

Madrid, 27 de julio de 2016

RESULTADOS PRIMER SEMESTRE 2016

Los mejores resultados de los últimos ocho años en el periodo enero-junio

El EBIT de Mediaset España crece un 35,3% y le lleva a obtener un beneficio neto de 117,7M€ con un 22,6% de margen sobre ingresos netos

Supera en un 40% el resultado neto de Atresmedia (84,2M€), incluyendo su negocio de radio

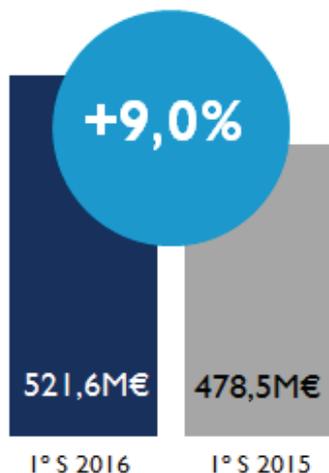
Es la compañía de medios en España con mayores márgenes sobre ingresos en EBITDA (160M€, margen 30,7%) y EBIT (150,1M€, margen 28,8%) a gran distancia de los márgenes de su competidor (22% y 20,3%, respectivamente)

- Obtiene los márgenes más elevados desde 2008: un EBITDA de 160,0M€, lo que representa 40,5M€ más que en el mismo periodo de 2015, con un margen sobre ingresos totales del 30,7%; y un EBIT de 150,1M€, 39,1M€ más que en el mismo periodo del año anterior, con un margen sobre ingresos totales del 28,8%
- Los ingresos publicitarios brutos de sus medios propios crecen un 9,2% hasta los 491,2M€, mientras que los ingresos netos totales se incrementan un 9,0% hasta los 521,6M€. Lidera el mercado publicitario en televisión con una cuota de pantalla del 43,6%, según Infoadex
- Mantiene los costes operativos totales (sin amortización PPA) en los 367,5M€, una cifra en línea con los del mismo periodo del año anterior, con sólo un incremento de 3,9M€
- La retransmisión de la Eurocopa ha representado tanto a nivel de audiencia como de gestión del negocio una inversión rentable para el grupo
- Confirmando la fortaleza de su balance con una posición financiera neta de 65,4M€, una cifra positiva a pesar de la recompra de 91,4M€ en acciones propias en el año y pagar un dividendo de 167,4M€, generando un *free cash flow* de 130,0M€
- **En el segundo trimestre**, ha anotado un beneficio neto de 67,6M€, un margen del 23,2% sobre ingresos totales netos y un beneficio por acción de €0,20
- Mediaset España ha revalidado su liderazgo en televisión con un 30,5% de *share* en el conjunto de sus canales y en consumo audiovisual en internet, con 572 millones de vídeos servidos y 10,7 millones de usuarios

Mediaset España ha revalidado su **liderazgo como la compañía de medios más rentable de España** en el primer semestre de 2016, periodo en el que ha logrado importantes mejoras en todos sus parámetros financieros -ingresos, beneficio neto y especialmente, márgenes operativos, alcanzando **los valores más altos desde 2008**.

En un entorno marcado por la tendencia positiva del mercado publicitario en televisión, que ha registrado un incremento del 8,4% (datos Infoadex), Mediaset España mejora su **cuota de mercado** hasta el 43,6%, con la que lidera el mercado publicitario en el primer semestre.

INGRESOS NETOS TOTALES

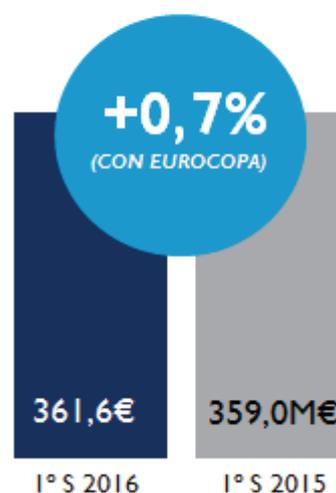


Los **ingresos brutos por publicidad** han alcanzado los 508,0M€, cifra que después de comisiones se ha situado en los 489,1M€, un 7,7% más que en el mismo periodo del año anterior. Esta mejora resulta significativa ya que en el mismo periodo de 2015 la compañía obtuvo los ingresos generados por la comercialización de la publicidad en canales de televisión de pago de terceros, imposibilitando una comparativa homogénea.

La **facturación neta total** de Mediaset España ha sido en este periodo de 521,6M€, con un crecimiento del 9% respecto al primer semestre de 2015.

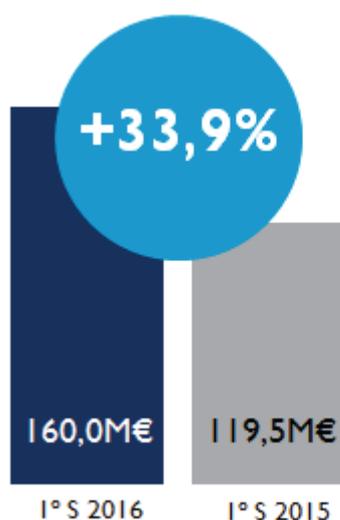
Desde el punto de vista de la gestión de los recursos, a pesar de la retransmisión de la Eurocopa, Mediaset España ha mantenido sustancialmente planos sus **costes operativos totales** (sin amortización PPA) hasta los 367,5M€, frente a los 363,6M€ de registrados en enero-junio de 2015.

COSTES OPERATIVOS

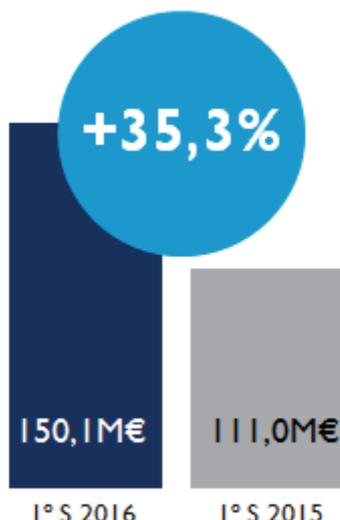


Como resultado de su gestión, Mediaset España ha registrado un **EBITDA** de 160,0M€, que representa un margen sobre ingresos netos totales del 30,7% y un incremento de 40,5M€ respecto al periodo enero-junio de 2015; y un margen operativo **EBIT** de 150,1M€, es decir, 39,1M€ más que en el mismo periodo de 2015, con un margen sobre ingresos totales del 28,8%. Tanto el EBITDA como el EBIT registrados en el primer semestre son los más altos de la compañía en los seis primeros meses del año desde que comenzara la crisis económica y la caída del mercado publicitario a mediados de 2008. Ambos márgenes superan ampliamente a los obtenidos por su principal competidor, Atresmedia: 22,0% y 20,3%, respectivamente (incluyendo su negocio de radio).

EBITDA



EBIT



BENEFICIO NETO

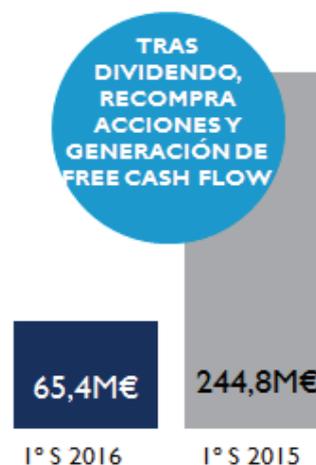


El **beneficio neto** se ha situado en 117,7M€, un 20,3% más que el alcanzado en los seis primeros meses de 2015 (97,8M€), casi un 40% superior al beneficio neto total de Atresmedia (84,2M€), incluyendo su negocio de radio. Este resultado representa un margen sobre ingresos totales del 22,6% y un beneficio de 0,35€ por acción.

En este semestre Mediaset España ha contado con la retransmisión de los partidos de la Eurocopa, evento que ha apuntalado los buenos datos de audiencia y que ha evidenciado la gran capacidad de gestión del negocio del grupo, que ha logrado rentabilizar desde cualquier punto de vista este acontecimiento deportivo.

Como colofón, Mediaset España ha confirmado nuevamente la fortaleza de su balance con una **posición financiera neta positiva** al cierre de marzo de 65,4M€ tras la distribución de un dividendo de 167,4M€, la recompra de 92M€ en acciones propias en el año y generar un *free cash flow* de 130,0M€ en los seis primeros meses de 2016, cifra muy cercana al margen EBIT obtenido por el grupo en este periodo, lo que le sitúa como la compañía con mejores márgenes del sector y como una de las más destacadas en Europa por su fuerte rentabilidad operativa y capacidad de generación de caja.

POSICIÓN FINANCIERA NETA



Segundo trimestre de 2016: Mediaset España alcanza unos ingresos netos totales de 290,8M€ con un beneficio neto de 67,6M€

Por lo que respecta al segundo trimestre de 2016 Mediaset España ha registrado una **cuota de mercado publicitario del 44,3%**, según Infoadex.

Los **ingresos publicitarios brutos**, impulsados por la buena evolución de la audiencia y la retransmisión de 18 partidos de la Eurocopa, han crecido un 12,5% (un incremento superior al registrado por el mercado publicitario, que ha subido un 10,9%). Los **ingresos netos totales han sido de 290,8M€**, con unos **costes operativos totales de 199,6M€**. El **EBITDA**, de **89,2M€**, es un 22,5% más elevado respecto al mismo periodo de 2015, con un **margen del 30,7% sobre ingresos netos totales**.

El **beneficio neto** obtenido entre abril y junio de 2016 se ha situado en **67,6M€**, con un **margen del 23,2% sobre ingresos netos totales**, lo que equivale a un **beneficio por acción de 0,20€**.

Mediaset España, grupo líder en televisión y consumo en internet

Mediaset España (30,5%) ha revalidado en el primer semestre su posición como grupo líder de audiencia en televisión, aventajando en 3,3 puntos a Atresmedia (27,4%). También ha sido primera opción en *target* comercial (31,9% vs. 30,4%), anotando sendas victorias en *prime time* (30,3% vs. 28,2%) y en *day time* (30,6% vs. 27%). Por perfiles, los jóvenes se erigen como el puntal de la oferta de canales del grupo, con una audiencia media del 38,2% en la franja de 13-24 años (frente a un 29,9% de Atresmedia) y del 34,3% entre los de 25 a 34 (frente al 30,6% de su competidor).

Telecinco (15,1%) es la cadena líder en el cómputo enero-junio repitiendo su mejor dato semestral alcanzado en el año 2009 y superando por 2,1 puntos a Antena 3 (13%), la mayor distancia entre ambas desde 2011. También ha sido clara referencia semestral en *prime time* (16,2%) alcanzando su mejor registro semestral desde 2009 y estableciendo una significativa distancia sobre Antena 3 (13,6%).

Cuatro (6,7%): tercera cadena comercial entre los espectadores menores de 55 años (7,6%), ha superado a La Sexta (7,0%) en este *target*. Repite posición entre los jóvenes de 13 a 34 años (8,0%), solo por detrás de Telecinco y Antena 3. Anota un 7,7% de *share* en el *target* comercial.

Canales temáticos: han promediado en el primer semestre un 8,7% de *share*, frente al 7% de los de Atresmedia.

- **Factoría de Ficción (3,1%)**, líder de los temáticos un semestre más. Es la primera temática en *target* comercial (3,8%) y se sitúa como el tercer canal en jóvenes de 13 a 24 años (8,4%) por detrás de Telecinco y Antena 3.
- **Divinity (2,3%)**, líder de los temáticos femeninos, asciende hasta el 3,5% entre las mujeres de 16-44 años y alcanza un 2,9% en *target* comercial.
- **Energy (1,7%)** anota record en el primer semestre. Alcanza el 2% en hombres de 25-54 años y cierra la primera parte del año con un *target* comercial del 1,8%.
- **Boing (1,4%)**, canal comercial líder entre los niños con un 12,7% en el *target* 4-12 años).
- En su corta trayectoria, **BeMad** alcanza (desde el 22 de abril) un 0,5% en total individuos y un 0,7% en *target* comercial.

Por lo que respecta a Internet, con un promedio mensual de 10,7 millones de usuarios únicos en el primer semestre del año, **Mediaset España es líder de las televisiones** en consumo audiovisual con 572 millones de vídeos servidos de enero a junio, según datos de Comscore.

Telecinco.es es la web de televisión con mayor tráfico con una media mensual de 8 millones de usuarios en el primer trimestre frente a los 5,5 millones de Antena3.com.

La plataforma de vídeo **Mitele promedia 3,3 millones de usuarios mensuales** (Atresplayer 3,2). **Cuatro.com consigue por su parte 3,1 millones de usuarios** únicos mensuales, mientras que **Divinity.es** ha alcanzado una media de 1,4 millones de usuarios únicos al mes (*datos Comscore correspondientes a Multiplataforma y Videometrix*).

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET España.



@mediasetcom

/mediasetesp

@mediasetcom

www.mediaset.es/mediasetcom