temáticos, entre ellos ha destacado un semestre más Factoría de Ficción (3,2%) como el más visto de la televisión con un *target* comercial sin parangón entre los temáticos (4%) y una sólida posición en público joven de 13 a 24 años (8,6%).

Divinity se ha mantenido como uno de los canales de referencia entre las mujeres jóvenes y urbanas con un 3,2% entre el sector femenino de 16 a 44 años; Energy como temático masculino preferido por los hombres de 25 a 44 años con un 2,3% de cuota de pantalla en dicho *target* y Boing como la oferta líder de las televisiones comerciales entre niños y niñas de 4 a 12 años con un 13% de *share*.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



 @mediasetcom