

Madrid, 29 de julio de 2015

RESULTADOS PRIMER SEMESTRE 2015

Es su mejor resultado semestral de los últimos seis años

Mediaset España incrementa su beneficio neto en el primer semestre de 2015 hasta los 97,8M€

- La compañía, que ha revalidado su liderazgo en televisión, Internet y redes sociales con cifras récord, ha reducido un 5,5% sus costes totales hasta los 359M€
- Obtiene los márgenes más elevados de los últimos cuatro años: un EBITDA de 119,5M€ (+35,7%), con un margen sobre ingresos netos del 25%; un EBIT de 111M€ (+38,6%), con un margen sobre ingresos netos del 23,2%
- Tras el pago de dividendo y la adquisición de acciones propias, cierra el semestre con una posición financiera neta de 244,8M€, lo que representa una generación de caja (*free cash flow*) en el periodo de 105,1M€
- Los ingresos netos totales se han situado en los 478,5M€ (+2,3%), los ingresos brutos por publicidad se incrementan hasta los 473,2€ (+6%) y los ingresos netos por publicidad crecen hasta los 454M€ (+6,5%)
- Mediaset España mantiene su liderazgo publicitario con una cuota de mercado del 43,2% según Infoadex

INGRESOS NETOS TOTALES



IH 2015 478,5M€
IH 2014 468M€

COSTES



IH 2015 359M€
IH 2014 379,9M€

EBITDA



IH 2015 119,5M€
IH 2014 88,1M€

EBIT



IH 2015 111M€
IH 2014 80,1M€

BENEFICIO NETO



IH 2015 97,8M€
IH 2014 21,4M€

POSICIÓN FINANCIERA NETA



IH 2015 244,8M€
IH 2014 152,7M€

Mediaset España ha concluido el primer semestre de 2015 con unos registros sobresalientes en todos los parámetros relevantes de negocio: ingresos, márgenes operativos y, en particular, en el beneficio neto, alcanzando sus mejores valores desde la adquisición de Cuatro en 2010.

Se ha confirmado como la compañía audiovisual más rentable de nuestro país y una de las más destacadas de Europa tras cuadruplicar con creces el beneficio neto del primer semestre de 2014 y alcanzar los 97,8M€ en el primer semestre de 2015, lo que representa casi el doble del beneficio obtenido en todo el año pasado y supone un margen sobre ingresos totales del 20,4% y un beneficio de 0,27€ por acción.

La facturación neta de la compañía en el primer semestre ha ascendido a los 478,5M€ (+2,3%), los ingresos brutos por publicidad han sumado 473,2M€ (+6%) y los ingresos publicitarios netos han alcanzado los 454M€ (+6,5%). Estas cifras han propiciado de nuevo el liderazgo de la compañía en el mercado publicitario con una cuota del 43,2%, según Infoadex. El crecimiento en los ingresos es especialmente reseñable si se tiene en cuenta que en el primer semestre de 2014 se registraron los ingresos por publicidad asociados a la emisión de 18 encuentros del Mundial de Fútbol y también los correspondientes a “Ocho apellidos vascos”, lo que hace que la comparativa de 2015 con el año anterior no sea homogénea.

Los ingresos obtenidos por la compañía se han visto acompañados nuevamente por una excelente optimización de sus recursos con una reducción en sus costes totales de un 5,5%, que se han situado en los 359M€ frente a los 379,9M€ alcanzados en el primer semestre del año anterior.

Como resultado, Mediaset España ha registrado un EBITDA ajustado de 119,5M€ (+35,7%), con un margen sobre ingresos netos del 25% (+6,2 puntos respecto a enero-junio 2014); y un EBIT de 111M€ (+38,6%), con un margen sobre ingresos netos del 23,2% (+6,1 puntos respecto a enero-junio 2014). Los márgenes reseñados son los más altos de la compañía en un primer semestre desde que se produjo la adquisición de Cuatro.

Tras el pago de 47,6M€ de dividendo y la inversión de 71,6M€ en la adquisición de acciones propias, la compañía muestra de nuevo la fortaleza de su balance con una posición financiera neta positiva de 244,8M€, con un incremento de 92,1M€ frente al periodo enero-junio de 2014 (152,7M€). El *free cash flow* en los primeros seis meses del año ha sido de 105,1M€, con un incremento de 46,3M€ respecto al primer semestre del año anterior.

Paolo Vasile, consejero delegado de Mediaset España, ha explicado: ***“Los resultados de Mediaset España ponen de manifiesto la excelente salud con la que nuestra compañía encara los tiempos venideros, en los que previsiblemente asistiremos a una recuperación económica general. Como grupo audiovisual cerramos el semestre líderes de audiencia en televisión e Internet y, como empresa, lo hacemos con una máquina tremendamente eficiente que nos ha permitido aumentar los ingresos y reducir los costes, respetando y siendo fieles a nuestro compromiso con el mercado y con nuestros accionistas”.***

[Mediaset España bate record histórico de audiencia en televisión en el primer semestre del año](#)

Mediaset España (31,4%) ha concluido el primer semestre de 2015 como líder de audiencia en televisión con un incremento de 1,2 puntos sobre el mismo periodo del año anterior. Es el mejor semestre de la historia del grupo.

Telecinco (15%), cadena más vista, crece 0,4 puntos, registra su mejor primer semestre desde 2009 y mejora los datos de 2010, 2012 y 2014, años en los que se celebraron dos Mundiales y una Eurocopa. La ventaja sobre la segunda cadena (13,4%) crece 0,7 puntos hasta los 1,6 puntos. Líder en *prime time* (15,6%), *day time* (14,8%) y *target* comercial (14,5%) con su mejor dato desde 2010.

Cuatro (7,3%), cadena que más crece en este periodo (+0,9 puntos). Es su mejor primer semestre desde 2009 (8,8%). Supera en *target* comercial (8,5%) a La Sexta (8,4%).

Canales temáticos:

- **Factoría de Ficción (3,6%)**, temática más vista con récord de primer semestre y con un liderazgo ininterrumpido en los últimos 39 meses.
- **Divinity (2,3%)** y **Energy (1,5%)** también anotan sus cifras más altas de enero a junio.
- **Boing (1,6%)**, canal infantil comercial líder con un 12,4% en la audiencia de 4 a 12 años.

También líder en Internet y redes sociales de enero a junio

Respecto al consumo en Internet, Mediaset España encabeza nuevamente el *ranking* de los grupos de televisión españoles con un promedio mensual de 36,7 millones de navegadores únicos, lo que supone un incremento del 55,6% respecto al mismo periodo del año anterior. Telecinco.es, web de televisión más seguida de España, supera los 29,2 millones de navegadores únicos mensuales, mientras que Cuatro.com alcanza los 8,7 millones. En el primer semestre del año, las webs de la compañía han servido más de 343 millones de vídeos a la carta y más de 52,1 millones de sesiones en directo. Por otra parte, las *apps* de Mediaset España, entre las que se cuentan las desarrolladas para “GH”, Mitelele.es y MotoGP, entre otras, acumulan más de 9,6 millones de descargas.

En lo que respecta al impacto social, Mediaset ha obtenido el 55% de las menciones sobre contenidos televisivos en redes sociales con más de 28 millones de comentarios, frente a los 11 millones de su principal competidor. Telecinco, con casi 24 millones de comentarios, lidera el ranking de cadenas generalistas por delante del inmediato competidor (4,4M).

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET España.



@mediasetcom

/mediasetesp

www.mediaset.es/mediasetcom