

MEDIASET *españa.*

RESULTADOS PRIMER SEMESTRE Enero – Junio 2011

Madrid, 28 de julio de 2011

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 durante el primer semestre del año de 124,0 millones de Euros, con un margen operativo del 22,9% (+2,4 puntos frente al pro-forma del primer semestre de 2010), y mejora el margen de Beneficio Neto sobre Total Ingresos Netos hasta el 15,7%.**

De los resultados consolidados a 30 de junio de 2011, destacamos:

1. La primera mitad de 2011 está marcada por las turbulencias en las principales economías mundiales y europeas; en particular la situación de la crisis de deuda soberana en Grecia, el encarecimiento de las materias primas y el endurecimiento monetario en las economías emergentes, han incrementado la incertidumbre de los mercados. Asimismo, la caída del consumo privado en España reduce aun más la visibilidad de modo que complica la gestión de la venta de la publicidad.

Según el último informe de Infoadex, la inversión publicitaria en el primer semestre de 2011 ha disminuido un -5,9% con respecto a 2010, alcanzando los 2.504,6 millones de Euros; la inversión publicitaria en TV en el periodo ha sido de 1.214,6 millones de Euros (-7,4%) frente a los 1.311,3 millones de Euros en el primer semestre de 2010, lo que representa una cuota del 48,5% del total de inversión publicitaria en medios convencionales.

Mediaset España se mantiene líder, con una cuota del 43,3% en el primer semestre de 2011.

Los **ingresos totales netos de explotación** en el primer semestre de 2011 alcanzan los 540,92 millones de Euros. Los Ingresos Publicitarios Brutos de los dos Multiplex de Mediaset España en el periodo suman 522,56 millones de Euros y los "Ingresos Publicitarios de Otros Medios" alcanzan 17,44 millones de Euros; esto hace un "Total de ingresos brutos de Publicidad" de 540,00 millones de Euros. Los "otros ingresos" ascienden a 32,34 millones de Euros.

2. Los **costes operativos totales** de Mediaset España ascienden a 438,51 millones de Euros en el primer semestre de 2011, lo que supone una disminución del 12,2% frente a los costes pro-forma de 2010. Este descenso se debe principalmente a unos menores costes de programación así como unos menores costes de venta asociados a un menor número de películas en explotación. Asimismo, durante la primera parte del año el Grupo ha generando parte de las sinergias de costes operativos que resultan de la integración con Cuatro.

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 obtenido en el primer semestre de 2011 como resultado de la integración con Cuatro. En efecto, el margen de **EBITDA Ajustado Recurrente**¹ alcanza el 22,9% mejorando en 2,4 puntos el margen pro-forma del 20,5% en el mismo periodo de 2010. Lo que sigue situando a Mediaset España entre las compañías de televisión más rentables en Europa.

La solidez de los márgenes operativos y la tradicional gestión rigurosa de los costes son elementos de gran importancia para ayudar al desarrollo del negocio en un entorno de debilidad del mercado publicitario.

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

3. El **resultado neto** a 30 de junio de 2011 asciende a 85,15 millones de Euros, que representa un margen sobre Ingresos Totales Netos del 15,7% lo que supone una mejora respecto al dato pro-forma del mismo periodo 2011 (15,5%). A los efectos de una comparativa homogénea con el año anterior, si se aislara el impacto neto de las amortizaciones de intangibles, el resultado neto ajustado mejoraría, alcanzando los 89,15 millones de Euros, con un margen sobre ingresos netos del 16,5%.
4. El **flujo libre de caja** en el primer semestre del año alcanza 60,39 millones de Euros. Este resultado incluye el pago de las obligaciones comerciales relacionadas con Cuatro que existían en el momento de la adquisición, así como los pagos de indemnizaciones realizados en el período.
5. La **posición financiera neta** a 30 de junio de 2011 se sitúa en -85,65 millones de Euros con una mejora de €14,1m respecto al mismo periodo del año anterior. Esta posición descuenta el pago efectuado el 4 de mayo de 2011, de 140,16 millones de Euros en dividendos (ordinario y extraordinario) en proporción de €0,35 bruto por acción en circulación. Este dividendo representa la distribución del 199% de payout sobre el beneficio neto del año 2010. Asimismo, incluye un préstamo de Mediaset S.p.A. al Grupo para la adquisición de Endemol lo que hace una exposición bancaria de Mediaset España al final del periodo de 12,66 millones de Euros.
6. La **audiencia** media de Mediaset España en el primer semestre de 2011, en total individuos (total día), se sitúa en el 25,9%, adelantando en 9,4 puntos el Grupo de canales de Antena3, que consigue un 16,5%. En cuanto a la audiencia en el periodo del canal Telecinco, en total individuos (total día), ha sido 14,1%, dato que sitúa a la cadena en primera posición de las cadenas comerciales, adelantando en 2,9 puntos a Antena3 (11,2%).
En cuanto a la audiencia media en target comercial² (total día), Mediaset España alcanza un 28,2%, 10,8 puntos por encima del Grupo Antena3 (17,4%). Teniendo en cuenta sólo la cadena Telecinco, la audiencia es de 14,0%, 2,6 puntos por encima de la audiencia de Antena3 (11,4%).
La cuota de audiencia de Cuatro alcanza el 6,4% en total individuos (total día) y el 8,0% en target comercial respecto al 6,0% y 7,5% 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 5,2% en el primer semestre de 2011, en total día, total individuos y en 6,0% en target comercial.

Mediaset España consolida en 2011 su liderazgo entre las cadenas comerciales. Además, en junio, el canal principal Telecinco vuelve a ser la cadena más vista después de 10 meses de liderazgo de TVE1.

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 € | 1S2011 | Proforma 1S2010 | Variación % | Reportado 1S2010 |
|---------------------------------------|---------------|--------------------|----------------|---------------------|
| TOTAL INGRESOS NETOS | 540,92 | 631,82 | (14,4%) | 461,02 |
| Consumo de derechos | (111,41) | (114,67) | (2,8%) | (72,30) |
| Costes de personal | (54,20) | (56,12) | (3,4%) | (38,99) |
| Otros costes operativos | (251,32) | (331,21) | (24,1%) | (206,79) |
| EBITDA ajustado recurrente | 123,99 | 129,82 | (4,5%) | 142,94 |
| Costes no recurrentes | (12,65) | 8,10 | - | 8,10 |
| EBITDA ajustado | 111,34 | 137,92 | (19,3%) | 151,04 |
| Otras amortizaciones, provisiones | (4,93) | (5,38) | (8,4%) | (4,76) |
| Amortización PPA (provisional) | (4,00) | 0,00 | - | - |
| EBIT | 102,41 | 132,54 | (22,7%) | 146,28 |
| Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin. | (1,64) | (20,49) | - | (20,49) |
| Resultado Financiero | 2,49 | 4,76 | (47,7%) | 4,86 |
| Beneficio antes de impuestos | 103,26 | 116,81 | (11,6%) | 130,65 |
| Impuesto de Sociedades | (18,07) | (23,94) | (24,5%) | (28,09) |
| Minoritarios | (0,04) | 4,85 | - | 4,85 |
| Beneficio Neto | 85,15 | 97,72 | (12,9%) | 107,40 |
| Beneficio Neto Ajustado | 89,15 | 104,74 | (14,9%) | 114,44 |

El Beneficio Neto Ajustado en el primer semestre de 2011 asciende a 89,15 millones de Euros, lo que supone un margen de 16,5% sobre ingresos.

La diferencia de 4,00 millones de Euros entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe fundamentalmente al impacto de las amortizaciones de intangibles en Cuatro, producto de la diferencia entre el precio pagado y el valor neto contable del Grupo, lo que se conoce como "Purchase Price Allocation" (PPA).

Cabe señalar que esta asignación es preliminar y no definitiva, y también lo es el gasto de amortización cargada en el período, que se trata de la estimación más exacta. De acuerdo con los criterios IRFS, hay un periodo de un año desde la fecha de la adquisición para completar el proceso de asignación.

2.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

| | 1S2011 | Proforma 1S2010 | Variación % | Reportado 1S2010 |
|--------------------------------------|---------------|--------------------|----------------|---------------------|
| Ingresos brutos de publicidad | 540,00 | 617,18 | (12,5%) | 442,51 |
| - <i>Multiplex</i> | 522,56 | 589,46 | (11,3%) | 423,27 |
| - <i>Otros</i> | 17,44 | 27,72 | (37,1%) | 19,24 |
| Descuentos | (31,42) | (30,95) | 1,5% | (20,47) |
| Ingresos netos de publicidad | 508,58 | 586,23 | (13,2%) | 422,04 |
| Otros ingresos | 32,34 | 45,59 | (29,0%) | 38,98 |
| TOTAL INGRESOS NETOS | 540,92 | 631,82 | (14,4%) | 461,02 |

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes al primer semestre de 2011 han alcanzando 540,00 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 522,56 millones de Euros.

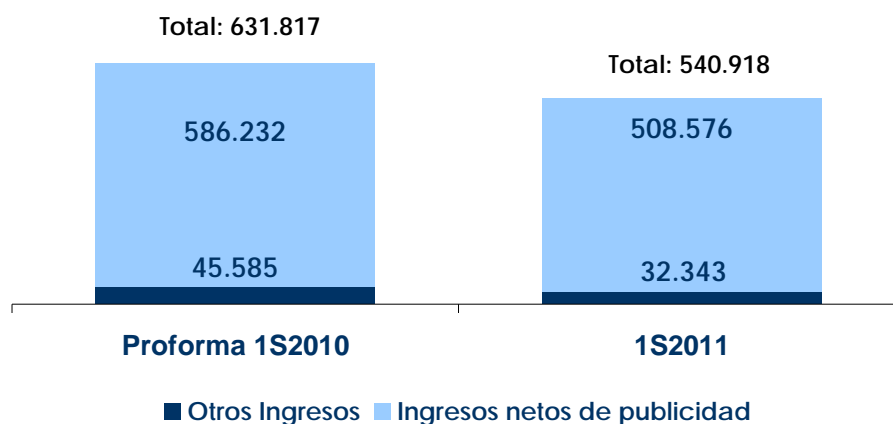
Los **Ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 17,44 millones de Euros. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes como canales temáticos, Internet y teletexto. La diferencia con el pro-forma de 2010 se explica fundamentalmente por la exclusión de canales de terceros 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 508,58 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 32,34 millones de Euros, inferior a la cifra registrada en 2010, principalmente consecuencia de un menor número de películas en explotación (en 2010 se obtuvieron importantes 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 540,92 millones de Euros.

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



2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales**, a 30 de junio de 2011, ascienden a 438,51 millones de Euros, lo que representa una disminución de €60,77 millones de Euros (un -12,2%) con respecto al importe pro-forma del mismo periodo de 2010. Esta disminución de costes se debe principalmente a unos menores costes de programación así como unos menores costes de venta asociados a un número inferior de películas en explotación. Asimismo, durante la primera parte del año se han generado parte de las sinergias de costes operativos derivadas de la integración con Cuatro.

Los costes operativos recurrentes han bajado, en solo seis meses, €85,07 millones de Euros (un -16,9%); estos costes excluyen el impacto de los gastos no recurrentes de reestructuración de personal (12,65 millones de Euros), de la amortización de PPA (4,00 millones de Euros) así como de la reversión de una provisión en 2010 (8,10 millones de Euros). Esta gran reducción de gastos demuestra el potencial del nuevo grupo y la capacidad de gestionar sus costes para maximizar sus márgenes, en un entorno económico incierto.

Tabla 3: Costes operativos

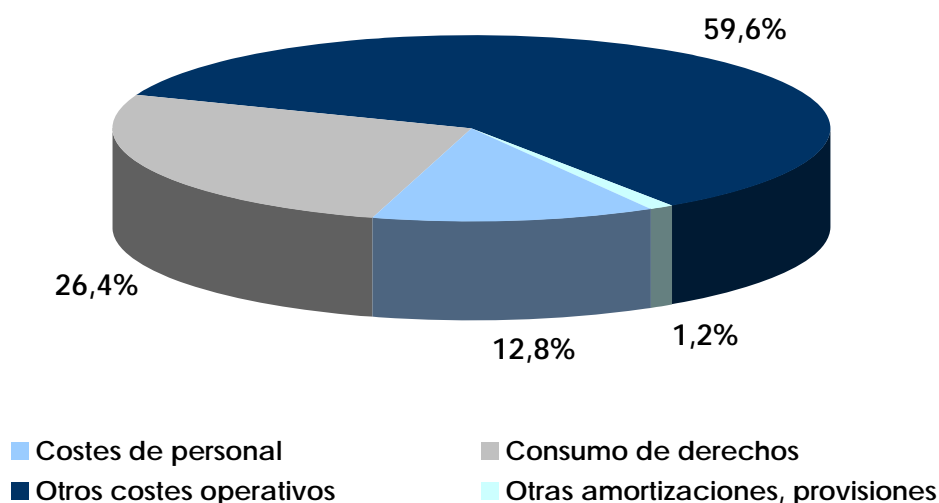
| Millones de € | 1S2011 | Proforma 1S2010 | Variación % | Reportado 1S2010 |
|-----------------------------------|---------------|-----------------|----------------|------------------|
| Costes de personal | 54,20 | 56,12 | (3,4%) | 38,99 |
| Consumo de derechos | 111,41 | 114,67 | (2,8%) | 72,30 |
| Otros costes operativos | 251,32 | 331,21 | (24,1%) | 206,79 |
| Total costes recurrentes | 416,93 | 502,00 | (16,9%) | 318,08 |
| Costes no recurrentes | 12,65 | (8,10) | - | (8,10) |
| Otras amortizaciones, provisiones | 4,93 | 5,38 | (8,4%) | 4,76 |
| Amortización PPA (provisional) | 4,00 | - | - | - |
| TOTAL COSTES | 438,51 | 499,28 | (12,2%) | 314,74 |

La producción propia continúa dominando la parrilla, en términos de horas de emisión, frente a los derechos de terceros. En el primer semestre de 2011, el 91,4% de la programación del canal Telecinco corresponde a producción propia y el 8,6% a programación de derechos de terceros (frente al 87,7% y al 12,3% de 2010, respectivamente).

La composición de la parrilla de Cuatro es un 59,0% de producción propia y un 41,0% 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 (92,5%) respecto a los derechos de terceros (7,5%); el canal FACTORIA DE FICCION tiene un 42,3% de producción propia frente a un 57,7% de derechos de terceros y los canales BOING y DIVINITY tienen la casi totalidad de su parrilla de contenidos de terceros.

Estructura de Costes Operativos



2.3 Resultado de Explotación y Márgenes

El Resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado recurrente**, alcanzó 123,99 millones de Euros, representando un margen sobre ingresos netos del 22,9%.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 102,41 millones de Euros, representando un margen sobre ingresos netos del 18,9%.

A pesar de una fuerte 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 los efectos negativos hasta llegar a mejorar los márgenes operativos en términos de porcentaje.

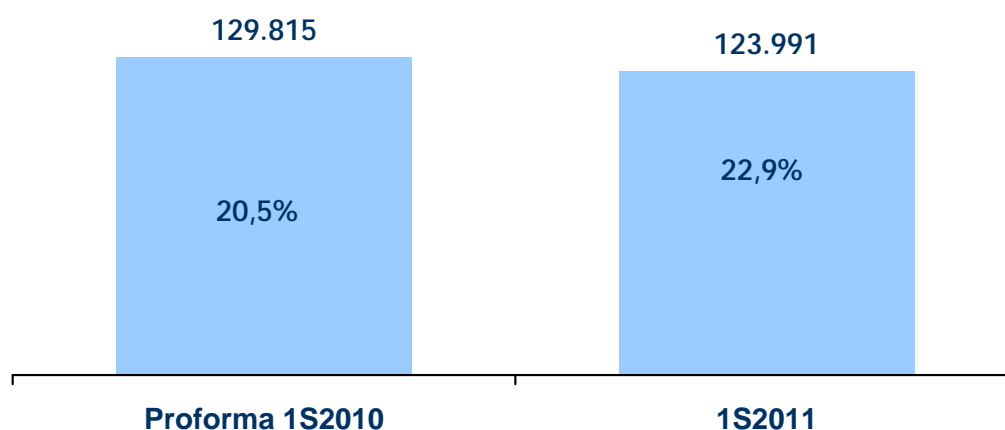
Tabla 4: Márgenes

| Millones de € | 1S2011 | Proforma 1S2010 | Variación % | Reportado 1S2010 |
|---|--------------|-----------------|----------------|------------------|
| Total ingresos netos | 540,92 | 631,81 | (14,4%) | 461,02 |
| EBITDA ajustado recurrente | 123,99 | 129,82 | (4,5%) | 142,94 |
| EBITDA ajustado | 111,34 | 137,92 | (19,3%) | 151,04 |
| EBIT | 102,41 | 132,53 | (22,7%) | 146,28 |
| Beneficio Neto | 85,15 | 97,71 | (12,9%) | 107,40 |
| Beneficio Neto Ajustado | 89,15 | 104,74 | (14,9%) | 114,44 |
| EBITDA aj. rec./ Total ingresos netos | 22,9% | 20,5% | | 31,0% |
| EBITDA aj./ Total ingresos netos | 20,6% | 21,8% | | 32,8% |
| EBIT/ Total ingresos netos | 18,9% | 21,0% | | 31,7% |
| Beneficio Neto / Total ingresos netos | 15,7% | 15,5% | | 23,3% |
| Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos | 16,5% | 16,6% | | 24,8% |

Los márgenes operativos (**EBITDA ajustado recurrente y EBIT**) en términos porcentuales se sitúan en el 22,9% y 18,9%, lo que demuestra la efectividad del modelo de negocio en cuanto a la capacidad de sostenimiento de márgenes en un entorno débil del mercado publicitario, así como la capacidad de gestión que permite al grupo absorber parte del impacto de la caída del gasto de publicidad.

EBITDA ajustado recurrente (miles €)

EBITDA aj. Rec. / Total Ingresos Netos (%)



2.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** obtenido es de 2,49 millones de Euros.

Por otro lado, el resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**³ se sitúa en -1,64 millones de Euros.

2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos y de minoritarios**, durante el primer semestre de 2011 ha alcanzando los 103,26 millones de Euros.

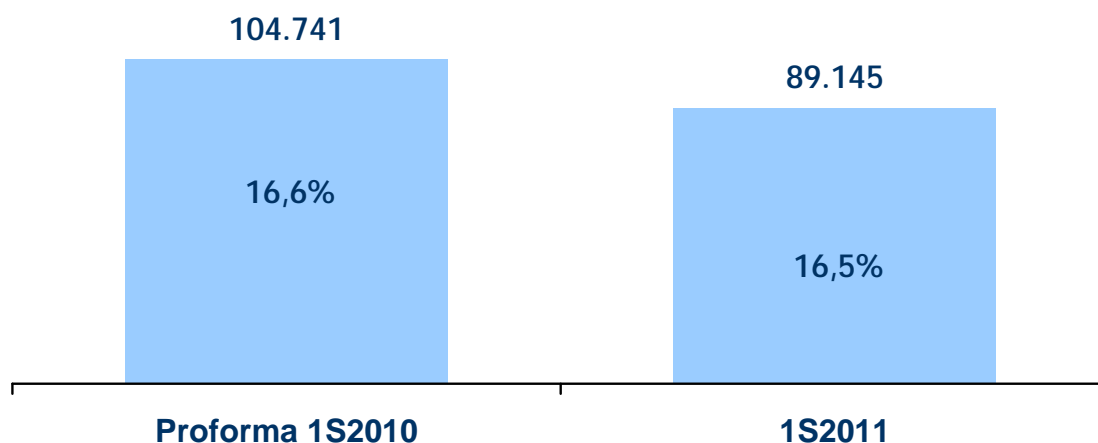
Tras contabilizar el gasto por impuesto de sociedades en 18,07 millones de Euros, calculado sobre la base del tipo oficial vigente, el **beneficio neto** del ejercicio, después de minoritarios, asciende a 85,15 millones de Euros (un margen del 15,7% sobre Ingresos Totales Netos).

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, mejoraría alcanzando los 89,15 millones de Euros.

Dicho resultado neto ajustado supone un margen del 16,5% sobre los ingresos netos totales, lo que demuestra la capacidad de Mediaset España de resistencia del modelo de negocio ante un mercado publicitario débil.

Beneficio Neto Ajustado (miles €)

Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos Netos (%)



³ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Premiere Megaplex S.A. (50% de participación), Pegaso Television Inc. (43,7%), DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (22%), Big Bang Media S.L. (30% participación), Producciones Mandarin S.L. (30% participación indirecta), La Fábrica de la Tele S.L. (30% participación indirecta), Aprop Imagen S.L. (3% participación indirecta), Edam Acquisition Holding Coöp (33% participación indirecta).

3. Generación de Cash Flow

El **flujo libre de caja operativo** en el primer semestre de 2011 asciende a 60,39 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.

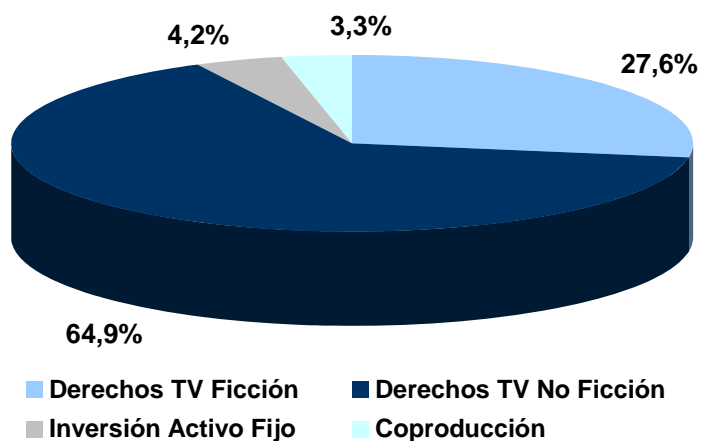
Tabla 5: Cash Flow

| <i>Millones de €</i> | 1S2011 | Reportado 1S2010 |
|--|----------------|---------------------|
| Beneficio Neto antes de minoritarios | 85,19 | 102,56 |
| Consumo de Derechos y Amortizaciones: | 118,52 | 76,79 |
| - Consumo Derechos | 111,41 | 72,30 |
| - Amortizaciones | 7,11 | 4,49 |
| Provisiones | 1,82 | 0,28 |
| Otros | 6,73 | 19,77 |
| CASH FLOW OPERATIVO | 212,25 | 199,39 |
| Inversión en Derechos | (145,21) | (81,23) |
| Inversiones, otras | (6,43) | (1,32) |
| Variación Fondo de Maniobra | (0,22) | 13,77 |
| CASH FLOW LIBRE OPERATIVO | 60,39 | 130,61 |
| Movimientos Patrimonio | 0,36 | 1,01 |
| Inversiones financieras | 19,87 | (27,94) |
| Dividendos cobrados | 1,94 | 1,01 |
| Pago de Dividendos | (140,16) | (48,44) |
| Variación Neta de Tesorería | (57,60) | 56,26 |
| POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL | (28,05) | (156,01) |
| POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL | (85,65) | (99,75) |

En 2011, la **inversión neta total** alcanzó los 151,64 millones de Euros.

Durante el primer semestre de 2011 la inversión en producción ajena ha sido de 98,47 millones de Euros, en series de ficción nacional, 41,81 millones de Euros y en coproducciones cinematográficas 4,94 millones de Euros, mientras que las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles fueron €6,43 millones.

Inversión Neta 1S2011
151,64 millones €



4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

| Millones de € | Junio 2011 | Diciembre 2010 |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|
| Inmovilizado | 1.113,79 | 1.149,78 |
| - Inm. Financiero | 1.057,94 | 1.094,89 |
| - Otro Inmovilizado | 55,86 | 54,88 |
| Derechos y Anticipos | 307,99 | 264,86 |
| - Terceros | 232,48 | 190,36 |
| - Ficción | 31,27 | 32,12 |
| - Coproducción / Distribución | 44,24 | 42,38 |
| Impuesto Anticipado | 159,27 | 154,05 |
| TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE | 1.581,05 | 1.568,69 |
| Activo corriente | 254,81 | 295,83 |
| Activo financiero y tesorería | 104,07 | 116,39 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 358,88 | 412,22 |
| TOTAL ACTIVO | 1.939,93 | 1.980,91 |
| Fondos Propios | 1.321,10 | 1.376,10 |
| Provisiones | 33,48 | 31,98 |
| Acreedores no corrientes | 4,66 | 0,75 |
| Pasivo financiero no corriente | 73,20 | 73,10 |
| TOTAL PASIVO NO CORRIENTE | 111,34 | 105,83 |
| Acreedores corrientes | 390,96 | 427,63 |
| Pasivo financiero corrientes | 116,53 | 71,34 |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE | 507,49 | 498,97 |
| TOTAL PASIVO | 1.939,93 | 1.980,91 |

La evolución de la **librería** muestra adaptabilidad en la composición por tipología de acuerdo con la estrategia de negocio del Grupo, percibiéndose un aumento en los derechos de terceros, por la incorporación de derechos a la librería para el desarrollo de los nuevos canales.

El **total activo corriente** se reduce en el primer semestre de 2011 principalmente por un menor saldo de clientes como consecuencia de una menor facturación.

El **pasivo no corriente** aumenta con respecto al nivel alcanzado al 31 de diciembre de 2010, por la disposición de nuevas líneas de crédito a largo plazo.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, a 30 de junio de 2011, la cifra de -85,65 millones de Euros, después de la distribución del dividendo por un total de 140,16 millones de Euros (pay-out 199%); compuesto por un dividendo ordinario de 97,91 millones de Euros con cargo a Resultados de 2010 y un dividendo extraordinario de 42,25 millones de Euros con cargo a reservas disponibles a fecha 4 de mayo 2011.

5. Evolución de la audiencia

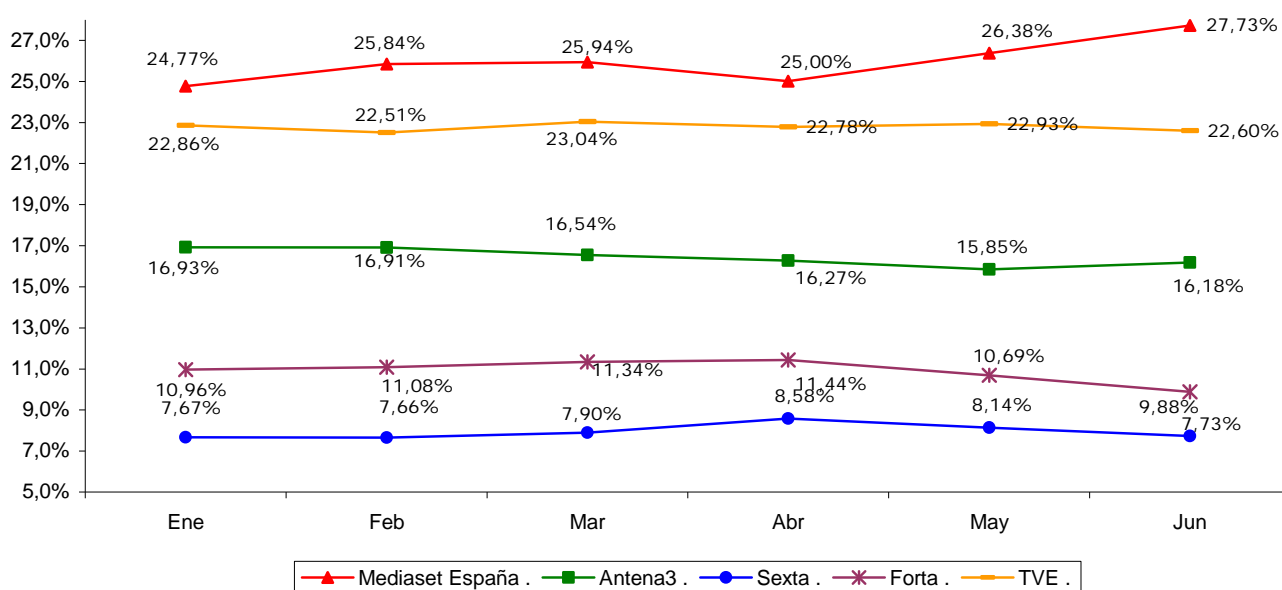
Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-junio 2011

| 1S2011 | | |
|------------------|------------|-------|
| Total Individuos | Total Día | 25,9% |
| | PRIME TIME | 24,2% |
| | DAY TIME | 26,7% |
| Target Comercial | Total Día | 28,2% |
| | PRIME TIME | 26,0% |
| | DAY TIME | 29,3% |

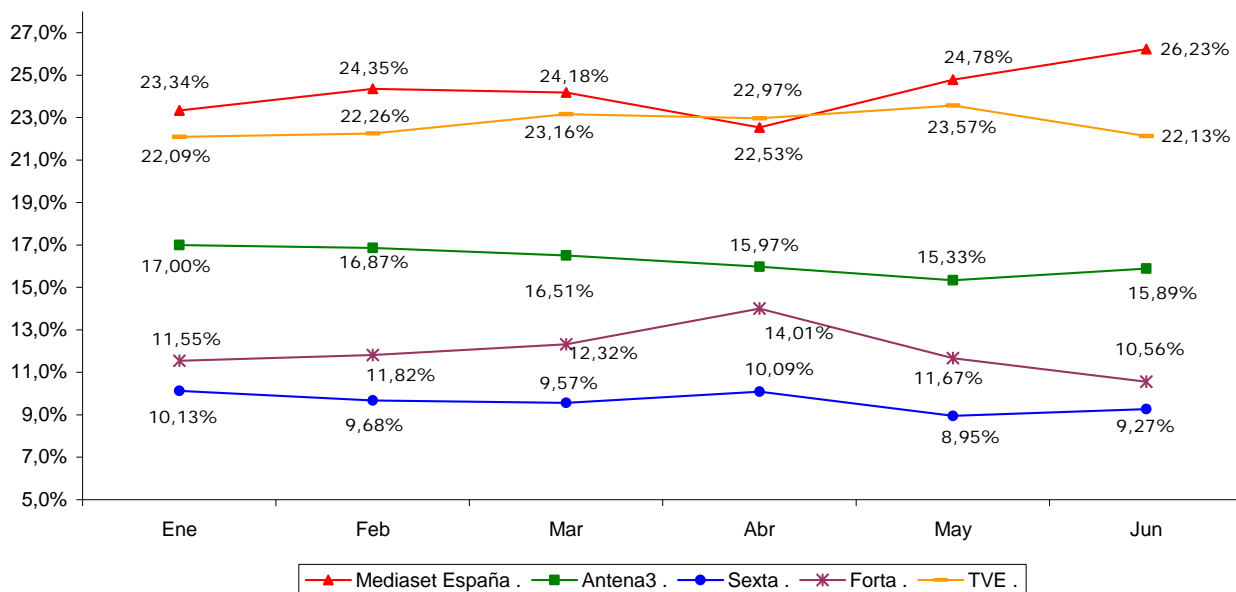
Los datos de audiencias durante el primer semestre de 2011 del nuevo Grupo, consolidan a Mediaset España como líder de las televisiones en España en el periodo. La audiencia en total día total individuos en el primer semestre de 2011 del Grupo (incluyendo la audiencia del canal Gran Hermano 24horas con una aportación de 0,2 puntos), se sitúa en 25,9%, adelantando en 9,4 puntos al Grupo de canales de Antena3, que consigue un 16,5%.

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Mediaset España tiene una cuota de 28,2% (incluyendo la audiencia del canal Gran Hermano 24horas con una aportación de 0,2 puntos), lo que supone un promedio anual 10,8 puntos por encima del Grupo Antena3 (17,4%).

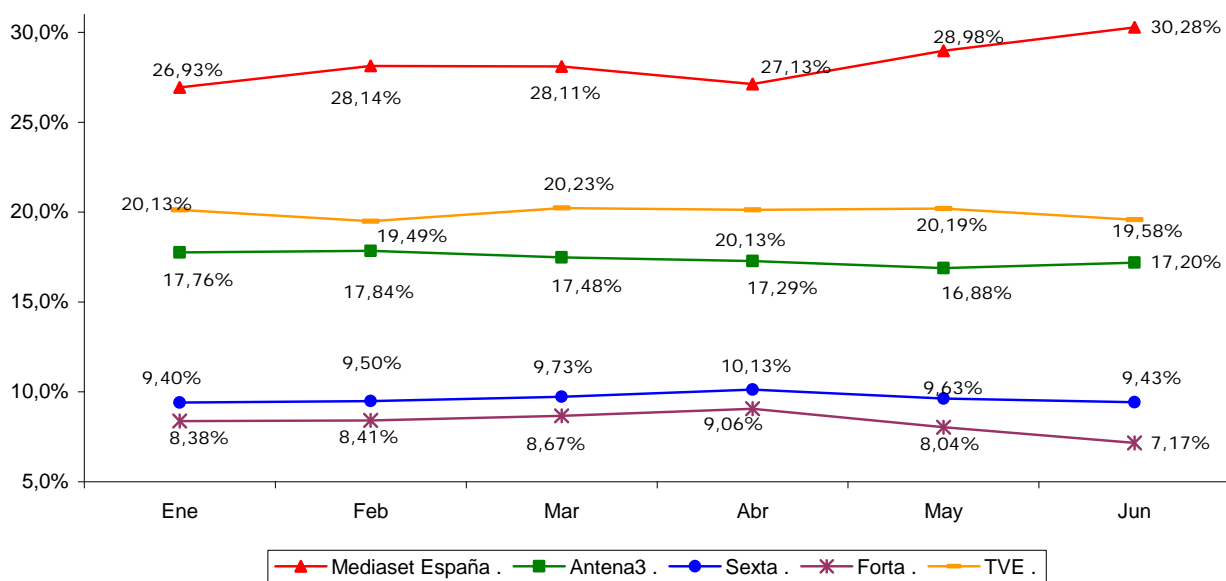
Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



Audiencias, Prime Time, Total Individuos en % por Grupos



Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en % por Grupos



Audiencias, Prime Time, Target Comercial en % por Grupos

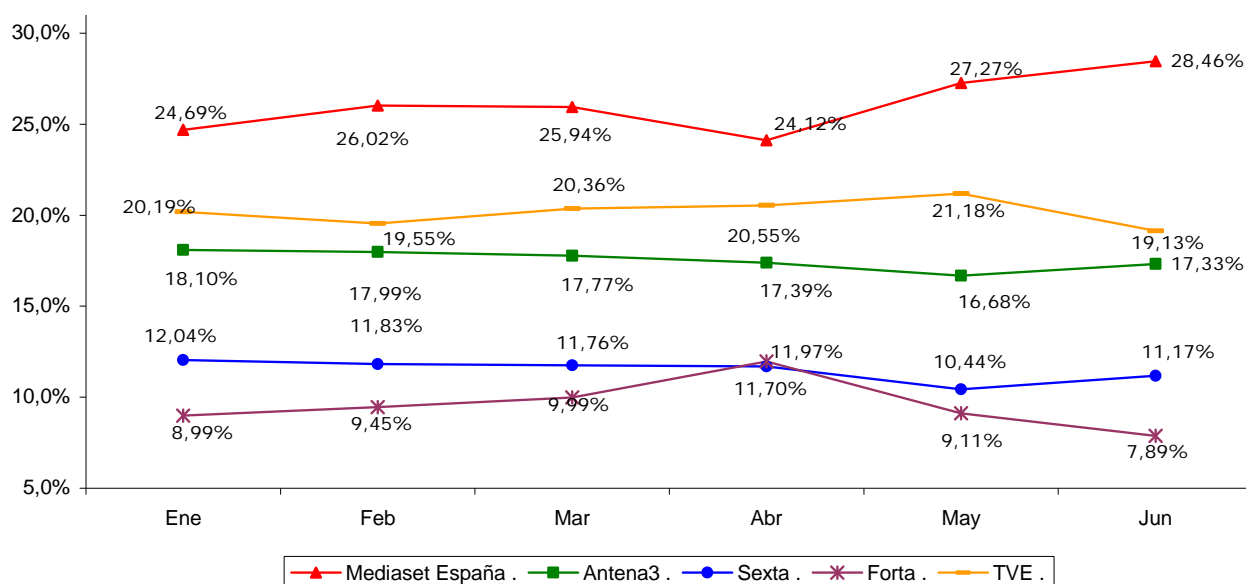


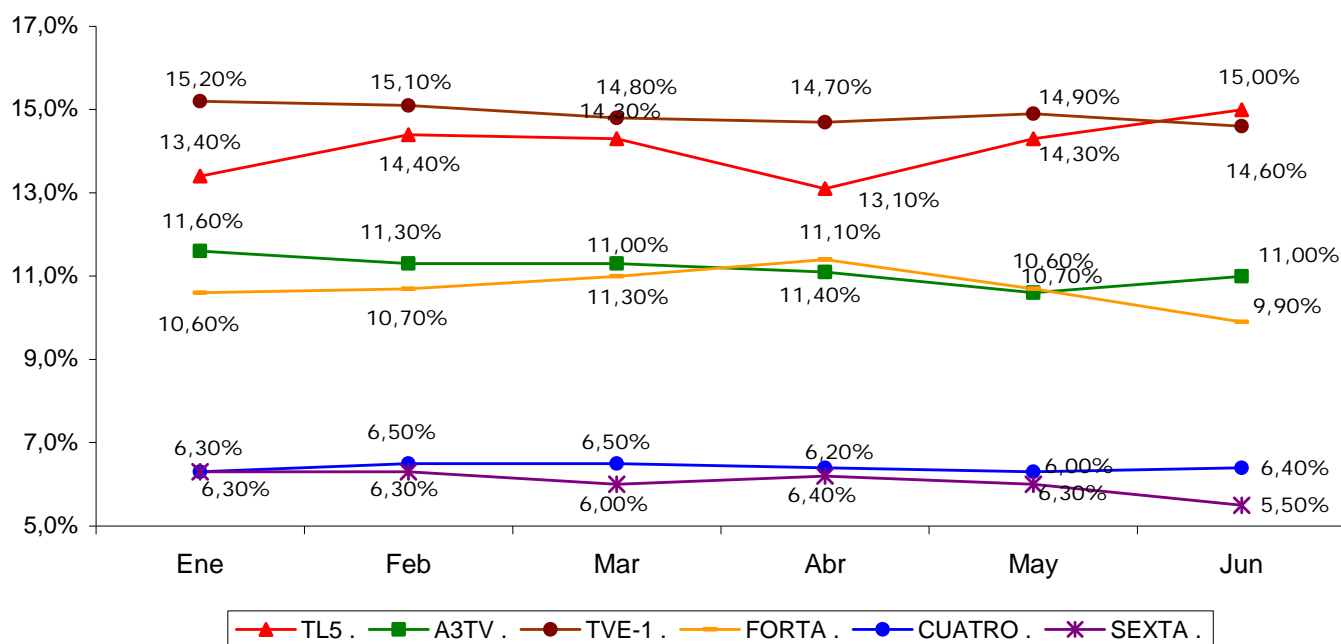
Tabla 8: Audiencia media CANAL Telecinco período enero-junio 2011

| | 1S2011 | 1S2010 |
|-------------------------|--------|--------|
| Total Individuos | | |
| Total Día | 14,1% | 14,9% |
| PRIME TIME | 12,8% | 14,7% |
| DAY TIME | 14,7% | 15,0% |
| Target Comercial | | |
| Total Día | 14,0% | 15,5% |
| PRIME TIME | 12,5% | 14,8% |
| DAY TIME | 14,8% | 15,8% |

El canal Telecinco ha cerrado el primer semestre de 2011 en primera posición entre los canales comerciales en total día total individuos, con un promedio del 14,1%, adelantando por 3,1 puntos a Antena3 (11,0%).

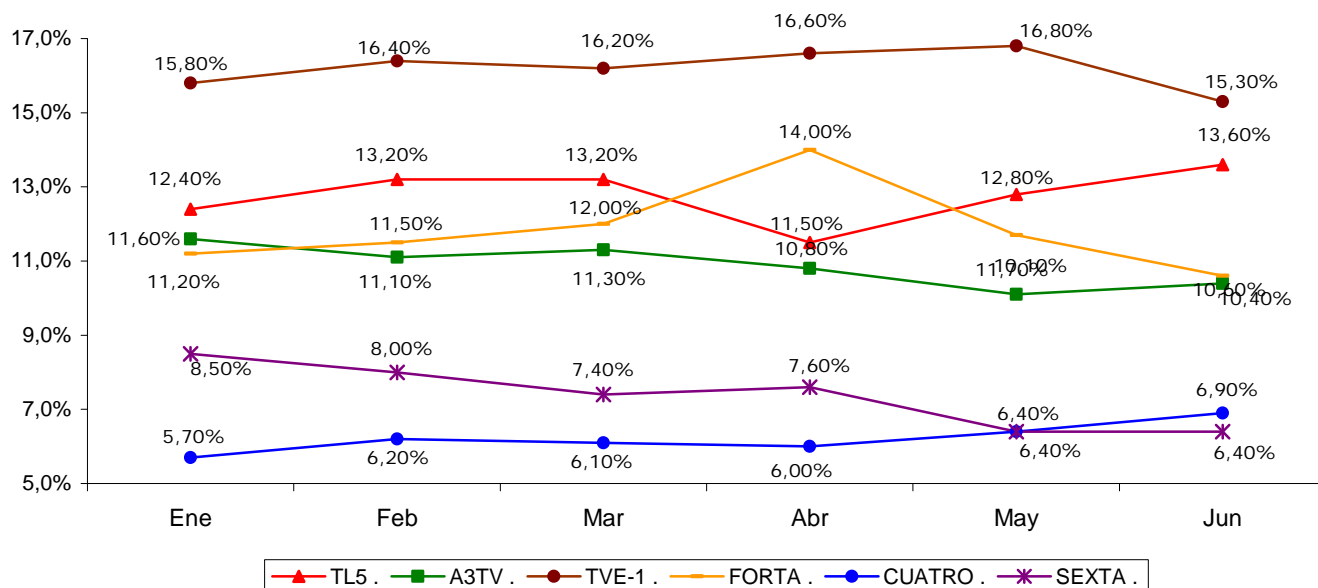
En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Telecinco (14,0%) tiene un promedio anual 2,6 puntos por encima de Antena3 (11,4%).

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



Telecinco continúa liderando en “prime time”⁴, total individuos con un promedio de 12,8% en el periodo, a una distancia de 1,9 puntos de Antena3.

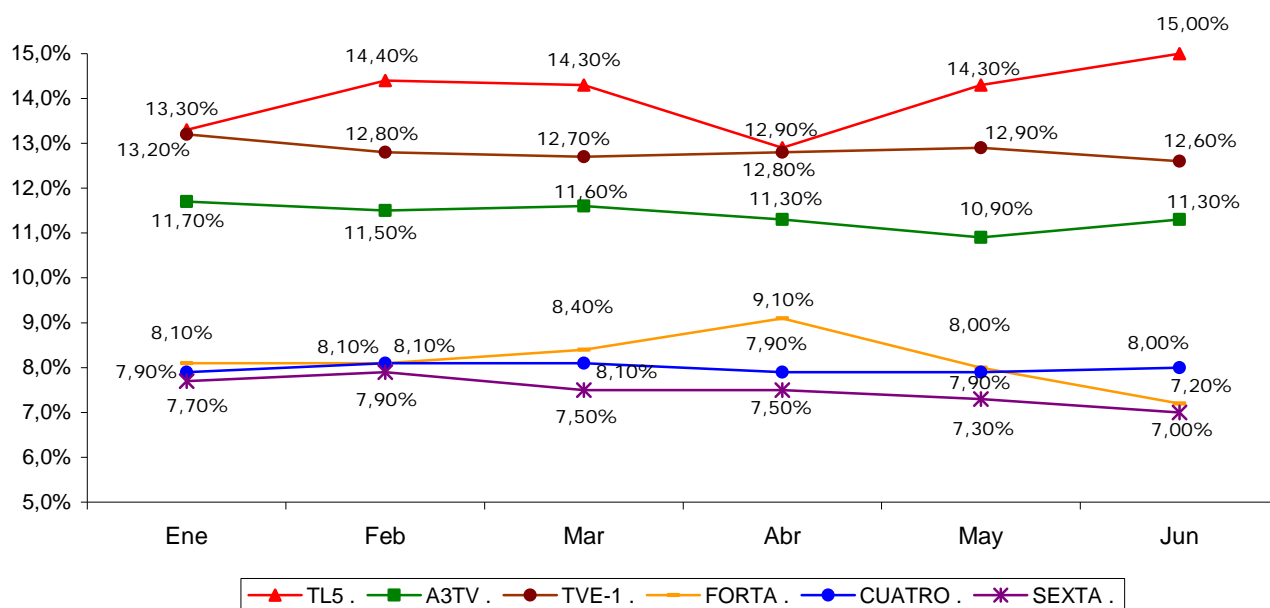
Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %



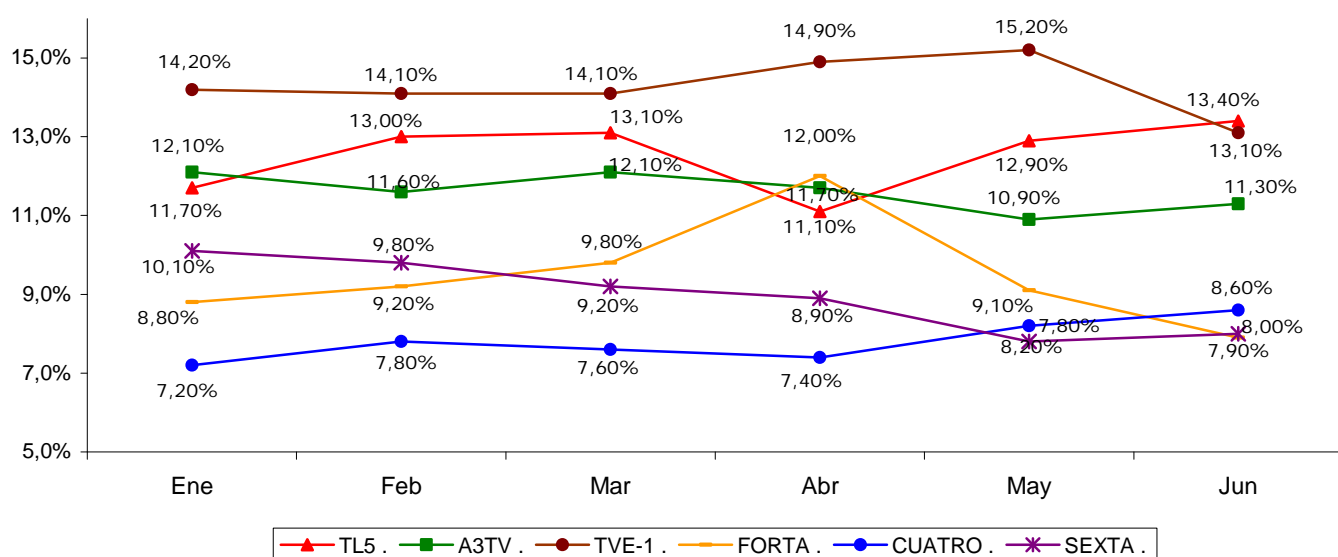
⁴ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

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, Target Comercial en %



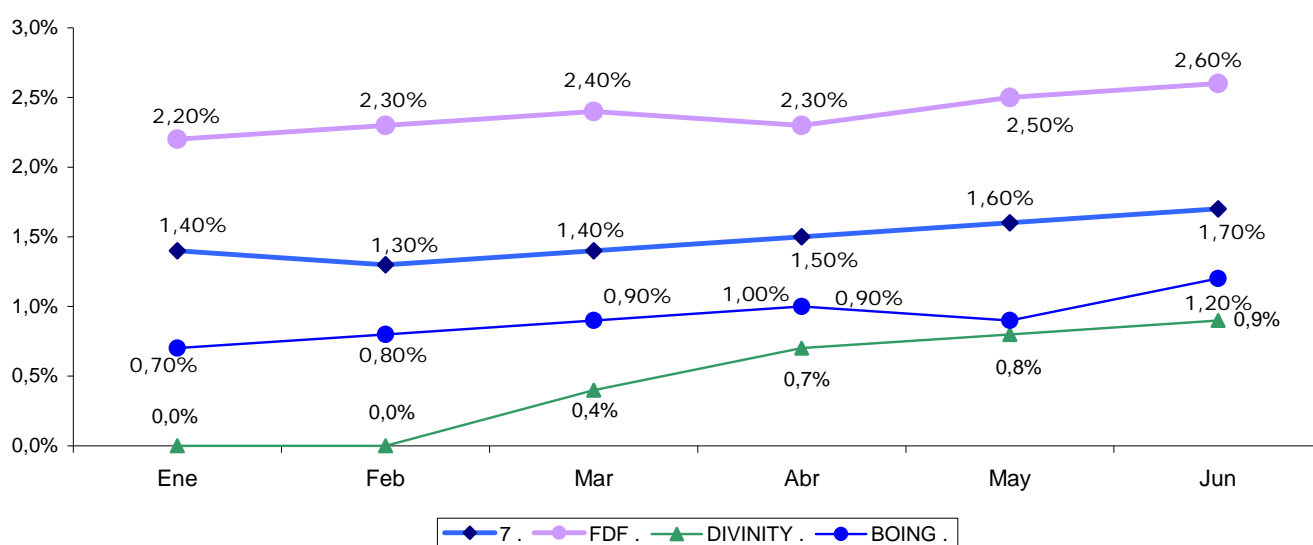
Audiencias, Prime Time, Target Comercial en %



En 2011 continúa el desarrollo de los canales FACTORIA DE FICCION, LA SIETE, el canal infantil BOING, así como el recién lanzado canal DIVINITY (desde el 1 de abril de 2011), que en solo tres meses consigue afianzar un 0,9% de audiencia en junio 2011.

En el primer semestre de 2011 FACTORIA DE FICCION ha alcanzado una cuota de audiencia total día del 2,4%, LA SIETE del 1,5%, BOING ha conseguido un 0,9% y DIVINITY un 0,4%, aportando en conjunto al grupo una cuota total de 5,2%.

Audiencias, 24 horas, TDT %



Audiencias, Prime Time, TDT %

