

RESULTADOS I TRIMESTRE DE 2012

MEDIASET ESPAÑA, LÍDER DE AUDIENCIA Y RENTABILIDAD EN EL SECTOR AUDIOVISUAL ESPAÑOL CON UN BENEFICIO NETO DE 21,20 MILLONES DE EUROS

- La estricta política de contención de costes y las efectivas sinergias de grupo han hecho posible contar con unos márgenes operativos (EBITDA ajustado y EBIT) de 24,40 y 20,41 millones de euros que en términos porcentuales suponen un 11,2 y 9,4%, respectivamente
- Los costes operativos totales, 197,60 millones de euros, implican una reducción de 21,88 millones de euros y un 10% menos respecto al mismo periodo del año pasado, teniendo en cuenta que Mediaset España cuenta actualmente con dos nuevos canales, Divinity y Energy
- Los ingresos brutos totales alcanzan los 221,28 millones de euros, de los cuales 211,95 M€ proceden de la gestión de los multiplex de Mediaset España por parte de Publiespaña, que una vez más vuelve a marcar su liderazgo en la gestión comercial
- El ejercicio de control presupuestario no ha impedido mantener el liderazgo de audiencia (27,4% de *share* en Total Día y 29,9% en *Target Comercial*) e incrementar los datos respecto al mismo periodo del año pasado (+1,9 y +2,2 puntos de cuota de pantalla, respectivamente)

Ante un contexto económico desfavorable y un comienzo de año marcado por una economía en crecimiento negativo en todos los sectores industriales con el consiguiente mercado publicitario en descenso de inversión, Mediaset España ha vuelto a demostrar su capacidad de adaptación y eficacia en la gestión y **en el primer trimestre del año ha obtenido unos ingresos netos totales de explotación que alcanzan los 218,01 millones de euros y un beneficio neto de 21,20 millones de euros** que representan un margen operativo del 9,7%.

El resultado bruto de explotación (EBITDA ajustado) es de 24,40 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 11,2%, mientras que el **resultado neto de explotación (EBIT) alcanza los 20,41 millones de euros** (9,4% de margen sobre ingresos netos).

Una vez más, **si se aísla el impacto neto de las amortizaciones de intangibles en Cuatro y Digital** + derivado de la asignación definitiva de precio de adquisición a activos y pasivos de las respectivas sociedades (“purchase price allocation”), **el beneficio neto se incrementa hasta los 25 millones de euros**, con un margen sobre ingresos netos del 11,5%.

Un resultado nuevamente posible gracias a la flexibilidad y capacidad de adaptación que han permitido una gestión racional del negocio ante esta coyuntura negativa generalizada, teniendo en cuenta además que, a diferencia del primer trimestre de 2011, el grupo cuenta con dos nuevos canales (Divinity y Energy). Mediaset España ha conformado una oferta de programación multicanal que cumple con el objetivo de llegar a todos los *core targets* y que ha vuelto a ser la más apreciada por los espectadores al consolidar su primera posición en el ranking de audiencias con un crecimiento de cuota respecto al año pasado, **con unos costes operativos totales de 197,60 millones de euros, lo que supone una reducción de 21,88 millones de euros y el 10% respecto al mismo periodo del año pasado.**

Gracias al mantenimiento de esta política de estricta vigilancia de los costes y de la adecuada gestión de las inversiones y de los cobros, la compañía mantiene una **posición financiera neta que refleja total ausencia de deuda, una situación envidiable en la actual coyuntura económica.**

Publiespaña obtiene nuevamente para el grupo la mayor cuota de mercado publicitario en España

En el segundo trimestre del año Publiespaña gestionará algunos de los derechos deportivos más demandados de la televisión como son la Eurocopa de Fútbol, los nuevos grandes premios del Mundial de Motociclismo y Roland Garros junto al resto de la potente oferta de contenidos de programación del grupo. Pero ya a 31 de marzo, Publiespaña vuelve a marcar su posición de liderazgo **con una cuota de mercado publicitario del 44,1% en este primer trimestre de 2012 y unos ingresos brutos de 221,28 millones de euros**, datos que vuelven a demostrar la capacidad creativa, de adaptación y flexibilidad a las necesidades de los anunciantes en un duro contexto económico.

Dichos ingresos comprenden la **gestión comercial de los canales del grupo** -Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Divinity, Energy, LaSiete y Boing- **alcanzando los 211,95 M€** y los derivados de la comercialización de **otros medios** por parte de Publimedia Gestión y que **suponen 9,32 M€** (canales temáticos, de pago, Internet y teletexto). **Otros ingresos** facturados por el Departamento Comercial de Mediaset España a través de la venta de derechos, SMS, llamadas telefónicas y merchandising, entre otros, **suman otros 9,72 M€**. **Los ingresos netos totales ascienden a 218,01 millones de euros.**

Mediaset España mantiene su liderazgo de audiencia en el mercado televisivo con datos superiores al primer trimestre de 2011

La familia de canales de Mediaset España ha vuelto a tener el respaldo del público, marcando un nuevo liderazgo de audiencia con **un 27,4% de cuota de pantalla** en el

primer trimestre, 9,5 puntos sobre el Grupo Antena 3 (17,9%), 7,3 por delante de la oferta de RTVE (20,4%) y 20,5 sobre el conjunto de canales de La Sexta (6,9%). Con respecto al primer trimestre de 2011 **ha sido el grupo que mayor crecimiento ha experimentado** (+1,9 puntos):



En **target comercial**, el parámetro que cuantifica el segmento de espectadores más atractivo para el mercado publicitario, Mediaset España **ha incrementado su share medio hasta alcanzar el 29,9%**, lo que supone un incremento de 2,2 puntos con respecto al mismo periodo de 2011 y una ventaja de 11,1 puntos sobre el *target* comercial del grupo Antena 3 (18,8%):



Por lo que respecta a las cadenas principales del grupo, **Telecinco ha sido la cadena más vista (13,8%)** a 1,5 puntos de distancia de Antena 3 (12,3%), mientras que **Cuatro (6,2%) se ha situado 1,14 puntos por delante de La Sexta (4,8%)**. Ambas cadenas **han superado también a sus competidores en target comercial** con un 13,5% y un 7,8% de *share*, respectivamente.



Por su parte, **el conjunto de canales temáticos del grupo -Factoría de Ficción, La Siete, Divinity, Energy y Boing-** ha experimentado un crecimiento constante en los primeros tres meses de año, pasando de un 7,16% de *share* en enero al 7,7% en marzo. La progresión positiva de **Factoría de Ficción, LaSiete y Boing** sumado a

los buenos resultados obtenidos por los más recientes **Divinity** y **Energy**, se ha traducido en un incremento entre enero y marzo de **2,34** puntos respecto al primer trimestre del año anterior.



Tanto **Factoría de Ficción (2,6%)**, **LaSiete (1,45%)** y **Boing (1,41%)** -los tres canales ya existentes en el primer trimestre de 2011- han experimentado **una evolución al alza con respecto a ese periodo**, mientras que los canales de nueva creación -**Divinity (1,25%)** y **Energy (0,7%)** han conseguido **duplicar sus datos en sus respectivos targets** específicos: mujeres de 16-44 años en el caso de **Divinity (2,59%)** y hombres de 25-44 años en el caso de **Energy (1,53%)**.

Mediaset España es el principal grupo audiovisual de España y uno de los más importantes de Europa, con una oferta multicanal dirigida a todo tipo de targets. La familia de canales está formada por Telecinco, líder de audiencia de la televisión comercial española dirigido a un público generalista; Cuatro, televisión de marca dirigida a una audiencia joven y urbana; LaSiete, una ventana que recoge el mejor contenido de Telecinco y Cuatro; Factoría de Ficción, el único canal en abierto con una oferta 100% de series y películas; Boing, el canal infantil-juvenil para un público de 4 a 12 años; Divinity, con una oferta dirigida principalmente a la mujer de entre 16 y 44 años y Energy, el espejo del anterior pero dirigido al público masculino. Por otra parte, la compañía produce películas a través de su filial Telecinco Cinema (“Lo imposible”, “Agora”, “El laberinto del fauno”, “El orfanato”, “No habrá paz para los malvados”, “Celda 211”...) y en Internet es igualmente líder de audiencia con Telecinco.es, Cuatro.com, Divinity.es y Mitele.es, la principal plataforma de contenidos audiovisuales online en España.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

