

10 AÑOS *en bolsa.*

MEDIASET *españa.*



RESULTADOS SEMESTRALES *Enero –Junio 2014*

Madrid, 23 de junio de 2014

ÍNDICE:

Principales magnitudes

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

PRINCIPALES MAGNITUDES

€ millones	1S2014	1S2013
Total ingresos netos	468,0	427,0
Total costes operativos	379,9	371,5
EBITDA adj⁽¹⁾	88,1	55,5
<i>Margen EBITDA</i>	<i>18,8%</i>	<i>13,0%</i>
EBIT	80,1	47,2
<i>Margen EBIT</i>	<i>17,1%</i>	<i>11,0%</i>
Beneficio neto	21,4	30,1
Beneficio neto adj⁽²⁾	29,0	37,7
BPA ADJ	0,07	0,09
Posicion financiera	152,7	75,8

(1) EBITDA recurrente Adj, incluye el consumo de derechos TV

(2) Beneficio neto ajustado excluye el impacto de todos los elementos no cash como la amortización de PPA (de Cuatro y DTS)

Mediaset España incrementa de forma significativa sus **márgenes** operativos registrando un **EBITDA ajustado** en el periodo de **enero a junio 2014 de €88,1 millones, un 59% superior** al registrado en primer semestre 2013 y un EBIT un **70% superior** al del año anterior.

- Los ingresos totales netos en el primer semestre de 2014 suman **468,0 millones de Euros**, con unos ingresos netos de publicidad de **426,1 millones de Euros** y **41,9 millones de Euros** en la línea de "Otros ingresos".
- Según datos de **Infoadex**, el mercado publicitario de televisión del primer semestre creció un **5,7% frente al 2,7% del mercado publicitario total** y establece la **cuota de mercado de Mediaset España** para el mismo periodo en un **44,3%**.
- El margen EBITDA de los seis primeros meses del año es del **18,8%** frente al 13,0% del primer semestre del 2013.
- El **Beneficio Ajustado Neto** del primer semestre de 2014 alcanza los **€29,0 millones**.
- Mediaset España conserva un balance libre de deuda y una posición neta de caja positiva de **€152,7 millones** a 30 de junio de 2014.
- Mediaset España, mejora su cuota de audiencia en el semestre hasta el **30,2% en 24h Total Individuos, 1,4 puntos superior** al mismo periodo 2013, gracias a su fuerte apuesta por los contenidos y la emisión del mundial.
- Mediaset España continúa liderando en 2014 la audiencia en Internet alcanzando en **junio 27 millones de usuarios únicos** y **269 millones de páginas vistas** y siendo el proveedor de videos de referencia en internet con más de **128,5 millones** de video servidos en el mismo mes..
- Mediaset España vendió su participación **en DTS el 4 de Julio**, el precio de venta acordado fue de **€295,0 millones** para el **22%** de la participación en **DTS** y adicionalmente **€30,0 millones** por la renuncia al derecho de adquisición preferente y acompañamiento. Además en caso que Telefónica llegase a adquirir el 56% de DTS Mediaset España recibiría **€10,0 millones** y hasta **€30,0 millones** en función del número de altas netas desde la fecha que Telefónica tenga la titularidad de DTS y los cuatro años siguientes.

1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	1S2014	1S2013	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	467,99	427,03	9,6%
Consumo de derechos	(100,91)	(78,28)	28,9%
Costes de personal	(52,17)	(51,56)	1,2%
Otros costes operativos	(226,87)	(241,67)	(6,1%)
TOTAL COSTES	(379,94)	(371,51)	2,3%
EBITDA ajustado	88,05	55,52	58,6%
Otras amortizaciones, provisiones	(3,96)	(4,37)	(9,3%)
Amortización PPA	(4,00)	(4,00)	0,0%
EBIT	80,09	47,16	69,8%
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	(59,28)	(7,83)	-
Resultado Financiero	(0,85)	(0,96)	-
Beneficio antes de impuestos	19,96	38,37	-
Impuesto de Sociedades	1,14	(8,53)	-
Minoritarios	0,27	0,26	-
Beneficio Neto	21,37	30,11	-
Beneficio Neto Ajustado	28,97	37,71	-

El **Beneficio Neto Ajustado** del primer semestre 2014 asciende a **€28,97 millones**, lo que supone un margen del **6,2 %** sobre ingresos netos.

La diferencia de **€7,60 millones** entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe al impacto de la amortización de PPA en **Cuatro** y **DTS** (Distribuidora de Televisión Digital S.A), derivado de la asignación definitiva del precio de adquisición a activos y pasivo de la sociedad en cuestión.

1.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Indicadores	1S2014	1S2013	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	446,50	418,19	6,8%
- Medios Propios	426,44	399,57	6,7%
- Medios Ajenos	20,06	18,63	7,7%
Descuentos	(20,43)	(24,86)	(17,8%)
Ingresos netos de publicidad	426,08	393,33	8,3%
Otros ingresos	41,92	33,70	24,4%
TOTAL INGRESOS NETOS	467,99	427,03	9,6%

Los **ingresos brutos de publicidad** del primer semestre del año ascienden a un total de **€446,50 millones**, un incremento del **6,8%**, respecto del **2013** y **1,1 punto** superior al crecimiento del mercado publicitario de televisión según Infoadex del **5,7%**

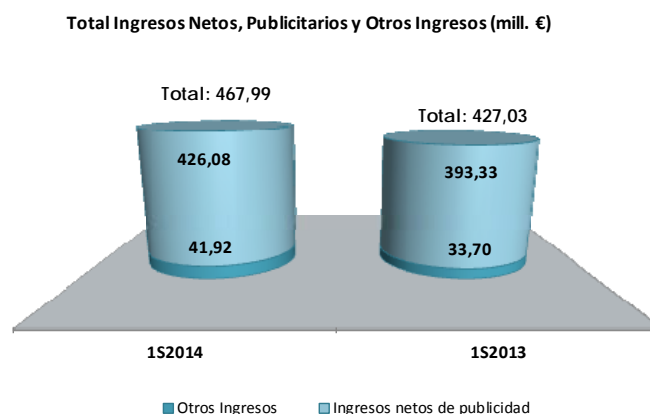
Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios**, que comprenden los ingresos publicitarios de los 6 canales del Grupo; TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY y ENERGY, así como la publicidad del grupo en Internet y teletexto, alcanzan el total de **€426,44 millones**, lo que supone una **facturación €26,87 millones** superior al mismo periodo del 2013. Desde el **01 enero hasta el 06 mayo** del 2014, fecha en la que se produce el **cierre de canales**, los canales **Nueve y La Siete** contribuyeron a esta línea de ingresos.

Los **Ingresos publicitarios de medios ajenos** se incrementaron en un **7,7%** respecto del mismo periodo del año anterior, llegando a la cifra de **€20,06 millones**.

Los **ingresos netos de publicidad** después de descuentos crecen un **8,3%** y suman **€426,08 millones**.

La línea "**Otros ingresos**" asciende a **€41,92 millones**, un incremento del **24,4%** respecto del 2013, e incluyen principalmente la venta y la distribución de derechos de co-producción cinematográfica, los ingresos por juego y merchandising entre otros.

Finalmente, los **ingresos netos del primer semestre 2014** suman **€467,99 millones**, un **9,6%** y **€40,96 millones** superior a los ingresos del mismo periodo 2013.



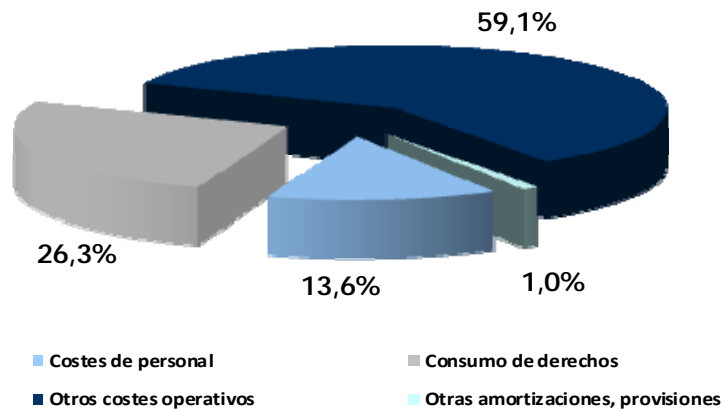
1.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** del periodo enero-junio 2014 ascienden a **€387,90 millones**, una cifra muy similar al mismo periodo 2013 y en línea con la política de optimización de costes de la empresa, que logra mantener los costes planos, incluso con la adquisición de derechos del mundial de fútbol de Brasil.

Tabla 3: Costes operativos

Millones de €	1S2014	1S2013	Variación %
Costes de personal	52,17	51,56	1,2%
Consumo de derechos	100,91	78,28	28,9%
Otros costes operativos	226,87	241,67	(6,1%)
Otras amortizaciones, provisiones	3,96	4,37	(9,3%)
Total Costes Operativos	383,90	375,87	2,1%
Amortización PPA	4,00	4,00	-
TOTAL COSTES	387,90	379,87	2,1%

Estructura de Costes Operativos



Mediaset España continua aplicando su política de control de costes de forma que sus costes operativos en el primer semestre 2014 son un **24,3% inferior** a los del mismo periodo del 2010, lo que ha supuesto un ahorro de **€123,48 millones** respecto al primer semestre 2010 (base 2010 pro-forma).

millones €	1S2010	1S2011	1S2012	1S2013	1S2014	Var.
Costes Operativos	507,38	421,86	437,98	375,87	383,90	24,3%

* Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRs, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro.

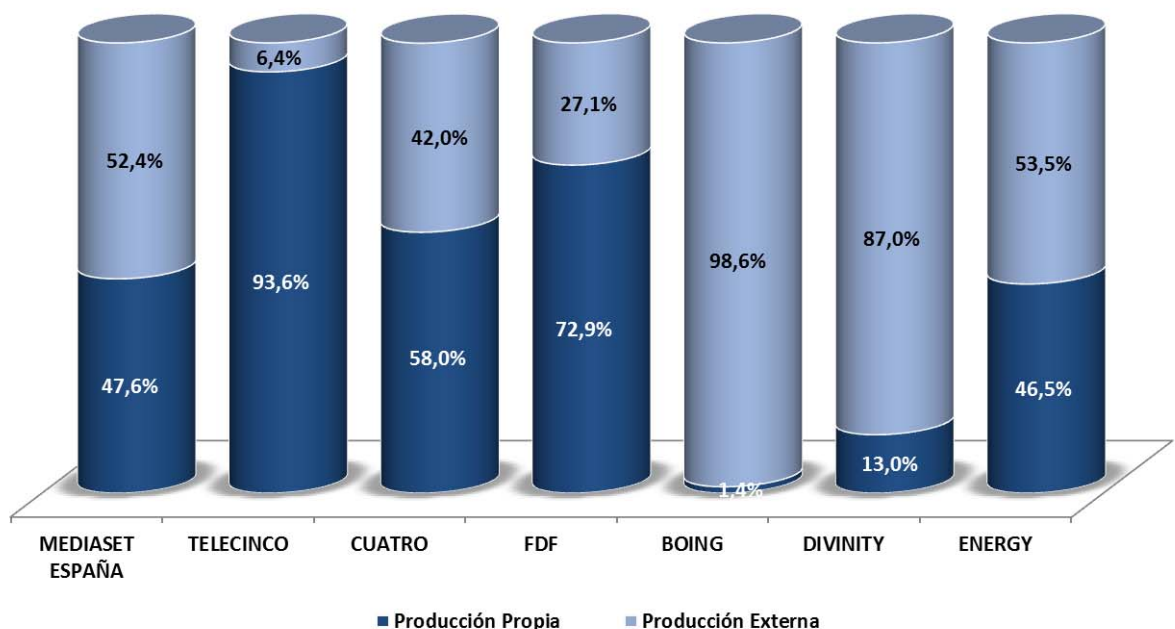
Contenido

El cierre de canales del 06 de mayo produjo el cese de emisiones de los canales **La Siete** y **Nueve**. Ambos canales destinaban la mayor parte de las horas de emisión a la producción propia. En este semestre, la producción ajena cobra protagonismo en la parrilla de destinando el **52,4%** del total de las horas de emisión mientras que la producción propia supone un **47,6%**.

El canal **TELECINCO**, en los primeros seis meses del año, ha destinado un **93,6%** de la programación a la producción propia y el **6,4%** a la programación de derechos de terceros, en línea con el mismo periodo 2013, donde Telecinco destinó un **93,2%** a la producción propia y un **6,8%** a los derechos externos.

Cuatro por su parte destinó un **58,0%** de su parrilla a la producción propia y un **42,0%** a la producción de externa en los seis primeros meses del año, mientras que en el primer semestre 2013 las cifras eran **63,8%** producción propia, **36,2%** a la producción externa.

En cuanto a los demás canales, el canal **FACTORIA DE FICCION** tiene un **72,9%** de producción propia frente a un **27,1%** de derechos de terceros, el canal **BOING** es el canal más intensivo en producción externa, dedicando un **98,6%** de su parrilla a la misma, **DIVINITY** presenta un **13,0%** de producción propia y **87,0%** de derechos de terceros y **ENERGY** presenta un consumo de producción propia del **46,5%** y del **53,5%** en producción externa.



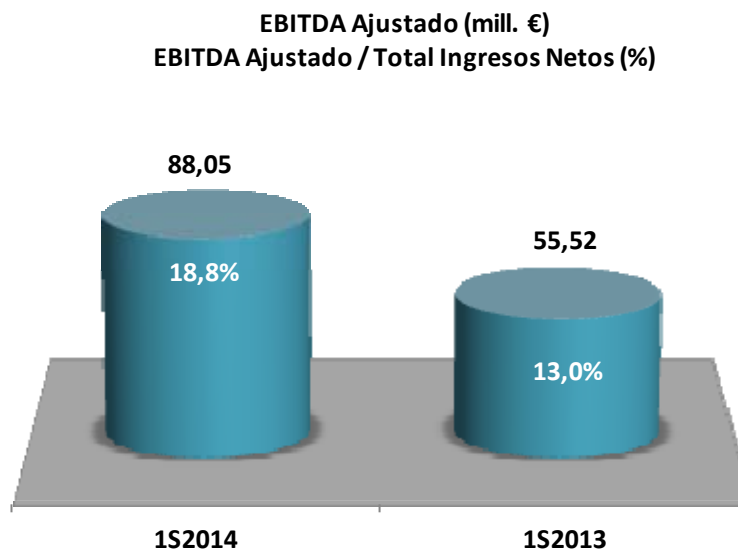
1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

El **resultado bruto de explotación, EBITDA ajustado**, asciende a un total de **88,05 millones de Euros**, lo que supone un incremento de **€32,53 millones, un 58,6%** más respecto al primer semestre 2013 y se traduce en un **18,8% de margen sobre los ingresos netos totales 2014**.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€80,09 millones**, lo que representa un incremento del **69,8%** comparado con el primer semestre 2013 y de un **17,1% sobre los ingresos totales 2014**.

Tabla 4: Márgenes

Millones de €	1S2014	1S2013
Total ingresos netos	467,99	427,03
EBITDA ajustado	88,05	55,52
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>18,8%</i>	<i>13,0%</i>
EBIT	80,09	47,16
<i>Margen EBIT</i>	<i>17,1%</i>	<i>11,0%</i>
Beneficio Neto	21,37	30,11
<i>Margen Beneficio Neto</i>	<i>4,6%</i>	<i>7,0%</i>
Beneficio Neto Ajustado	28,97	37,71
<i>Margen Beneficio Neto Ajustado</i>	<i>6,2%</i>	<i>8,8%</i>



1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El resultado financiero del primer semestre **2014** supone un gasto de **0,85 millones de euros**.

Por otro lado, el resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**¹ arroja un resultado negativo de **€59,28 millones**, que incluye el ajuste de la valoración del 22% de la inversión en DTS respecto del precio acordado en la venta.

El valor contable en libros, **a 30 junio 2014** del 22% de nuestra inversión en DTS era de **€371,86 millones**. Tras el acuerdo de venta del activo por **€325,00 millones**, el valor de la inversión en DTS se ajustó a dicho precio. Este ajuste genera un crédito fiscal de €18,00 millones y en consecuencia el ajuste neto asciende a **€28,86 millones**.

Lo indicado anteriormente no incluye los ingresos contingentes acordados con el comprador que son **€10,00 millones** después de la finalización de la adquisición de la participación de Prisa por Telefónica, más una cifra de **hasta €30,00 millones** en función del incremento de las altas netas que se produzcan en los cuatro años siguientes desde que Telefónica toma control del activo.

1.5. Resultado del ejercicio

El **resultado antes de impuestos y de minoritarios**, de los seis meses a 30 de junio 2014, es de **19,96 millones de euros**.

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 DTS, suma un total de **€28,97 millones**, lo que supone un margen del **6,2%** sobre los ingresos netos totales.

¹ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Editora Digital de Medios, S.L. (50%), Pegaso Television Inc. (43,7%), Netsonic, S.L. (38% participación indirecta), A.I.E. (Furia de titanes 2) (34% participación indirecta), Supersport TV, S.L. (30%), Big Bang Media S.L. (30%), Producciones Mandarina S.L. (30%), La Fábrica de la Tele S.L. (30%), Aprox Imagen S.L. (3%), 60DB Entertainment, S.L. (30%), Megamedia TV, S.L. (30% participación indirecta), DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (22%), 2014.

2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El **flujo libre de caja operativo** en 2014 es positivo en **€58,78 millones**, con un incremento de **€58,05 millones** respecto al mismo periodo del año anterior.

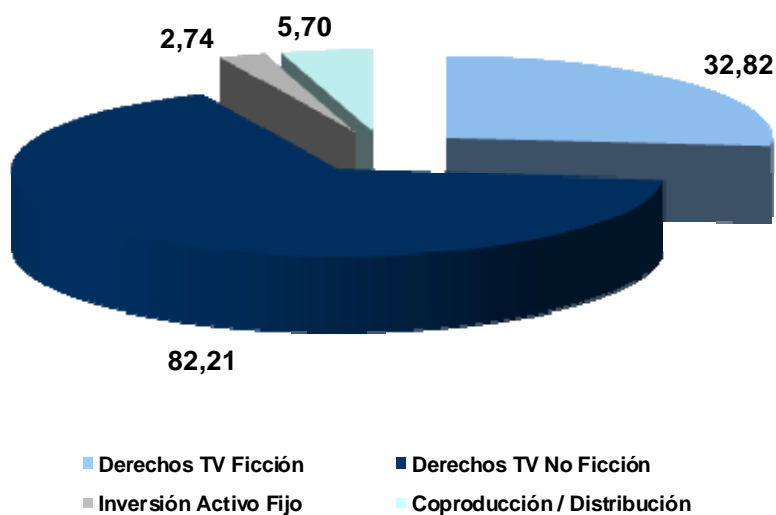
Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	1S2014	1S2013	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	21,10	29,84	(8,74)
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	109,21	87,19	22,02
- Consumo Derechos	100,91	78,28	22,63
- Amortizaciones	8,30	8,91	(0,61)
Provisiones	(0,35)	(0,55)	0,20
Otros	43,10	4,90	38,20
CASH FLOW OPERATIVO	173,07	121,38	51,68
Inversión en Derechos	(120,72)	(119,75)	(0,97)
Inversiones, otras	(2,74)	(2,64)	(0,10)
Variación Fondo de Maniobra	9,18	1,74	7,44
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	58,78	0,73	58,05
Movimientos Patrimonio	2,05	0,50	1,54
Inversiones financieras	(3,51)	(0,34)	(3,18)
Dividendos cobrados	1,90	1,14	0,76
Pago de Dividendos	0,00	0,00	0,00
Variación Neta de Tesorería	59,22	2,05	57,17
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	93,48	73,72	19,76
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	152,70	75,76	76,94

La **inversión neta total** alcanzó los **€123,47 millones** en el primer semestre 2014.

Durante el primer semestre del 2014, la inversión en producción ajena ha sido de **€82,21 millones**, en series de ficción nacional **€32,82 millones** y en co-producciones/distribución cinematográficas **€5,70 millones**, mientras que las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles **fueron €2,74 millones**.

Inversión Neta 1S2014 123,47 millones €



3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Junio 2014	Diciembre 2013
Inmovilizado	574,00	962,86
- Inm. Financiero	304,19	686,80
- Otro Inmovilizado	269,80	276,06
Derechos y Anticipos	255,36	235,54
- Terceros	211,04	183,33
- Ficción	26,64	35,14
- Coproducción / Distribución	17,68	17,07
Impuesto Anticipado	203,19	186,29
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.032,54	1.384,69
Activo corriente	583,96	236,39
Activo financiero y tesorería	173,32	113,53
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	757,28	349,92
TOTAL ACTIVO	1.789,82	1.734,61
FONDOS PROPIOS	1.454,57	1.431,38
Provisiones	10,43	10,38
Acreedores no corrientes	10,63	10,06
Pasivo financiero no corriente	19,70	0,01
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	40,76	20,45
Acreedores corrientes	293,56	262,74
Pasivo financiero corrientes	0,94	20,05
TOTAL PASIVO CORRIENTE	294,50	282,78
TOTAL PASIVO	1.789,82	1.734,61

El balance muestra un **adecuado equilibrio** entre **activos y pasivos de corto y largo plazo** así como una buena relación entre liquidez de cuentas a cobrar y cuentas a pagar.

A 30 de junio 2014 la inversión en DTS ha sido reclasificada a activo corriente, siguiendo el acuerdo de venta con Telefónica.

La **posición financiera neta** a 30 de Junio 2014 asciende a un total de **€152,70 millones** positivos.

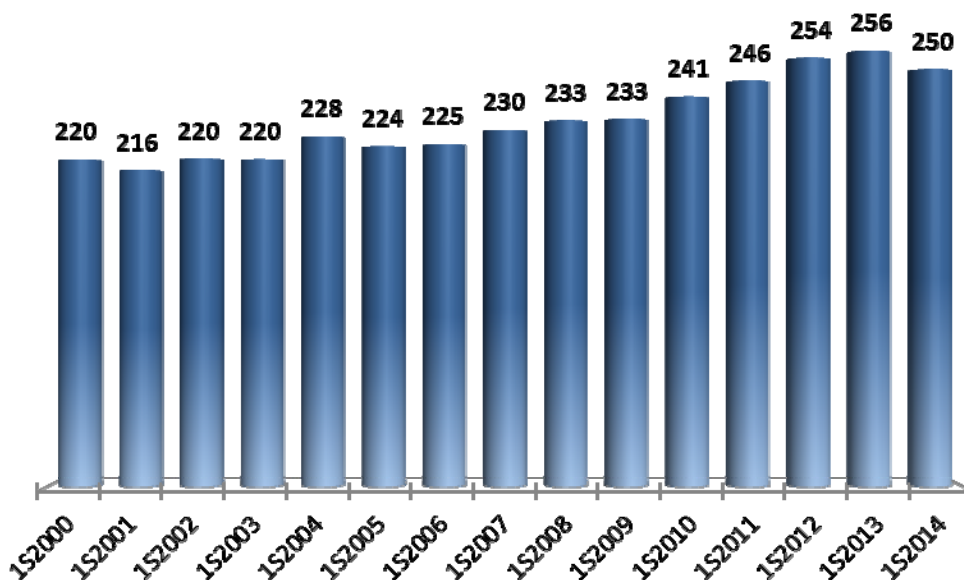
4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA²

4.1. Consumo Televisión

Años	Minutos	Miles
1S2000	220	5.897
1S2001	216	5.891
1S2002	220	6.006
1S2003	220	6.018
1S2004	228	6.434
1S2005	224	6.419
1S2006	225	6.486
1S2007	230	6.697
1S2008	233	6.866
1S2009	233	7.091
1S2010	241	7.338
1S2011	246	7.520
1S2012	254	7.757
1S2013	256	7.830
1S2014	250	7.705

El promedio de consumo televisivo en el primer semestre 2014 cambia su tendencia respecto a semestres anteriores y disminuye en 6 minutos respecto al primer semestre del 2013. Este descenso, se encuentra provocado por una mejora en la tasa de empleo que repercute en un menor consumo televisivo de los hogares, en particular en la franja de día, mientras que el consumo en Prime Time se mantiene.

A pesar de esta disminución, el consumo televisivo actual se encuentra por encima de la media de los últimos 5 años, gracias a la apuesta de Mediaset España por el desarrollo de nuevos contenidos innovadores y de calidad que además del medio televisivo tienen gran aceptación en otras plataformas como, internet, tablets, móviles etc, lo que contribuye a la gran demanda y consumo de los mismos.



² Fuente: Kantar Media

4.2. Grupo

Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-junio 2014

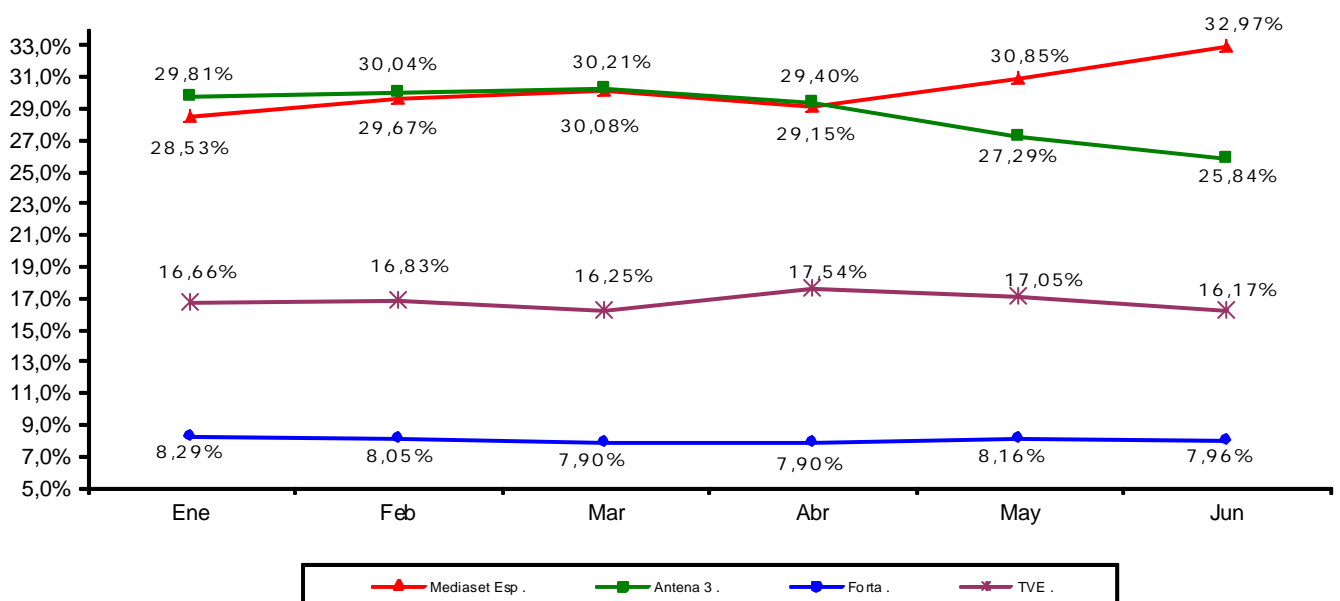
		1S2014	1S2013
Total Individuos	Total Día	30,2%	28,8%
	PRIME TIME	29,2%	27,2%
	DAY TIME	30,6%	29,4%
Target Comercial	Total Día	32,3%	30,8%
	PRIME TIME	30,5%	28,6%
	DAY TIME	33,2%	31,9%

Mediaset España cierra el primer semestre 2014 con un **30,2%** de cuota de audiencia en **total día total individuos**, y consigue su **mejor registro histórico** en el mes de **junio** alcanzando un **33,0%** de audiencia, **7,1 puntos superior** a su inmediato competidor

En relación a la cuota de audiencia en **target comercial**, Mediaset España alcanza, en los seis primeros meses del año, una cuota de **32,3%**, lo que supone una **mejora del 5%** respecto del mismo periodo del año anterior y **1 punto** por encima de su inmediato competidor.

El partido del mundial de Brasil “**España-Chile**”, que se emitió el 18 de junio en el canal Telecinco, ha sido con un **67,7%** de audiencia y **13.229.000 espectadores** el partido más visto de una fase previa en la historia del mundial.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



4.3. Canales Principales

Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período enero-junio 2014

	TL5		CUATRO	
	1S2014	1S2013	1S2014	1S2013
Total Individuos				
Total Día	14,6%	13,5%	6,4%	5,9%
PRIME TIME	15,6%	13,5%	5,7%	5,7%
DAY TIME	14,2%	13,6%	6,8%	6,1%
Target Comercial				
Total Día	14,0%	12,7%	7,8%	7,3%
PRIME TIME	14,7%	12,3%	7,0%	7,1%
DAY TIME	13,7%	12,9%	8,2%	7,4%

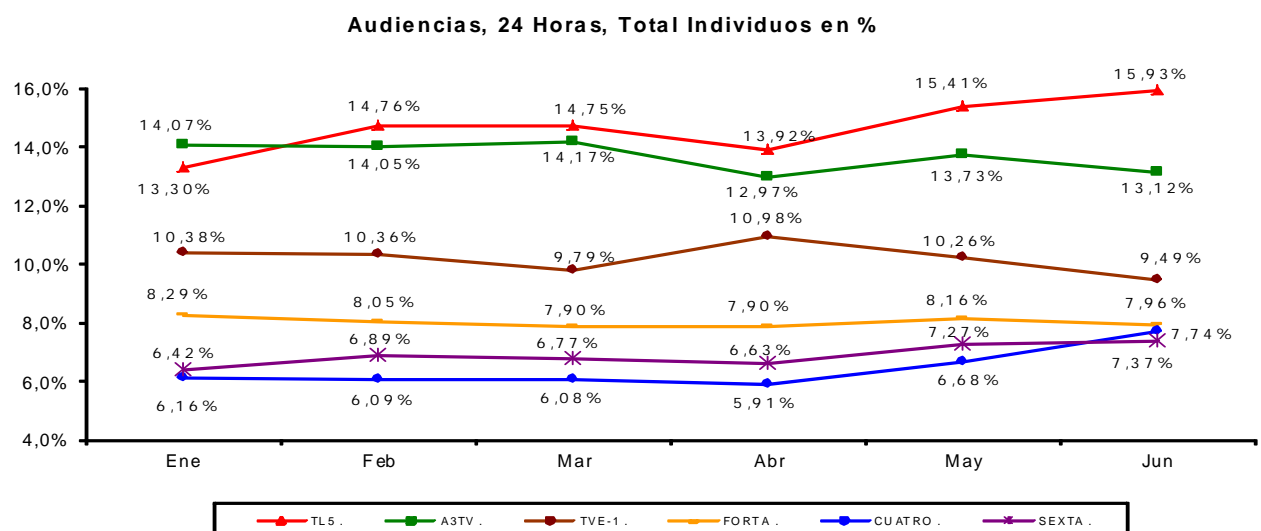
El canal Telecinco alcanza en promedio el **14,6%**, el primer semestre 2014 en total día total individuos, una mejora de **1,1 punto** respecto del 2013 y **0,9 puntos** superior a su directo competidor

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Telecinco tiene un **14%** a 30 de junio lo que supone un incremento de **1,3 puntos** respecto al mismo periodo del año anterior.

Cuatro alcanza una cuota del **6,4%** en total día total individuos y el **7,8%** en target comercial.

En "prime time"³, total individuos Telecinco lidera con un promedio de **15,6 %**, **2,1 puntos** superior al mismo periodo 2013 y **2,6 puntos** superior a su inmediato competidor.

En cuanto a títulos de ficción, el estreno de **El chiringuito de Pepe**, logra ser el **estreno de una serie de producción propia más vista desde el 2005** y acumula una media a 30 de junio del **24,7%** de share y **4.343.000** espectadores.



³ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

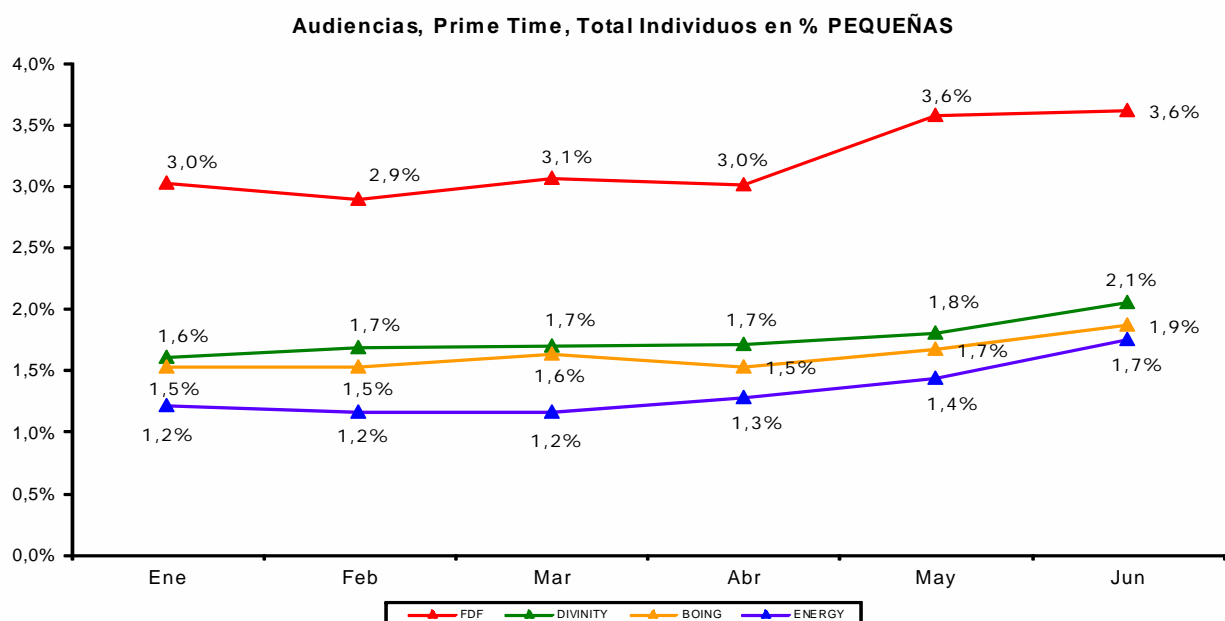
4.4. Canales Nueva Generación

Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación período enero-junio 2014

1S2014			
		Total Individuos	Target Comercial
FDI			
	Total Día	3,2%	4,0%
	PRIME TIME	2,9%	3,4%
DIVINITY			
	Total Día	1,8%	2,3%
	PRIME TIME	1,4%	1,8%
BOING			
	Total Día	1,6%	1,2%
	PRIME TIME	1,3%	1,0%
ENERGY			
	Total Día	1,3%	1,7%
	PRIME TIME	1,2%	1,4%

El 06 de mayo 2014, los canales **Nueve** y **La Siete**, cesaron emisiones en cumplimiento de la sentencia del Supremo. En los 6 primeros meses del año, la audiencia del conjunto de los canales de nueva generación suma ya una cuota total de **7,9%**, y de **9,2%** en target comercial.

La audiencia de **FDI** en el Total individuos es de **3,2%**, mientras que en su target de 13-24 años es del **8,6%** y para el grupo 25-34 es de **4,8%**. **Divinity** casi **duplica** su audiencia en su target de mujeres 16-44 con un **3,2%** de la audiencia mientras que en el Total individuos su audiencia es del **1,8%**. **Energy** tiene una audiencia del **1,3%** en el Total individuos, mientras que en su target de hombres 25-44 años consigue un registro del **2,3%**. **Boing**, el canal infantil, en su target de 4-12 años llega al **13,0%** de audiencia consiguiendo multiplicar casi por ocho su registro de Total individuos de **1,6%**.



4.5. Audiencia en Internet⁴

Mediaset España continúa siendo líder en Páginas vistas y Usuarios únicos por delante de sus más directos competidores. En cuanto a Videos servidos, los usuarios de internet siguen mostrando su predilección por los contenidos de Mediaset España en la Web, lo que permite estar muy por delante en descargas frente a su inmediato competidor.

	Usuarios Únicos	Páginas vistas	Videos servidos
<i>junio 2014</i>	27.043.955	269.447.592	128.583.193
<i>mayo 2014</i>	25.668.077	310.426.142	131.029.226
<i>abril 2014</i>	22.420.779	274.604.904	121.299.403
<i>marzo 2014</i>	27.016.960	324.591.066	145.233.691
<i>febrero 2014</i>	21.168.369	230.573.071	139.503.643
<i>enero 2014</i>	18.297.184	177.208.484	114.785.872

Mediaset consigue más de **24 millones** de comentarios en las redes sociales en el primer semestre del año, continuando a la cabeza en el ranking de impacto social de las televisiones.

Más **del 50 % de las menciones** relacionadas con la televisión hacían alusión a los contenidos de Mediaset. Telecinco vuelve a ser la cadena líder en las redes sociales con **más de diecisiete millones de comentarios** y Cuatro supera a su directo competidor en casi **700.000 menciones**.

El **Mundial de fútbol**, los partidos de **Europa League**, **El Príncipe**, **Supervivientes** y el programa **Pasapalabra** fueron los contenidos más comentados en las redes sociales.

⁴ Fuente: OJD Nielsen y ComScore
www.mediaset.es/inversores/es