



MEDIASET*españa.*

RESULTADOS ANUALES **Enero – Diciembre 2011**

Madrid, 22 de febrero de 2012

ÍNDICE:

1. Principales magnitudes
2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
3. Generación de Cash-Flow
4. Balance de Situación
5. Evolución de la audiencia

1. Principales magnitudes

- **Mediaset España registra un EBITDA ajustado recurrente en 2011 de 192,9 millones de Euros, con un margen operativo del 19,1% (+1,2 puntos frente al pro-forma del año 2010), y mejora el margen de Beneficio Neto Ajustado sobre Total Ingresos Netos hasta el 14,2%.**

De los resultados consolidados a 31 de diciembre de 2011, destacamos:

1. Los resultados de la compañía se han visto afectados por la coyuntura económica, que ha impactado en el consumo y en el mercado publicitario en España. Reflejo de la débil situación macroeconómica actual, la inversión publicitaria en televisión en 2011 ha disminuido un -9,5% con respecto a 2010, siendo Mediaset España líder en el mercado con una cuota del 43,6% para el año, según datos internos de Publiespaña.

Los **ingresos totales netos de explotación** a 31 de diciembre de 2011 alcanzan los 1.009,33 millones de Euros. Los Ingresos Publicitarios Brutos de los dos Multiplex de Mediaset España en el periodo suman 971,46 millones de Euros y los “Ingresos Publicitarios de Otros Medios” alcanzan 34,86 millones de Euros; esto hace un “Total de ingresos brutos de Publicidad” de 1.006,31 millones de Euros. Los “otros ingresos” ascienden a 61,87 millones de Euros.

2. Los **costes operativos recurrentes** de Mediaset España ascienden a 824,12 millones de Euros en 2011, lo que supone un ahorro de 145,32 millones de euros (-15,0%) frente a los costes pro-forma recurrentes de 2010. Este descenso se debe principalmente a la ausencia de eventos deportivos (Mundial de Fútbol en 2010), a unos menores costes de programación así como unos menores costes de venta asociados a un menor número de películas en explotación. Asimismo, el Grupo ha generado durante 2010 sinergias de costes operativos que resultan de la integración con Cuatro.

A pesar del impacto de una menor inversión publicitaria durante 2011, Mediaset España ha conseguido mejorar los márgenes operativos, gracias a la capacidad y flexibilidad del grupo de adaptar la operativa del negocio y ajustar los costes a la situación del mercado publicitario.

En términos de porcentaje, Mediaset España ha incrementado su margen operativo recurrente sobre ingresos netos, debido al ahorro de costes y a las sinergias que el grupo ha generado en 2011 como resultado de la integración con Cuatro. En efecto, el margen de **EBITDA Ajustado Recurrente**¹ alcanza el 19,1% mejorando en 1,2 puntos el margen pro-forma del 17,9% de 2010, lo que sigue situando a Mediaset España entre las compañías de televisión más rentables en Europa.

¹ EBITDA después de consumo de derechos, excluidos los costes no recurrentes

3. El **resultado neto** a 31 de diciembre de 2011 asciende a 110,52 millones de Euros, que representa un margen sobre Ingresos Totales Netos del 10,9% lo que supone una mejora respecto al dato pro-forma de 2010. En términos absolutos supone 43,88 millones de Euros más que el resultado pro-forma de 2010. A los efectos de una comparativa homogénea con el año anterior, si se aislara el impacto neto de las amortizaciones de intangibles y reclasificaciones de inversión, el resultado neto ajustado mejoraría, alcanzando los 143,45 millones de Euros, con un margen sobre ingresos netos del 14,2%.
4. El **flujo libre de caja** en 2011 alcanza 117,79 millones de Euros con un ratio de conversión de los Ingresos netos en Flujos libres de Caja del 11,7%. Este resultado incluye el pago de las obligaciones comerciales relacionadas con Cuatro que existían en el momento de la adquisición y que fueron descontados del precio de adquisición, así como los pagos de indemnizaciones realizados en el período, derivados de la adquisición de Cuatro.
5. La **posición financiera neta** a 31 de diciembre de 2011 es positiva de 26,45 millones de Euros. Esta posición descuenta el pago efectuado el 4 de mayo de 2011, de 140,16 millones de Euros en dividendos.
6. La **audiencia** media de Mediaset España en 2011, en total individuos (total día), se sitúa en el 26,4%, adelantando en 9,3 puntos el Grupo de canales de Antena3, que consigue un 17,1%. En cuanto a la audiencia en el periodo del canal Telecinco, en total individuos (total día), ha sido 14,2%, dato que sitúa a la cadena en primera posición de las cadenas comerciales, adelantando en 2,7 puntos a Antena3 (11,5%).
En cuanto a la audiencia media en target comercial² (total día), Mediaset España alcanza un 28,6%, 10,4 puntos por encima del Grupo Antena3 (18,2%). Teniendo en cuenta sólo la cadena Telecinco, la audiencia es de 14,1%, 2,3 puntos por encima de la audiencia de Antena3 (11,8%).
La cuota de audiencia de Cuatro alcanza el 6,1% en total individuos (total día) y el 7,6% en target comercial frente al 5,7% y 7,0% respectivamente de su principal competidor La Sexta.
Con respecto a los canales de segunda generación del grupo, FACTORIA DE FICCION, LA SIETE, BOING y DIVINITY la evolución de las audiencias sigue marcando récords, situándose la suma de los cuatro canales en 6,1% en 2011, en total día, total individuos y en 7,0% en target comercial.

Mediaset España consolida en 2011 su liderazgo entre las cadenas comerciales, aumentando la distancia con los principales competidores.

² Target Comercial: Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes y de todas las clases sociales excepto clase baja.

2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	2011	Proforma 2010	Variación %	Reportado 2010
TOTAL INGRESOS NETOS	1.009,33	1.171,95	(13,9%)	855,06
Consumo de derechos	(227,68)	(223,26)	2,0%	(144,52)
Costes de personal	(103,92)	(125,57)	(17,2%)	(89,88)
Otros costes operativos	(484,86)	(613,81)	(21,0%)	(389,94)
EBITDA ajustado recurrente	192,88	209,31	(7,9%)	230,71
Costes no recurrentes	(12,69)	(2,64)	-	(2,64)
EBITDA ajustado	180,19	206,67	(12,8%)	228,07
Otras amortizaciones, provisiones	(7,66)	(6,80)	12,6%	(8,63)
Amortización PPA	(8,00)	0,00	-	-
EBIT	164,53	199,86	(17,7%)	219,44
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	(18,38)	(186,00)	-	(186,00)
Resultado Financiero	4,99	2,56	-	3,06
Beneficio antes de impuestos	151,13	16,43	820,1%	36,50
Impuesto de Sociedades	(38,48)	16,19	-	0,02
Minoritarios	(2,13)	34,02	-	34,02
Beneficio Neto	110,52	66,64	65,8%	70,55
Beneficio Neto Ajustado	143,45	160,46	(10,6%)	164,36

El Beneficio Neto Ajustado en 2011 asciende a 143,45 millones de Euros, lo que supone un margen de 14,2% sobre ingresos, mejorando el margen pro-forma obtenido en 2010 (13,7%).

La diferencia de 32,93 millones de Euros entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe al impacto de las amortizaciones de intangibles en Cuatro y Digital+, derivado de la asignación definitiva del precio de adquisición a activos y pasivos de las sociedades respectivas, lo que se conoce como "Purchase Price Allocation" (PPA) y de la reclasificación de inversión en sociedades integradas por el método de la participación a activos financieros no corrientes disponibles para la venta, como consecuencia de la pérdida de influencia significativa en Endemol.

2.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

	2011	Proforma 2010	Variación %	Reportado 2010
Ingresos brutos de publicidad	1.006,31	1.156,58	(13,0%)	834,89
- Multiplex	971,46	1.097,15	(11,5%)	791,81
- Otros	34,86	59,44	(41,4%)	43,08
Descuentos	(58,85)	(59,63)	(1,3%)	(40,33)
Ingresos netos de publicidad	947,46	1.096,95	(13,6%)	794,56
Otros ingresos	61,87	75,00	(17,5%)	60,50
TOTAL INGRESOS NETOS	1.009,33	1.171,95	(13,9%)	855,06

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes a 31 de diciembre de 2011 han alcanzado 1.006,31 millones de Euros.

Los **ingresos brutos de publicidad en los Multiplex Mediaset España**, que comprenden los ingresos publicitarios de los dos multiplex del Grupo que incluyen los canales TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, LA SIETE, BOING y DIVINITY, alcanzan el total de 971,46 millones de Euros.

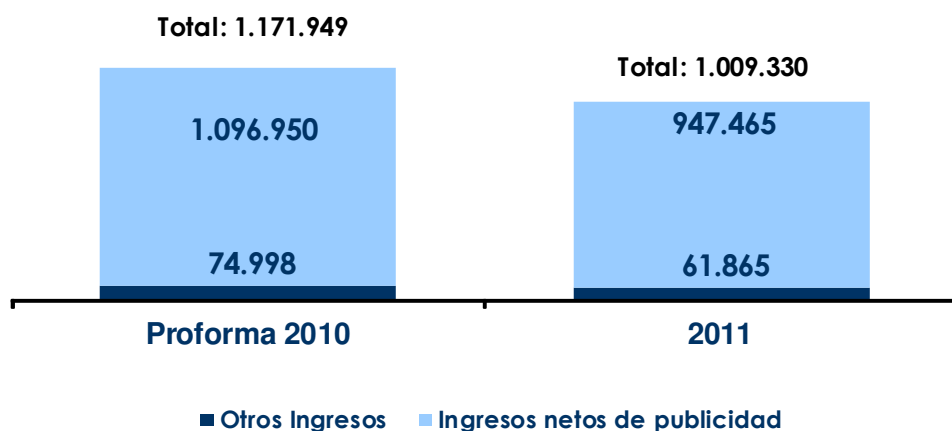
Los **Ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 34,86 millones de Euros. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes como canales temáticos, Internet y teletexto y televisión de pago (Digital+). La diferencia con el pro-forma de 2010 se explica fundamentalmente por la exclusión de canales de terceros en 2011, en observación de las limitaciones acordadas con la Comisión Nacional de Competencia tras la adquisición de Cuatro.

Los **ingresos netos de publicidad** después de descuentos alcanzan los 947,46 millones de Euros.

“**Otros ingresos**” incluyen una amplia variedad de los mismos, principalmente la venta de derechos de co-producción cinematográfica así como los ingresos por merchandising, SMS, Call TV y de servicios de audiotex. Dichos ingresos se sitúan en 61,87 millones de Euros, inferior a la cifra registrada en 2010, principalmente consecuencia de un menor número de películas en explotación (en 2010 se obtuvieron ingresos de las películas “Agora”, “Celda 211” y “Spanish Movie”), y la caída de ingresos procedentes de SMS y Call TV, como consecuencia de la situación de la economía española, que ha reducido el consumo en este tipo de productos.

Finalmente, los **ingresos netos totales** suman 1.009,33 millones de Euros.

Total Ingresos Netos, Publicitarios y Otros Ingresos, en miles de €



2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** a 31 de diciembre de 2011, ascienden a 844,80 millones de Euros, lo que representa una disminución de €127,28 millones de Euros (un -13,1%) con respecto al importe pro-forma de 2010. Esta disminución de costes se debe principalmente a unos menores costes de programación derivados tanto de la adaptación del modelo de programación a la realidad del mercado publicitario lo que ha llevado a la consecución de ahorros significativos en la parrilla, como de la comparativa favorable con 2010 en el que se registró el coste del Mundial de Fútbol. Asimismo en 2011 hay menores costes de venta asociados a un número inferior de películas en explotación y se han generado sinergias de costes operativos derivadas de la integración con Cuatro.

Los costes operativos recurrentes se han reducido en 2011 en €145,32 millones de Euros (un -15,0%) con respecto a 2010; estos costes excluyen, por lo que se refiere a 2011, el impacto de los gastos no recurrentes de reestructuración de personal (12,69 millones de Euros), de la amortización de PPA (8,00 millones de Euros) así como la reversión de una provisión en 2010 (2,64 millones de Euros). Esta fuerte reducción es fruto de la capacidad del grupo para gestionar y adaptar los costes a la situación del mercado, protegiendo los márgenes operativos en un entorno económico incierto.

Tabla 3: Costes operativos

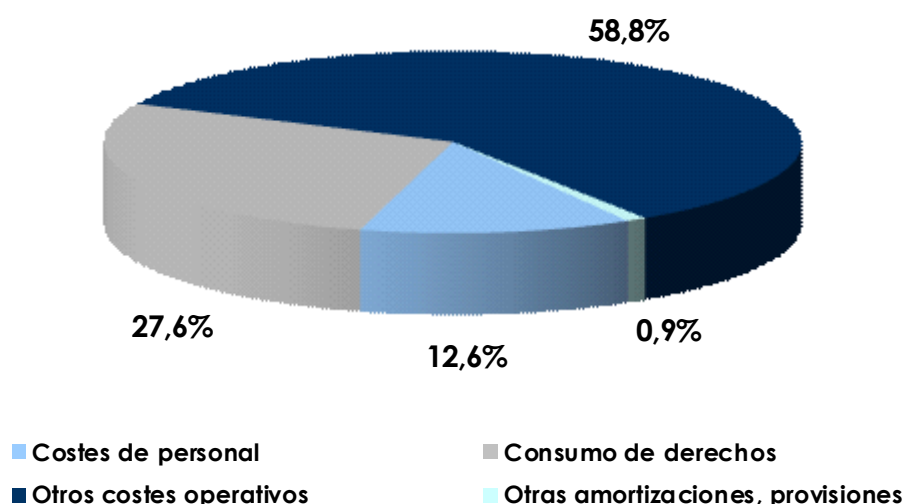
Millones de €	2011	Proforma 2010	Variación %	Reportado 2010
Costes de personal	103,92	125,57	(17,2%)	89,88
Consumo de derechos	227,68	223,26	2,0%	144,52
Otros costes operativos	484,86	613,81	(21,0%)	389,94
Otras amortizaciones, provisiones	7,66	6,80	12,6%	8,63
Total costes recurrentes	824,12	969,44	(15,0%)	632,98
Costes no recurrentes	12,69	2,64	-	2,64
Amortización PPA	8,00	-	-	-
TOTAL COSTES	844,80	972,08	(13,1%)	635,62

La producción propia continúa dominando la parrilla, en términos de horas de emisión, frente a los derechos de terceros. En 2011, el 90,6% de la programación del canal Telecinco corresponde a producción propia y el 9,4% a programación de derechos de terceros (frente al 88,0% y al 12,0% de 2010, respectivamente).

La composición de la parrilla de Cuatro es un 56,3% de producción propia y un 43,7% de producción externa.

En cuanto a los canales de segunda generación, la parrilla de LA SIETE está también dominada por los contenidos de producción propia (92,9%) respecto a los derechos de terceros (7,1%); el canal FACTORIA DE FICCION tiene un 46,7% de producción propia frente a un 53,3% de derechos de terceros y los canales BOING y DIVINITY nutren la casi totalidad de su parrilla con contenidos de terceros.

Estructura de Costes Operativos



2.3 Resultado de Explotación y Márgenes

El Resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado recurrente**, alcanzó 192,88 millones de Euros, representando un margen sobre ingresos netos del 19,1%, mejorando 1,2 puntos con respecto al margen pro-forma de 2010 (17,9%).

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 164,53 millones de Euros, representando un margen sobre ingresos netos del 16,3%. Para una comparativa homogénea con respecto al año anterior, si aislamos el impacto de los costes no recurrentes y la amortización del PPA, el **EBIT recurrente** alcanza los 185,22 millones de Euros, mejorando el margen hasta el 18,4%, frente a un 17,3% en 2010.

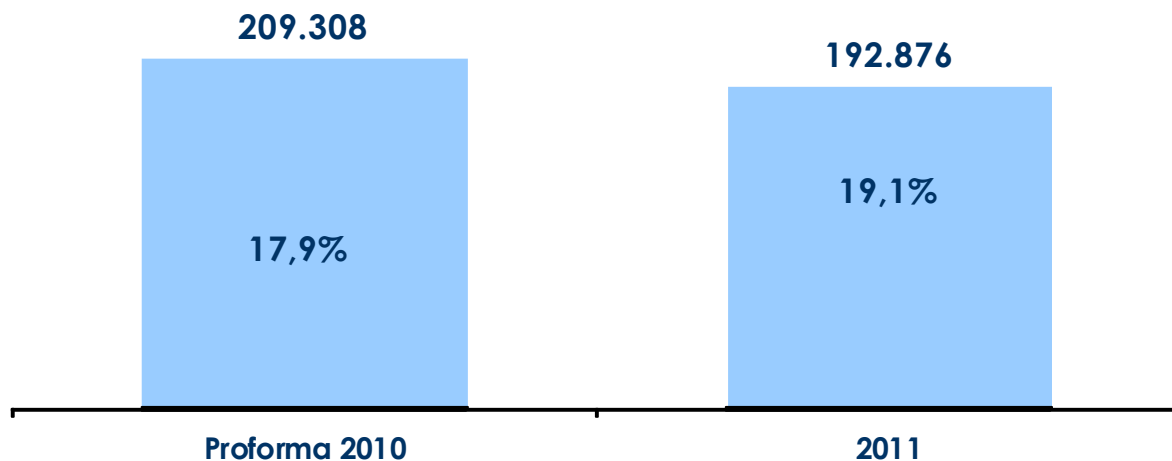
A pesar de la contracción de la facturación del Grupo, debida a la caída del mercado publicitario y a las dificultades del entorno económico del país, Mediaset España ha sabido gestionar los costes de manera tal que se han compensado casi en su totalidad los efectos negativos hasta llegar a mejorar la mayor parte de los márgenes operativos en términos de porcentaje.

Tabla 4: Márgenes

Millones de €	2011	Proforma 2010	Variación %	Reportado 2010
Total ingresos netos	1.009,33	1.171,95	(13,9%)	855,06
EBITDA ajustado recurrente	192,88	209,31	(7,9%)	230,71
EBITDA ajustado	180,19	206,67	(12,8%)	228,07
EBIT	164,53	199,86	(17,7%)	219,44
Beneficio Neto	110,52	66,64	65,8%	70,55
Beneficio Neto Ajustado	143,45	160,46	(10,6%)	164,36
EBITDA aj. rec./ Total ingresos netos	19,1%	17,9%		27,0%
EBITDA aj./ Total ingresos netos	17,9%	17,6%		26,7%
EBIT/ Total ingresos netos	16,3%	17,1%		25,7%
Beneficio Neto / Total ingresos netos	10,9%	5,7%		8,3%
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos	14,2%	13,7%		19,2%

Los márgenes operativos (**EBITDA ajustado recurrente y EBIT**) en términos porcentuales se sitúan en el 19,1% y 16,3%, lo que demuestra la efectividad del modelo de negocio en cuanto a la capacidad de sostenimiento de márgenes en un entorno de caída pronunciada del mercado publicitario, así como la capacidad de gestión que permite al grupo absorber la mayor parte del impacto de la caída de los ingresos publicitarios.

EBITDA ajustado recurrente (miles €)
EBITDA aj. Rec. / Total Ingresos Netos (%)



2.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** obtenido es de 4,99 millones de Euros.

Por otro lado, el resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**³ arroja una pérdida de 18,38 millones de Euros.

2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos y de minoritarios** en 2011 ha alcanzando los 151,13 millones de Euros.

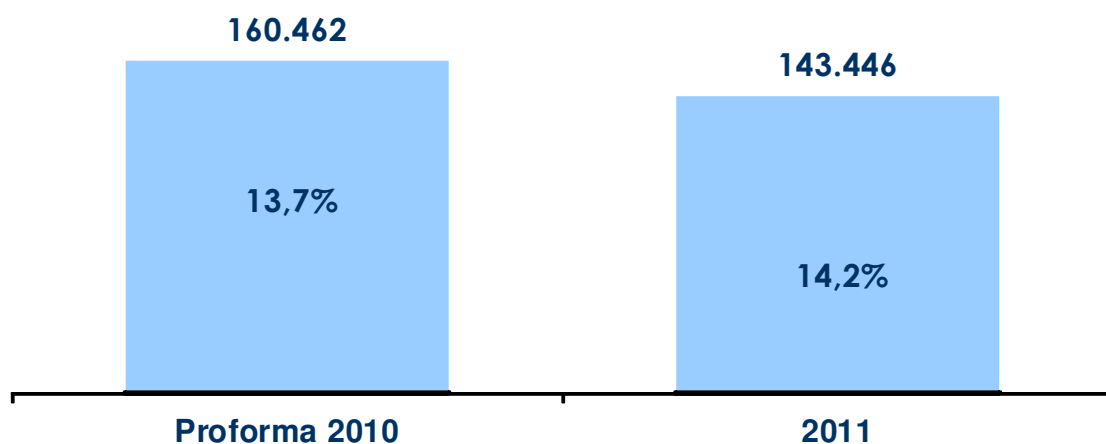
Tras contabilizar el gasto por impuesto de sociedades de 38,48 millones de Euros, el **beneficio neto** del ejercicio, después de minoritarios, asciende a 110,52 millones de Euros (un margen del 10,9% sobre Ingresos Totales Netos).

En condiciones homogéneas a las de 2010, el **resultado neto ajustado**, excluyendo el impacto neto de las amortizaciones de intangibles derivadas de la asignación de parte del precio de adquisición de Cuatro y de Digital+ y de la reclasificación de inversión en sociedades participadas a activos financieros no corrientes, mejoraría alcanzando los 143,45 millones de Euros.

Dicho resultado neto ajustado supone un margen del 14,2% sobre los ingresos netos totales.

³ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Pegaso Television Inc. (43,7%), DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (22%), Big Bang Media S.L. (30% participación), Producciones Mandarina S.L. (30% participación), La Fábrica de la Tele S.L. (30% participación), Aprop Imagen S.L. (3% participación), Edam Acquisition Holding Coöp (33% participación).

Beneficio Neto Ajustado (miles €)
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos Netos (%)



3. Generación de Cash Flow

El **flujo libre de caja operativo** en 2011 asciende a 117,79 millones de Euros.

Señalar que los datos de Cash Flow de 2010 no son pro-forma, por lo que no incluyen los movimientos de Sogecuatro y sus sociedades participadas previos a su adquisición por parte del Grupo.

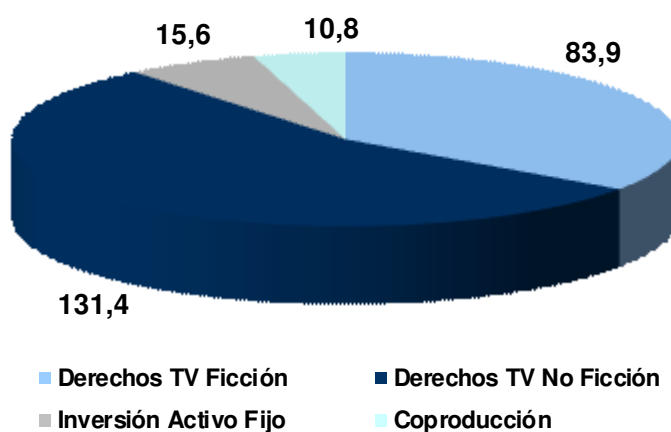
Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	2011	Reportado 2010
Beneficio Neto antes de minoritarios	112,65	36,52
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	242,54	152,49
- Consumo Derechos	227,68	144,52
- Amortizaciones	14,86	7,97
Provisiones	0,80	0,66
Otros	21,61	200,88
CASH FLOW OPERATIVO	377,60	390,55
Inversión en Derechos	(226,11)	(144,91)
Inversiones, otras	(15,56)	(10,08)
Variación Fondo de Maniobra	(18,14)	(34,45)
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	117,79	201,11
Movimientos Patrimonio	46,83	1.075,92
Inversiones financieras	28,11	(1.101,64)
Dividendos cobrados	1,94	1,02
Pago de Dividendos	(140,16)	(48,44)
Variación Neta de Tesorería	54,50	127,96
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	(28,05)	(156,01)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	26,45	(28,05)

En 2011, la **inversión neta total** alcanzó los 241,67 millones de Euros.

En 2011 la inversión en producción ajena ha sido de 131,41 millones de Euros, en series de ficción nacional, 83,91 millones de Euros y en co-producciones cinematográficas 10,79 millones de Euros, mientras que las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles fueron €15,56 millones.

Inversión Neta 2011
241,67 millones €



4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	2011	2010
Inmovilizado	1.123,08	1.149,78
- Inm. Financiero	825,91	1.094,89
- Otro Inmovilizado	297,18	54,88
Derechos y Anticipos	260,96	264,86
- Terceros	186,50	190,36
- Ficción	29,34	32,12
- Coproducción / Distribución	45,11	42,38
Impuesto Anticipado	158,13	154,05
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.542,17	1.568,69
Activo corriente	302,89	295,83
Activo financiero y tesorería	114,36	116,39
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	417,25	412,22
TOTAL ACTIVO	1.959,42	1.980,91
Fondos Propios	1.425,84	1.376,10
Provisiones	29,31	31,98
Acreedores no corrientes	5,49	0,75
Pasivo financiero no corriente	0,09	73,10
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	34,89	105,83
Acreedores corrientes	410,87	427,63
Pasivo financiero corrientes	87,82	71,34
TOTAL PASIVO CORRIENTE	498,69	498,97
TOTAL PASIVO	1.959,42	1.980,91

El **inmovilizado** incluye la imputación de parte del fondo de comercio implícito de la transacción de Cuatro a los activos intangibles identificados y valorados de marca y licencia.

La evolución de la **librería** muestra adaptabilidad en la composición por tipología de acuerdo con la estrategia de negocio y de inversión del Grupo, sin cambios significativos en el ejercicio.

El **pasivo financiero no corriente** recoge la conversión en capital del préstamo participativo con Mediaset Investimenti SRLA.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, a 31 de diciembre de 2011, la cifra positiva de 26,45 millones de Euros, después de haber distribuido 140,16 millones de Euros en concepto de dividendo con cargo a reservas disponibles a fecha 4 de mayo 2011.

5. Evolución de la audiencia

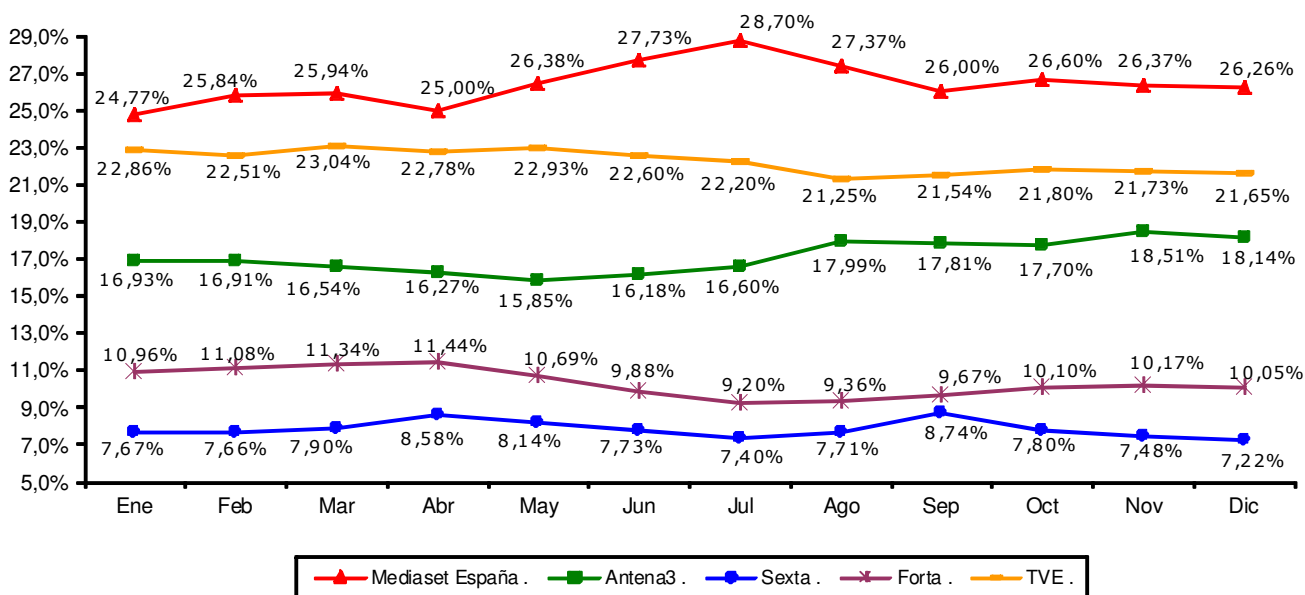
Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-diciembre 2011 CONSOLIDADO

2011		
Total Individuos	Total Día	26,4%
	PRIME TIME	24,7%
	DAY TIME	27,2%
Target Comercial	Total Día	28,6%
	PRIME TIME	26,4%
	DAY TIME	29,7%

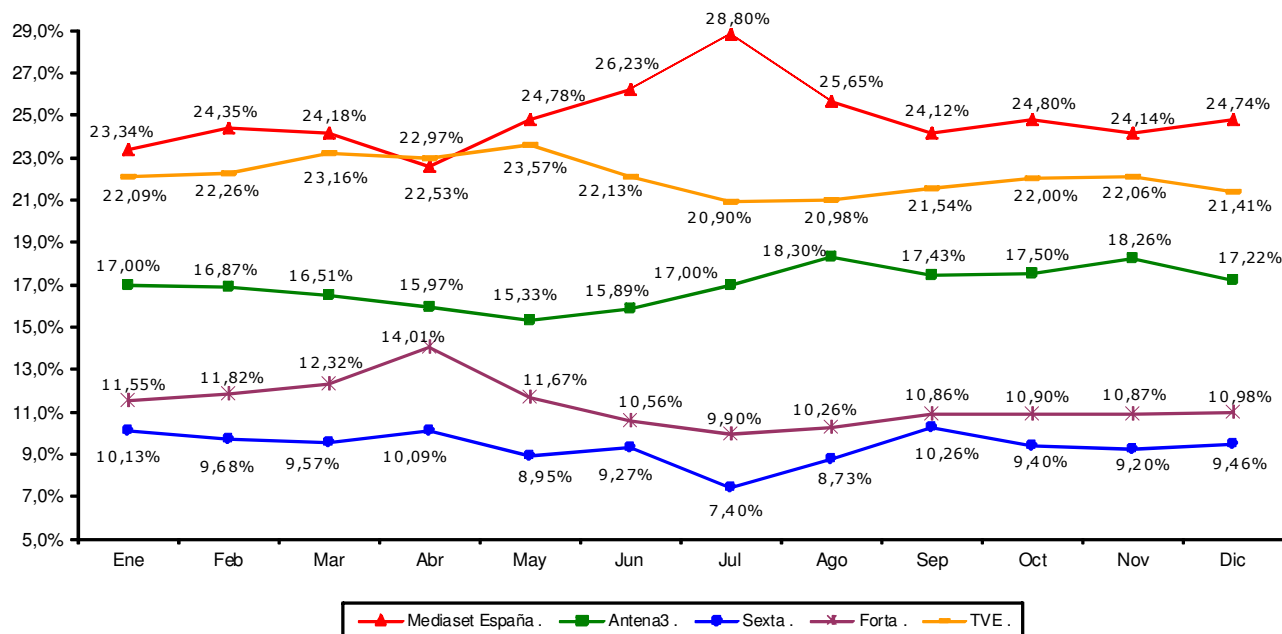
Los datos de audiencias en 2011 del grupo Mediaset España, consolidan al Grupo como líder de las televisiones en España en el periodo. La audiencia en total día total individuos del Grupo, se sitúa en 26,4%, adelantando en 9,3 puntos al Grupo de canales de Antena3, que consigue un 17,1%.

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Mediaset España tiene una cuota de 28,6%, lo que supone un promedio anual 10,4 puntos por encima del Grupo Antena3 (18,2%).

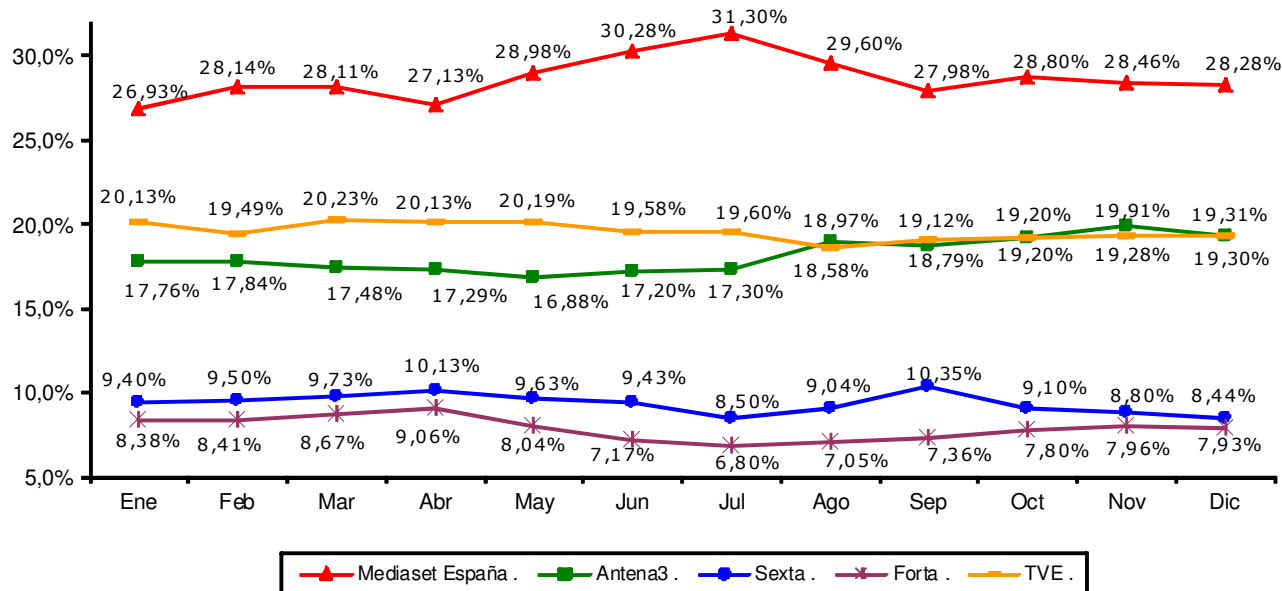
Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



Audiencias, Prime Time, Total Individuos en % por Grupos



Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en % por Grupos



Audiencias, Prime Time, Target Comercial en % por Grupos

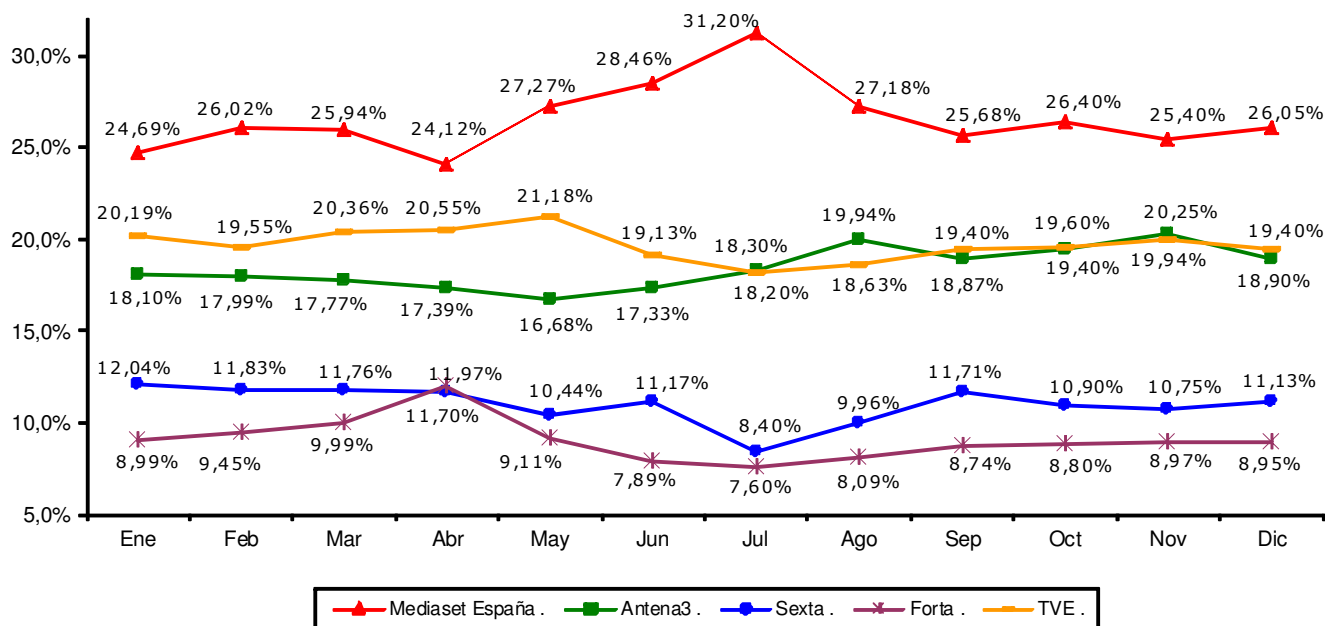


Tabla 8: Audiencia media CANAL Telecinco período enero-diciembre 2011

TELECINCO

2011

Total Individuos

Total Día	14,2%
PRIME TIME	13,2%
DAY TIME	14,7%

Target Comercial

Total Día	14,1%
PRIME TIME	12,8%
DAY TIME	14,7%

El canal Telecinco ha cerrado 2011 en primera posición entre los canales comerciales en total día total individuos, con un promedio del 14,2%, adelantando por 2,7 puntos a Antena3 (11,5%).

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Telecinco (14,1%) tiene un promedio anual 2,3 puntos por encima de Antena3 (11,8%).

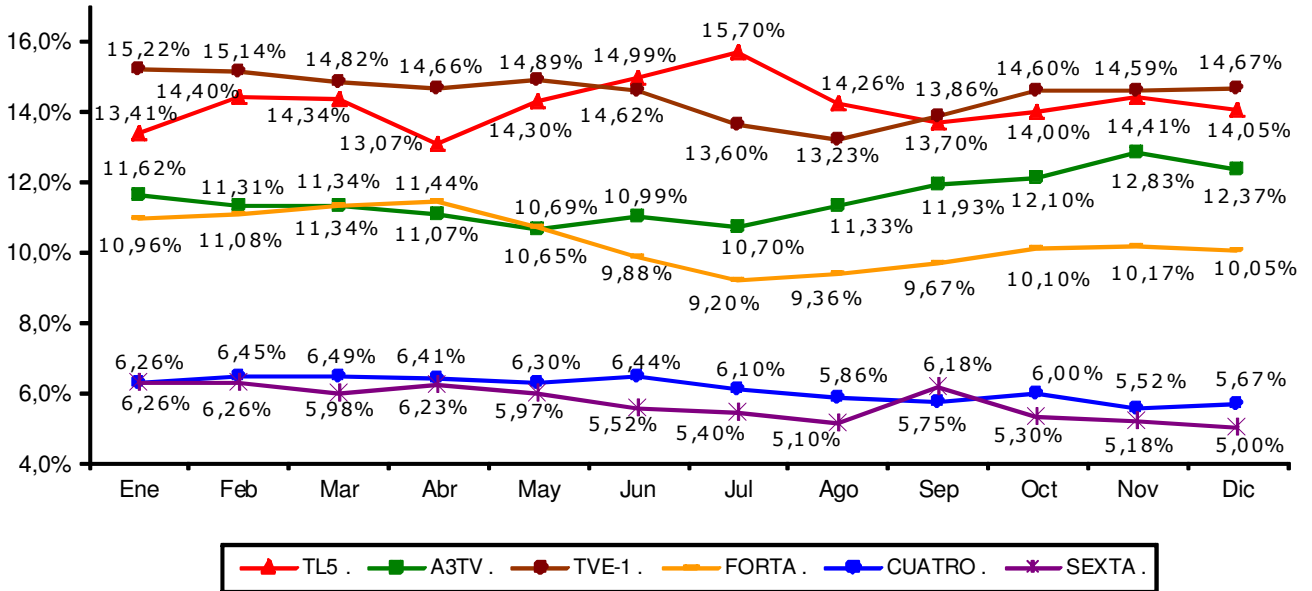
Cuatro alcanza una cuota del 6,1% en total día, total individuos y el 7,6% en target comercial, 0,4 puntos y 0,6 puntos respectivamente por encima de su principal competidor La Sexta.

Telecinco continúa liderando en "prime time"⁴, total individuos con un promedio de 13,2% en 2011, a una distancia de 1,9 puntos de Antena3 (11,3%).

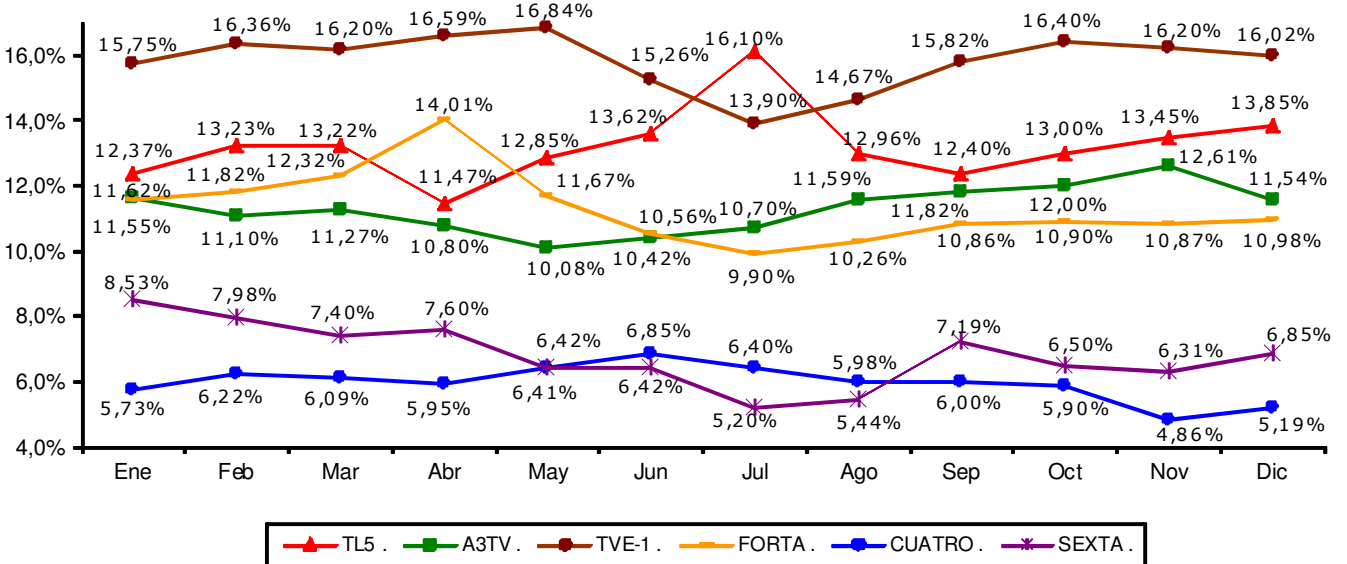
⁴ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time, Telecinco mantiene el liderazgo en 2011, aumentando la distancia con sus competidores.

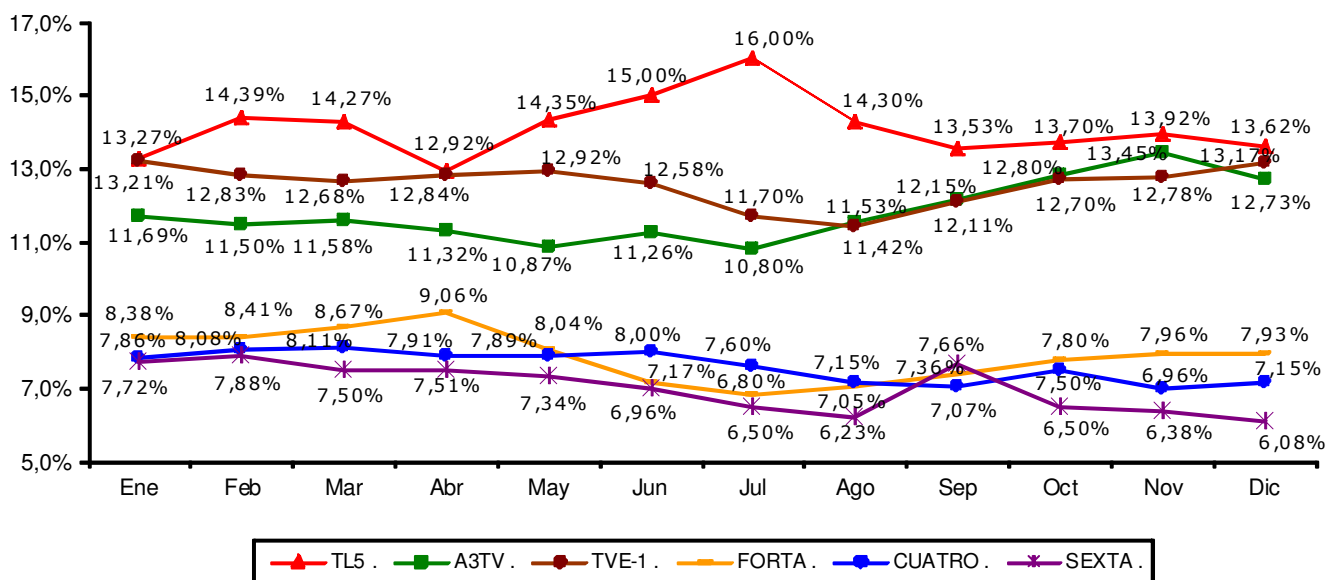
Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



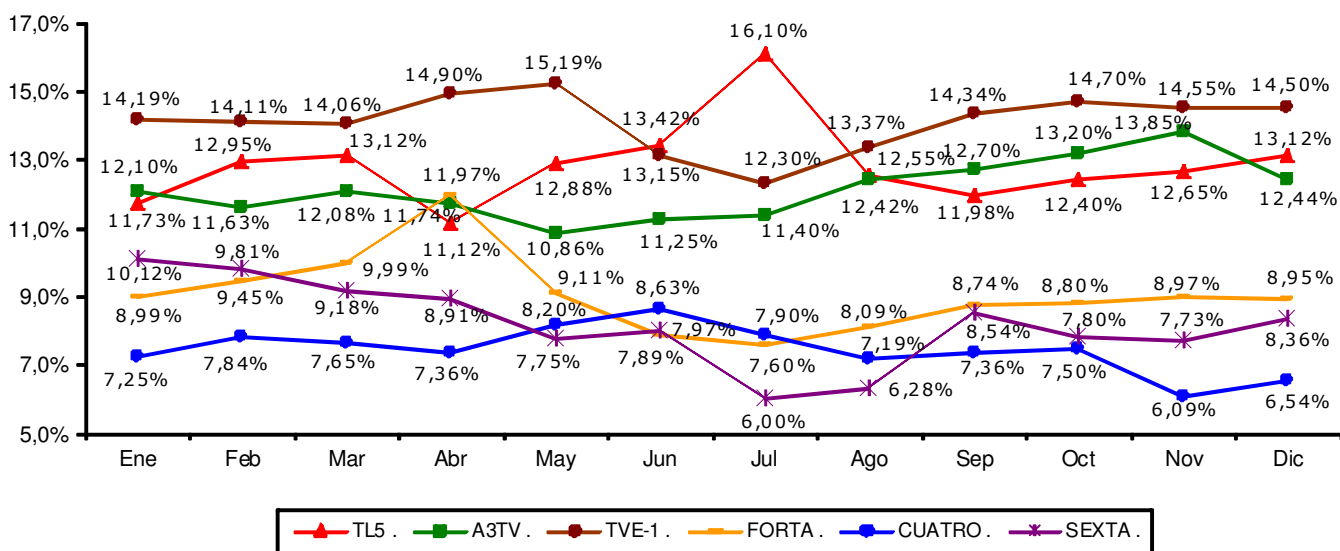
Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %



Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en %



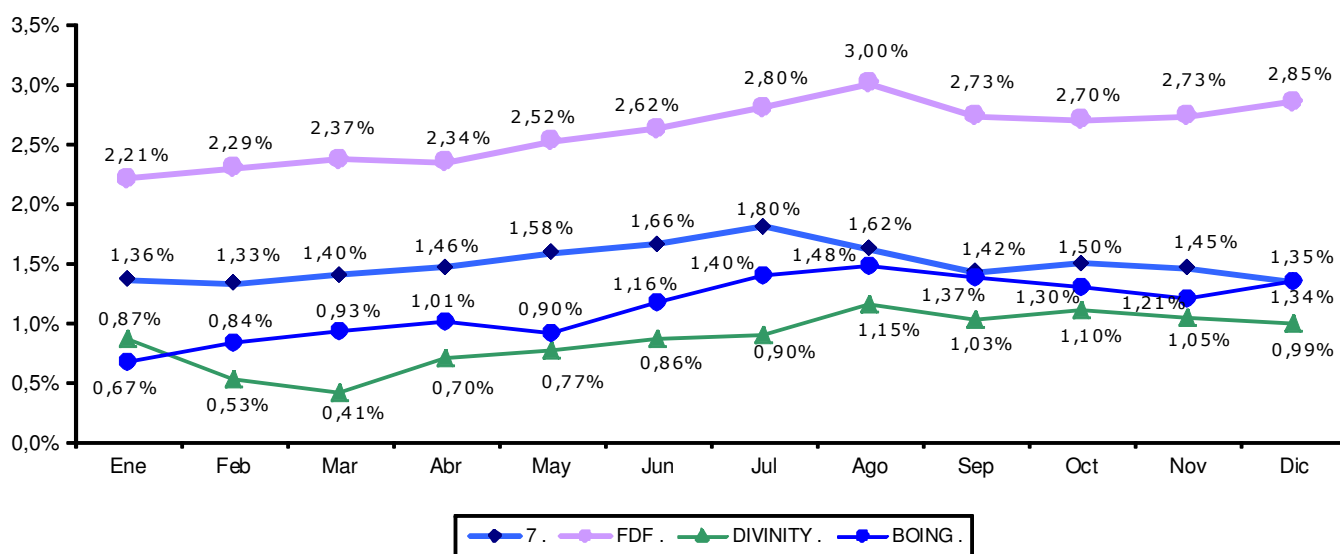
Audiencias, Prime Time, Target Comercial en %



Durante 2011 Mediaset España continúa la consolidación de los canales FACTORIA DE FICCION, LA SIETE, el canal infantil BOING, así como el canal dirigido a público femenino DIVINITY, siguiendo la estrategia multi-canal, enfocada en desarrollar la identidad de cada canal, por género o por producto.

En 2011 FACTORIA DE FICCION ha alcanzado una cuota de audiencia en total día total individuos del 2,6%, LA SIETE del 1,5%, BOING ha conseguido un 1,1% y DIVINITY un 0,8%, aportando en conjunto al grupo una cuota total de 6,1%.

Audiencias, 24 horas, TDT %



Audiencias, Prime Time, TDT %

